



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 42/12

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am
17. März 2014

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 074 654.8

hat der 28. Senat (Markenbeschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 6. November 2013 durch die Vorsitzende Richterin Klante, die Richterin Dorn sowie die Richterin k. A. Kriener

beschlossen:

Die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 13, vom 6. Juli 2009 und vom 25. Oktober 2011 werden aufgehoben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen wurde für die Waren der Klasse 13 „Sprengstoffe, Feuerwerkskörper“.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Das Wort-/Bildzeichen 30 2008 074 654.8



ist am 25. November 2008 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für folgende Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 8:

Handbetätigte Werkzeuge, handbetätigte Geräte für land-, garten- und forstwirtschaftliche Zwecke, für den Maschinen-, Apparate- und Fahrzeugbau sowie für die Bautechnik,

Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel, Hieb- und Stichwaffen, Jagdmesser, Taschenmesser;

Klasse 13:

Schusswaffen, Munition und Geschosse, Zubehör für die vorgenannten Waren, soweit in Klasse 13 enthalten, insbesondere Waffenkoffer, Waffenfutterale, Patronengürtel, Gewehrriemen, Patronenetuis, Sprengstoffe, Feuerwerkskörper;

Klasse 28:

Spielzeug, Handfeuerwaffen (Spielzeug), Modell- und Replica-Waffen, Geschosse und Munition für solche Modelle und Replica, Modell- und Replica-Waffen für virtuelles Schießen, Modell- und Replica-Waffen zum Gebrauch mit elektronischen Zielen und/oder elektronischer Anzeige, Spielapparate, geeignet für den Gebrauch mit Replica-Waffen für virtuelles Schießen, Einzelteile für alle vorgenannten Waren soweit in der Klasse 28 enthalten;

Klasse 37:

Bauwesen, Reparaturwesen, Installationsarbeiten, Pflege, Wartung, Instandhaltung, Reinigung von Schusswaffen, Tuning und Veredelung von Schusswaffen.

Mit Beschlüssen vom 6. Juli 2009 und vom 25. Oktober 2011, von denen letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 13 die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen.

Hierzu hat sie ausgeführt, das aus den Bestandteilen „Master“ und „Shop“ sprachüblich zusammengesetzte Wort „Mastershop“ bezeichne allgemein eine meisterliche oder meisterhafte Verkaufsstätte oder eine Verkaufsstätte für Meister/Fachleute. Der Begriff „Mastershop“ werde, wie die Ergebnisse einer Internetrecherche zeigten, in dieser Bedeutung in den unterschiedlichsten Bereichen als gebräuchlicher Werbebegriff verwendet. Damit würden die Wortelemente des Zeichens unmissverständlich darauf hin deuten, dass es sich bei den beanspruchten Waren und Dienstleistungen um solche handele, die in/von einer meisterlichen bzw. meisterhaften Verkaufsstätte angeboten oder erbracht würden.

Mittelbar werde damit anpreisend auf eine hohe, den Ansprüchen eines Meisters genügende Qualität der fraglichen Waren und Dienstleistungen hingewiesen. Bei den grafischen Bestandteilen des Zeichens handele es sich um durchweg werbeübliche Gestaltungsmittel, die weder für sich genommen noch in ihrer Kombination dem Zeichen das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft verschaffen könnten.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Zur Begründung führt sie aus, die angemeldete Wortkombination sei kurz, prägnant und aus diesem Grund besonders eingängig. Ein unmittelbar beschreibender Charakter fehle dem Zeichen, da ein Denkvorgang erforderlich sei, um einen konkreten Bezug zu den in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen herzustellen. Auch wenn die einzelnen Wörter „Master“ und „Shop“ jeweils für sich Eingang in den deutschen Sprachgebrauch gefunden hätten, so gelte dies nicht für deren Zusammensetzung zu „Mastershop“; diese sei schon aufgrund der Fremdsprachlichkeit eher unüblich und auffällig. Zudem handele es sich um eine Wort-/Bildmarke, die schon aufgrund ihres Logos vom Verkehr regelmäßig als Hinweis auf die Waren eines bestimmten Herstellers und damit als Herkunftshinweis aufgefasst werde. Auch ein Freihaltebedürfnis liege nicht vor, weil es sich bei dem Begriff „Mastershop“ weder um eine Bezeichnung der Art, Beschaffenheit, Menge etc. noch sonstiger Merkmale der konkreten Waren oder Dienstleistungen handele.

Die Anmelderin und Beschwerdeführerin beantragt,

den angefochtenen Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 13, vom 25. Oktober 2011 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist teilweise, nämlich im Hinblick auf die Waren „Sprengstoffe, Feuerwerkskörper“ begründet, weil dem Anmeldezeichen insoweit keine Eintragungshindernisse nach § 8 MarkenG entgegenstehen.

