



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 95/03

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

### **betreffend die angemeldete Marke 301 44 343.2**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer sowie die Richter Dr. van Raden und Schwarz am 9. September 2003

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I**

Die Bezeichnung

### **Trendyman**

soll als Wortmarke für "Bekleidungsstücke, insbesondere Socken, Strümpfe" in das Register eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit Beschluss vom 31. Januar 2003 die Anmeldung wegen mangelnder Unterscheidungskraft und Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Die sprachregelgerecht aus den beiden zum englischen Grundwortschatz gehörenden Wörtern "trendy" und "man" zusammengesetzte Marke könne vom Verkehr entsprechend den in der Werbung bereits als Bestimmungsangabe genutzten Bezeichnungen "Trend-Kids", "Trendfrauen" oder "Miss Trendie" nur als Sachhinweis darauf verstanden werden, dass die damit gekennzeichneten Bekleidungsstücke den im Trend liegenden Mann als Zielgruppe ansprechen. An der Verwendung des Begriffs "Trendyman" als entsprechende Bestimmungsangabe von Kleidungsstücken bestehe auch ein erhebliches Interesse der Mitbewerber, so dass sie auch Freihaltebedürftig sei.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die nicht begründete Beschwerde der Anmelderin. Sie bestreitet, dass ein aktuelles oder künftiges Freihaltebedürfnis an der Anmeldemarke bestehe. Die vereinzelte Verwendung von Begriffen wie "Trendy", "Trend-Kids" oder "Trendfrauen" besage nichts im Zusammenhang mit der Bezeichnung "Trendyman". Es gebe auch keine Zielgruppe im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren, die sich durch das Wort "Trendyman" abgrenzen ließe. Die Anmeldemarke, die allenfalls positive Assoziationen hervorrufe, sei daher als

Bestimmungsangabe für die beanspruchten Waren nicht geeignet. Da sie allenfalls eine diffuse Aussage in Form einer bloßen Suggestion eines den Waren zugeschriebenen Images vermitteln, könne ihr auch nicht die erforderliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Letztlich könne die Anmeldemarke nicht anders beurteilt werden als die im Inland eingetragenen Marken "Trend Office" für Büromöbel und "CARTREND" für ua Kraftfahrzeuge sowie die in Kanada für "men's clothing" registrierte Marke "Trendman".

Den hilfsweise gestellten Antrag auf Anberaumung einer mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin mit Schriftsatz vom 23. Juli 2003 zurückgenommen und um Entscheidung im schriftlichen Verfahren gebeten.

## II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet, weil der Eintragung der Anmeldemarke jedenfalls das absolute Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegensteht.

Wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat und was auch die Anmelderin mit ihrer Beschwerde nicht angreift, ist die Anmeldemarke sprachregelgerecht aus den beiden englischen Wörtern "trendy" für "bewusst modisch, schick, fortschrittlich, modern" (vgl Muret-Sanders, Langenscheidts Großwörterbuch, Teil I Englisch-Deutsch, 2001, S 1164) und "man" für "Mann" zusammengesetzt. Beide Wörter gehören zum einfachsten englischen Grundwortschatz, wobei das Adjektiv "trendy" in der vorgenannten Bedeutung zur Bezeichnung von "modisch, dem vorherrschenden Trend entsprechend" auch in den deutschen Sprachschatz eingegangen ist (vgl DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl, S 1600). Die Anmeldemarke ist den angesprochenen Verkehrskreisen, bei denen es sich nach der Art der beanspruchten Waren um alle Verbraucher handelt, daher ohne weiteres im Sinne von "modischer/modebewußter Mann" verständlich, zumal sowohl die Wortbildung als auch ihr semantischer Gehalt den von der Markenstelle genann-

ten vergleichbaren Wortbildungen entspricht, wie sie in der Modebranche als Werbeaussagen über Kleidungsstücke bereits üblich sind. In bezug auf die beanspruchten Waren wird der Verkehr die Bezeichnung "Trendyman" - ähnlich wie die vom Senat ebenfalls für nicht schutzfähig erachtete Kennzeichnung "TRENDY PEOPLE" (vgl 27 W (pat) 68/95, veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM) - daher ohne weiteres Nachdenken nur als Bestimmungsangabe in der Weise ansehen, dass sich die Bekleidung von ihrer Art her an den modebewußten Mann richtet. Demgegenüber wird den überwiegenden Teilen der angesprochenen Verkehrskreise der Gedanke, dass hiermit die betriebliche Herkunft der gekennzeichneten Waren bezeichnet werden soll, erst gar nicht kommen. Einem Zeichen, welches der Verkehr aber nicht als betriebliches Herkunftshinweis auffassen wird, fehlt es aber an der nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderlichen Unterscheidungskraft.

Ob die Anmeldemarke daneben auch freihaltebedürftig im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG ist, kann bei dieser Sachlage auf sich beruhen, wenngleich hierfür allerdings erhebliche Anhaltspunkte sprechen, da entgegen der Ansicht der Anmelderin auch die Angabe des Zielpublikums eine beschreibende Angabe im Sinne dieser Vorschrift darstellt.

Soweit die Anmelderin schließlich auf die Eintragungen der Marken "Trend Office" für Büromöbel und "CARTREND" für Kraftfahrzeuge verwiesen hat, sind diese mit der hier in Rede stehenden Anmeldemarke schon deshalb nicht vergleichbar, weil sie für völlig andere Warendektoren angemeldet wurden, bei denen anders als auf dem hier in Rede stehenden Modesektor zum einen eine entsprechende beschreibende Verwendung des Begriffs "Trend" bzw "trendy" nicht nachweisbar war und zum anderen die Wortbildung sich von derjenigen der Anmeldemarke deutlich unterschied. Schließlich vermag auch der Hinweis der Anmelderin auf die Eintragung der von der Wortbildung her ebenfalls mit "Trendyman" nicht ohne weiteres vergleichbaren Marke "Trendman" für "men's clothing" in Kanada, der ohnehin allenfalls eine gewisse, gegen das Bestehen eines Freihaltungsbedürfnisses sprechende Indizwirkung zukäme (vgl BGH GRUR 2001, 1046 – GENESCAN; 1996, 771,

772 – THE HOME DEPOT), der Anmeldemarke nicht zur Eintragung zu verhelfen, zumal die näheren Umstände, welche der Eintragung zugrunde lagen, nicht bekannt sind.

Da die Markenstelle der Anmeldemarke somit zu Recht die Eintragung versagt hat, war die hiergegen gerichtete Beschwerde der Anmelderin zurückzuweisen.

Dr. Schermer

Dr. van Raden

Schwarz

Pü