



# BUNDESPATEENTGERICHT

28 W (pat) 72/08

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 306 60 865.0**

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 12. November 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterin Werner und des Richters Schell

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Angemeldet worden ist die Wortmarke

**BIKE-COMPONENTS.DE**

für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 12, 25 und 37: „Fahrräder, Bekleidungsstücke, Reparaturdienste“.

Die Markenstelle für Klasse 12 hat diese Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen mit der Begründung, dass das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG der beantragten Eintragung entgegenstehe. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen „Fahrräder, Bekleidungsstücke, Reparaturdienste“ bestünde für die angesprochenen Verkehrskreise keine Veranlassung, den Markenbestandteil „BIKE-COMPONENTS“ anders zu interpretieren als den Hinweis auf ein Angebot, das sich auf Fahrräder, deren Reparatur und für das Fahrradfahren bestimmte Kleidungsstücke bezieht.

Mit ihrer Beschwerde verfolgt die Anmelderin weiter die Eintragung der angemeldeten Marke und beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 12 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 24. Januar 2007 und vom 27. Februar 2008 aufzuheben.

Zur Schutzfähigkeit ihrer Marke beruft sich die Anmelderin auf ihren Vortrag aus dem patentamtlichen Verfahren, insbesondere auf ihren Schriftsatz vom 27. Dezember 2006. Darin hatte die Anmelderin vorgetragen, das Wort „Bike“ sei der umgangssprachliche englische Ausdruck für „bicycle“, auf Deutsch: Fahrrad. Der englische Ausdruck „components“ sei mit „Teil“ zu übersetzen und im technischen Bereich mit „Bauelement, Komponente“. Der kombinierte Ausdruck „Bike-Components“ ließe sich daher mit „Fahrradteile“ oder „Fahrradelemente“ ins Deutsche übersetzen. Diese sachlichen Inhalte könnten allerdings nur die beanspruchten Waren „Fahrräder, Bekleidungsstücke“ beschreiben, nicht dagegen die beanspruchten Dienstleistungen „Reparaturdienste“.

Auch soweit die angemeldete Marke einer englischen Beschreibung (nur) der beanspruchten Waren dienen könne, sei sie in Deutschland eintragungsfähig, denn - so meint die Anmelderin - für den deutschen Verkehr sei die sachliche Bedeutung der englischen Ausdrücke nicht ohne weiteres verständlich. Eine Allgemeinverständlichkeit englischer Begriffe bei den hier angesprochenen weitesten Verkehrskreisen könne nur für den englischen Grundwortschatz vorausgesetzt werden. Dazu gehöre der Ausdruck „components“ jedenfalls nicht. Der Ausdruck „biker“ werde im übrigen im Deutschen überwiegend für Motorradfahrer verwandt, darauf würden jedenfalls die Ergebnisse einer Suche unter [www.google.de](http://www.google.de) zu diesem Stichwort hindeuten. Das mache das Wort „bike“ im Deutschen mehrdeutig und damit schutzfähig. Sofern der englische Ausdruck „bike“ im Deutschen für Fahrräder verwandt werden, wären damit in erster Linie Mountainbikes gemeint. Auf diesen Fahrradtyp würden sich die für die angemeldete Marke beanspruchten Waren „Fahrräder“ begrifflich nicht beschränken.

Der Top-Level-Domain „.de“ komme unternehmenskennzeichnende Funktion zu. Die angemeldete Marke sei mit dem Namen der Anmelderin identisch.

Mit Zwischenbescheid vom 9. Oktober 2008, auf dessen Inhalt Bezug genommen wird, hat der Senat auf seine Bedenken gegen die Begründetheit der Beschwerde hingewiesen. Daraufhin hat die Anmelderin mit Schriftsatz vom 5. November 2008 mitgeteilt, daß sie die Beschwerde aufrechterhalte. Zur Sache hat die Anmelderin nicht weiter vorgetragen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, denn der angemeldeten Wortmarke fehlt die von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG geforderte Unterscheidungskraft, weil das Zeichen „BIKE-COMPONENTS.DE“ jedenfalls für den maßgeblichen Handel in seiner sachlichen Bedeutung ohne weiteres verständlich ist und sich jedenfalls für diese Verkehrsgruppe als glatte Beschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen darstellt.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom maßgeblichen Publikum, d. h. dem normal informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen, als Unterscheidungsmittel für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2003, 227, 232 f. (Nr. 61, 62) „Orange“; GRUR 2004, 428, 429 f. (Nr. 30, 31) „Henkel“; GRUR 2004, 943, 944 (Nr. 23, 24) „SAT.2“; BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 17) „FUSSBALL WM 2006“). Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung insbesondere solche Wortmarken, denen die maßgeblichen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vorder-

grund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1152 „marktfrisch“; GRUR 2001, 1153 „antiKalk“; a. a. O. (Nr. 19) „FUSSBALL WM 2006“; EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 86) „Postkantoor“). Davon ist die Markenstelle bei der angemeldeten Wortmarke zutreffend ausgegangen.