Für die übrigen Waren und Dienstleistungen steht dem angemeldeten Zeichen das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, weshalb die Anmeldung insoweit von der Markenstelle zu Recht gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen worden ist.

1. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist Unterscheidungskraft die einem Zeichen innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (BGH BIPMZ 2013, 22, Rdnr. 7 – Starsat; MarkenR 2012, 19, Rdnr. 8 – Link economy; GRUR 2010, 1100, Rdnr. 10 – TOOOR!; GRUR 2010, 825, 826, Rdnr. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, 854, Rdnr. 18 – FUSSBALL WM 2006). Die Hauptfunktion der Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH a. a. O. – TOOOR!). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist das Verständnis der beteiligten inländischen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens (BGH GRUR 2013, 1143 – Aus Akten werden Fakten), wobei auf die Auffassung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen

Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 412, Rdnr. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944, Rdnr. 24 – SAT 2; BGH a. a. O. – FUSSBALL WM 2006). Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl. EuGH GRUR 2004, 428, 431 Rdnr. 53 – Henkel; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 – marktfrisch; MarkenR 2000, 420, 421 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Ausgehend hiervon besitzen Wortmarken keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, 678 Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2013, 522, Rdnr. 11 – Deutschlands schönste Seiten; BGH GRUR 2009, 952, 953 Rdnr. 10 – DeutschlandCard; a. a. O. Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 – BerlinCard; a. a. O. - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - anti KALK) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die – etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. u. a. BGH a. a. O. – FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050, 1051 – Cityservice; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten – Schlechte Zeiten). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH a. a. O. Rdnr. 19, 28 f. - FUSSBALL WM 2006).

a) Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft wird das Anmeldezeichen in Bezug auf die beanspruchten Waren der Klassen 8, 28 und der zurückgewiesenen Waren der Klasse 13 sowie der Dienstleistungen der Klasse 37 nicht

gerecht. Es weist für die genannten Waren und Dienstleistungen einen engen beschreibenden Bezug dahingehend auf.

Das Anmeldezeichen setzt sich hinsichtlich seines Wortbestandteils aus den englischen Begriffen „Master“ und „Shop“ zusammen.

„Master“ hat die Bedeutung von „Meister“, „Herr“ „Lehrer“ (Duden, Die deutsche Rechtschreibung, 25. Auflage 2009, Dudenverlag; Collins Globalwörterbuch Englisch Band 1 Englisch-Deutsch, 1. Auflage 2001; PONS Großwörterbuch für Experten und Universität, Englisch-Deutsch, 1. Auflage 2002, Ernst Klett Sprachen GmbH). Der Begriff „Master“ gehört zum englischen Grundwortschatz und ist u. a. auch mit der Einführung des Mastertitels als akademischer Studienabschluss in Deutschland zweifellos im deutschen Sprachraum allgemein verständlich und bekannt. Das Wort „Shop“ bedeutet „Laden, Geschäft“ (Duden, a. a. O) und hat bereits seit längerer Zeit als Lehnwort Eingang in den deutschen Sprachgebrauch gefunden (vgl. hierzu auch BPatG 27 W (pat) 113/06 – Brautshop).

In der Zusammensetzung hat das Wort „Mastershop“ damit die Bedeutung von „Meistergeschäft“, „Meisterladen“. Die Markenstelle hat dazu bereits zutreffend ausgeführt und mit entsprechenden Rechercheergebnissen belegt, dass es sich bei der Zusammensetzung um einen in unterschiedlichen Waren- und Dienstleistungsbranchen bereits gebräuchlichen Begriff handelt, der auf eine meisterliche oder meisterhafte Verkaufsstätte oder auf eine Verkaufsstätte für Meister hinweist. Nach § 51 des Gesetzes zur Ordnung des Handwerks (Handwerksordnung) darf, wer in dem entsprechenden Handwerk die Meisterprüfung erfolgreich abgeschlossen hat, den Titel des Meisters, der Meisterin führen.

Die Waren der Klasse 8 sowie die zurückgewiesenen Waren der Klasse 13 sind Waren, die nach ihrer Art, Beschaffenheit und der geforderten präzisen Funktionsweise in Handwerksbetrieben, d. h. von einem (Handwerks)Meister gefertigt werden können. Das Herstellen von Waffen, Werkzeugen und Geräten in der sogenannten Schmiede gehört zu den ältesten Handwerksberufen und wird heute

als handwerklicher Ausbildungsberuf des Metallbauers bezeichnet (vgl. Anlage A zum Gesetz zur Ordnung des Handwerks (Handwerksordnung) II Gruppe der Elektro und Metallgewerbe: Nr 16 Metallbauer, Nr 25 Büchsenmacher, Nr 33 Metallbildner). Bei den genannten Waren handelt es sich demzufolge um solche, deren Fertigung in und entsprechend auch deren Angebot durch einen Meisterbetrieb oder den „Meister“ in Frage kommt, also um einen Umstand, der für die von den Waren angesprochenen Verkehrskreise durchaus von Bedeutung ist. Dies zeigen auch die in Ergänzung zu den Belegen der Markenstelle, auf die Bezug genommen wird, der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung überreichten Recherchenergebnisse des Senats:

- **Meisterliche** Gegenstände und Waffen

Ein Waffenschmied ist mit viel Talent, Einsatz und Erfahrung in der Lage, Waffen von höchster Qualität anzufertigen.....und es über die Jahre und Jahrhunderte durchaus einige **Meisterschmiede** gab. Auch aus anderen Handwerkszünften hört man von **meisterlichen** Gegenständen....**Meisterliche** Waffen und Gegenstände entsprechen....(<http://campaignwiki.org/wiki/Goblinbau/Meisterliche> Gegenstände und Waffen, Anlage 1 zum Protokoll der mündlichen Verhandlung);

- **Master** Cutlery Rambo 2 Messer (Standard) – Messerforum.net (www.messerforum.net...Kaufberatung, Anlage 2 zum Protokoll der mündlichen Verhandlung).

Unter den Oberbegriff der Spielzeuge in Klasse 28 fallen auch aufwendig erstellte, naturgetreue (Miniatur)Wiedergaben von Alltagsgegenständen, kunstvolle Puppen sowie Puppenartikel, Baukästen und (Modell)Bausätze, Marionetten, die in speziellen Handwerksbetrieben bzw. in Betrieben, bei denen die handwerkliche Fertigung im Vordergrund steht, hergestellt werden können (vgl. Anlage A der Handwerksordnung Nr 43 Drechsler (Elfenbeinschnitzer) und Holzspielzeug-

macher). Das gleiche gilt auch für die angemeldeten weiteren Waren der Klasse 28, die als Modell- und Replika- Waffen zum einen wie die echten Vorbilder aussehen und zum anderen auch täuschend echt funktionieren sollen (vgl. Anlage A der Handwerksordnung Nr 16 s. o., Nr 25 s. o. , Nr 32 s. o. und Nr 42 Modellbauer).

Die von diesen handwerklich gefertigten Waren angesprochenen inländischen Verkehrskreise, die Endverbraucher, werden, begegnet ihnen das Zeichen im Zusammenhang mit den so gekennzeichneten Waren, diesem entnehmen, dass die fraglichen Produkte auch tatsächlich in einem „Mastershop“, also einem Meistergeschäft/Meisterladen - in Abgrenzung zur industriellen Massenproduktion - gefertigt wurden bzw. in einem solchen angeboten werden. Damit wird aber nur allgemein auf eine Vertriebs- bzw Verkaufsstätte hingewiesen, in der „meisterliche“, d. h. qualitativ hochwertige Waren erhältlich sind.

Die Dienstleistungen „Bauwesen, Reparaturwesen, Installationsarbeiten, Pflege, Wartung, Instandhaltung, Reinigung von Schusswaffen, Tuning und Veredelung von Schusswaffen“ der Klasse 37, die jeweils von einem (Handwerks)Meister erbracht werden können, beschreibt „Mastershop“ dahingehend, dass diese in einem Meistergeschäft/laden erbracht werden. Ausweislich der Handwerksordnung handelt es sich auch hierbei um handwerklich ausgeübte Berufe (Anlage A der Handwerksordnung I Gruppe der Bau- und Ausbaugewerbe sowie II. Gruppe der Elektro- und Metallgewerbe z. B. Nr 22 Installateur).

Der Begriff „Shop“ ist dabei nicht nur für Waren gebräuchlich, sondern auch in Bezug auf Dienstleistungen nicht ungewöhnlich (vgl. auch die diesbezüglichen Feststellungen in BPatG, Beschluss vom 20. Juni 2001, 29 W (pat) 22/00 – Smart Shop; Beschluss vom 11. Februar 2009, 26 W (pat) 9/09 – SHOP). Damit bezeichnet „Mastershop“ die Örtlichkeit, an der die beanspruchten Dienstleistungen erbracht werden.