Die Anmelderin hat selbst eingeräumt, dass die Wortkombination „bike-components“ zwanglos mit „Fahrradteile“, „Fahrradkomponenten“ zu übersetzen ist. Diese Bedeutungen beschreiben nicht nur die beanspruchten Waren „Fahrräder“ und „Bekleidungsstücke“, sondern auch die Dienstleistungen „Reparaturdienste“, schon deswegen, weil sich die Dienstleistung „Reparaturleistungen“ generell auf Fahrräder beziehen kann und auch in diesem Bereich Spezialisierungen auf bestimmten Fahrradteile in Betracht kommen, wie z. B. die Reparatur von Gangschaltungen.

Auch wenn man - wie die Anmelderin - annimmt, dass die englischen Komponenten der angemeldeten Marke für die deutschen Endabnehmer nicht ohne weiteres verständlich sind, reicht das für die Begründung der Schutzzfähigkeit der Marke nicht aus. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) gehört zu den maßgebenden inländischen Verkehrskreisen neben dem Endverbraucher immer auch der mit den fraglichen Waren und Dienstleistungen befaßte Handel (vgl. EuGH GRUR 2006, 411 ff. Rnr. 24 - Matrasen Concord/Hukla), der naturgemäß über spezielle Kenntnisse der einschlägigen Welt-handelssprachen verfügt, zu denen im vorliegenden Fall auch Englisch gehört, und dem die hier als Marke beanspruchte Wortkombination ohne weiteres in ihrer beschreibenden Bedeutung verständlich ist. Hinzukommt, dass das Schutzhindernis der Unterscheidungskraft nach der Rechtsprechung des EuGH nicht mehr nur als eine Art nachrangiger Ausnahmetatbestand anzusehen ist, der eine „großzügige“ Eintragungspraxis rechtfertigen könnte, sondern dass es statt dessen einer strengen und vollständigen Prüfung etwa bestehender Schutzhindernisse bedarf, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu vermeiden (vgl.

EuGH GRUR 2003, 604, 607 (Rz. 57-59) - Libertel; GRUR 2004, 6674, 680 (Rz. 123-125) - Postkantoor). Für diese Prüfung kommt es entscheidend darauf an, ob aus der Sicht des maßgebenden Verkehrs bei einer Marke deren Herkunftsfunktion eindeutig im Vordergrund steht (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, 1029 (Rz. 45) - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Davon kann angesichts des - jedenfalls aus Sicht des maßgebenden Handels - glatt beschreibenden Aussagegehalts von „BIKE-COMPONENTS“ für „Fahrräder, Bekleidungsstücke, Reparaturdienste“ nicht die Rede sein und zwar auch dann nicht, wenn diese Begriffskombination - wie hier - in eine Internet-Adresse eingekleidet ist. Nach ständiger Rechtsprechung (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Auflage, 2006, § 8 Rnr. 87 mit umfassenden Nachweisen) bleibt eine beschreibende Sachangabe (second-level-domain) auch in Verbindung mit üblichen regionalen Zuordnungskriterien (z. B. „de“ als top-level-domain) eine bloße Sachinformation und damit schutzunfähig.

Auf die Frage, ob das angemeldete Zeichen ein Unternehmenskennzeichen i. S. v. § 5 MarkenG sein kann, kommt es für die Prüfung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke nicht an, denn das Unternehmenskennzeichen i. S. v. § 5 MarkenG einerseits und die Marke i. S. v. §§ 3 und 4 MarkenG andererseits sind verschiedene Schutzrechte. Kennzeichnungsobjekt der Marke sind Waren und Dienstleistungen, die mit Hilfe der Marke einem bestimmten Herkunftsunternehmen zugeordnet werden, § 3 Abs. 1 MarkenG, Kennzeichnungsobjekt des Unternehmenskennzeichens ist das Unternehmen selbst, § 5 Abs. 1 und 2 MarkenG. Für den Schutz dieser beiden verschiedenen Rechte gelten unterschiedliche Regeln, insbesondere wird der Rechtsbegriff der Unterscheidungskraft, der für die Schutzfähigkeit beider Rechte Bedeutung hat, in Bezug auf jedes der beiden Rechte anders definiert (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Auflage, § 5 Rnr. 28 ff.).

Aus diesen Gründen war die Beschwerde der Anmelderin als unbegründet zurückzuweisen.

Da die Beschwerdeführerin keine mündliche Verhandlung beantragt hat und nach der Beurteilung des Senats eine solche Verhandlung auch nicht sachdienlich gewesen wäre, konnte die vorliegende Entscheidung im schriftlichen Verfahren ergehen (§ 69 MarkenG).

Stoppel

Schell

Werner

Me