Bezeichnungen üblicher Angebots- und Vertriebsstätten und um eine solche handelt es sich vorliegend, sind aber nicht schutzfähig (vgl. auch Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Auflage, § 8 Rdnr. 70; Ingerl/Rohnke, 3. Auflage

2010, Rdnr. 138 a. E. zu § 8). Wegen des engen beschreibenden Bezugs zu den genannten Waren und Dienstleistungen werden die angesprochenen Verkehrskreise in dem Wort deshalb keinen betriebsbezogenen Herkunftshinweis sehen.

b) Entgegen den Ausführungen der Anmelderin erhält das angemeldete Zeichen auch nicht durch die graphische Gestaltung die erforderliche Unterscheidungskraft.

Zwar ist von dem Grundsatz auszugehen, dass einer Wortelemente enthaltenden Bildmarke - unbeschadet der fehlenden Unterscheidungskraft dieser Wortelemente - als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden kann, wenn die grafischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (EuGH GRUR 2006, 229, 233 Rdnr. 73, 74 - BioID; BGH a. a. O. - antiKalk; GRUR 1991, 136, 137 - NEW MAN). Allerdings ist der Anmelderin nicht darin zuzustimmen, dass bei einer Bildmarke ein beschreibender Charakter generell noch weniger gegeben sei als bei einer Wortmarke, da der Verkehr ein Logo regelmäßig als Herkunftshinweis auffasse. Denn einfache grafische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbilds, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, vermögen eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebenso wenig aufzuwiegen, wie derartige einfache grafische Gestaltungselemente auch wegen fehlender Unterscheidungskraft für sich nicht als Marke eingetragen werden können. Es bedarf vielmehr eines auffallenden Hervortretens der grafischen Elemente, um sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einzuprägen (BGH GRUR 2008, 710, 711 Rdnr. 20 - VISAGE; a. a. O., 1154 – antiKalk). Dies ist vorliegend aber nicht der Fall.

Das verfahrensgegenständliche Zeichen zeigt eine ellipsenförmige Umrahmung des in Großbuchstaben gehaltenen Wortbestandteils „MASTERSHOP“, das zudem mit Ober- und Unterstrichen, die sich mittig jeweils verdicken und nicht ganz zur seitlichen Umrahmung gezogen sind, versehen ist. Ellipsenförmige Umrahmungen und einfache Ober- und Unterlinien zählen zu den gebräuchlichen und bekannten Mitteln der Hervorhebung (vgl. auch BPatG 24 W (pat)

273/03 - The Butcher Shop & Grill; 26 W (pat) 186/03 - NORWAY CARD; 24 W (pat) 180/02 - Beauty Pads). In diesen einfachen Gestaltungselementen der Wort-/Bildmarke ist kein prägnantes betriebskennzeichnendes Merkmal zu sehen, sie begründen für sich gesehen daher noch nicht die erforderliche Unterscheidungskraft.

Auch die konkrete Zusammenstellung der oben aufgeführten verschiedenen Gestaltungsmittel, die für sich genommen jeweils einfach und werbeüblich sind, weist keine schutzbegründende Komplexität auf, die von dem beschreibenden Aussagegehalt der Wortbestandteile wegführen würde. Insgesamt werden die angesprochenen Verkehrskreise das angemeldete Zeichen als eine Gesamtheit wahrnehmen, in der der sachbezogene Charakter der Wortbestandteile so im Vordergrund steht, dass der bildlichen Gestaltung daneben keine Besonderheit, die über das in der Werbung Übliche hinausgeht, beigemessen wird. Hierbei ist auch zu berücksichtigen, dass an die grafische Ausgestaltung um so größere Anforderungen zu stellen sind, je deutlicher der nicht unterscheidungskräftige Charakter der fraglichen Angabe selbst hervortritt (BGH a. a. O.- antiKalk; BPatG GRUR 1998, 401, 402 - Jean's etc.). Hier hätte es daher eines auffallenden Hervortretens der grafischen Elemente bedurft, um sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einzuprägen.

2. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann aus Sicht des Senats dahinstehen, ob das angemeldete Zeichen darüber hinaus für die fraglichen Waren und Dienstleistungen freihaltebedürftig gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist.

3. In Bezug auf die im Tenor aufgeführten Waren der Klasse 13 „Sprengstoffe, Feuerwerkskörper“ kann dem Zeichen jedoch nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Denn bei den genannten Waren handelt es sich nicht um solche, die in der Regel von Handwerksbetrieben und den entsprechenden Meistern gefertigt werden. Deshalb wird die Bezeichnung auf diesen Waren von

den angesprochenen Verkehrskreisen als Herkunftshinweis wahrgenommen. Auch sind keine Anhaltspunkte für das Vorliegen eines Freihaltebedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erkennbar.

Klante

Dorn

Kriener

Me