



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 543/19

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2015 046 319.1

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 4. August 2020 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Kortbein, des Richters Dr. Söchtig und des Richters Kruppa beschlossen:

Der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 37, vom 8. März 2019 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Ware „Bekleidung“ (Klasse 25) zurückgewiesen worden ist.

Gründe:

I.

Das Wort-/Bildzeichen



ist am 14. Juli 2015 zur Eintragung als blau-weiße Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

- Klasse 1: Chemische Erzeugnisse, Kühlmittel;
- Klasse 2: Farben, Lacke;
- Klasse 4: Technische Öle, Benzin;
- Klasse 7: Motoren;
- Klasse 9: Vermessungsapparate, Geschwindigkeitsanzeiger;
- Klasse 11: Beleuchtungsgeräte;
- Klasse 12: Fahrzeuge, Fahrzeugteile von Landfahrzeugen (soweit in Klasse 12 enthalten);
- Klasse 16: Papier, Druckerzeugnisse, Kataloge;
- Klasse 25: Bekleidung;
- Klasse 27: Automatten;

- Klasse 35: Werbung im Kraftfahrzeugbereich und im Kraftfahrzeugteilehandel, Veranstaltung von Messen zu gewerblichen Zwecken oder zu Werbezwecken auch im Internet;
- Klasse 36: Versicherungswesen;
- Klasse 37: Reparatur und Wartung von Fahrzeugen und deren Teilen;
- Klasse 39: Transportwesen, Fahrzeugvermietung.

Am 27. August 2015 hat die Anmelderin nach Beanstandung des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 37, vom 21. Juli 2015 folgende mit den Farbangaben in dem Anmeldeformular vom 14. Juli 2015 übereinstimmende Markendarstellung eingereicht:



Infolgedessen wurde als Anmeldetag der 27. August 2015 festgesetzt.

Das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 37, hat – nach vorangegangener Beanstandung vom 9. März 2016 – mit Beschluss vom 8. März 2019 die Anmeldung vollumfänglich zurückgewiesen, da dem Anmeldezeichen die für eine Eintragung erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle. Der Wortbestandteil des Anmeldezeichens „Truck Crew“ werde als werbeüblicher Hinweis auf eine sachlich verbundene, besonders motivierte Mannschaft oder Personengruppe verstanden, die als Experten auf dem einschlägigen Gebiet Waren und Dienstleistungen anböten. Der Slogan „Qualität für Ihr Betriebskapital“ stelle eine werbemäßige Anpreisung der Offerte dar und mache gleichzeitig deutlich, dass die Waren und Dienstleistungen für Betriebe bzw. gewerbliche Abnehmer bestimmt seien. In der Gesamtbedeutung vermittele das Anmeldezeichen somit den beschreibenden Hinweis auf ein qualitativ hochwertiges

Waren- und Dienstleistungsangebot für gewerbliche Kunden, das von einer auf Trucks spezialisierten Mannschaft stamme.

Bei den vom Anmeldezeichen beanspruchten Waren „Chemische Erzeugnisse, Kühlmittel; Farben, Lacke; Technische Öle, Benzin; Motoren; Vermessungsapparate, Geschwindigkeitsanzeiger; Beleuchtungsgeräte; Fahrzeuge, Fahrzeugteile von Landfahrzeugen (soweit in Klasse 12 enthalten); Automatten“ sei es naheliegend, dass es sich hierbei um ein speziell für Trucks zugeschnittenes Warenangebot handeln könne, welches an die Besonderheiten und Erfordernisse dieser Fahrzeuge angepasst sei. Die Waren „Papier, Druckerzeugnisse, Kataloge“ könnten über Trucks informieren, so dass hier die Thematik im Vordergrund stehe. Wenn auf der „Bekleidung“ das Wort-/Bildzeichen „Truck Crew Qualität für Ihr Betriebskapital“ angebracht bzw. aufgedruckt werde, werde dies insgesamt als werbemäßige Herausstellung verstanden. Die Dienstleistungen „Werbung im Kraftfahrzeugbereich und im Kraftfahrzeugteilehandel, Veranstaltung von Messen zu gewerblichen Zwecken oder zu Werbezwecken auch im Internet; Versicherungswesen; Reparatur und Wartung von Fahrzeugen und deren Teilen; Transportwesen, Fahrzeugvermietung“ könnten speziell für das Fahrzeugsegment der Trucks angeboten und erbracht werden.

Die Wortelemente des angemeldeten Wort-/Bildzeichens erschöpften sich somit in einer Bezeichnung, die in sprachüblicher Weise auf das fragliche Waren- und Dienstleistungsspektrum und die Anbieter hinweise. Der Verkehr, insbesondere die hier angesprochenen Fachkreise, würden die angemeldete Wortkombination daher nur als beschreibenden Sachhinweis verstehen.

Vorliegend könne die fehlende Unterscheidungskraft der Wortbestandteile auch nicht durch die gewählte grafische Gestaltung des Anmeldezeichens aufgewogen werden. Ein Wort-/Bildzeichen, dessen Wortbestandteil nicht unterscheidungskräftig sei, könne zwar auf Grund seiner Gesamtgestaltung über Unterscheidungskraft verfügen, wenn die grafischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale

aufwiesen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sehe. Soweit die Wortelemente – wie vorliegend – jedoch rein beschreibende Angaben enthielten, bedürfe es vielmehr eines auffallenden Hervortretens der grafischen Elemente, um sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einzuprägen. An einem solch auffälligen Hervortreten fehle es indes. Sowohl die Schriftart als auch die helle Schriftfarbe auf dunklem Hintergrund seien werbeübliche Gestaltungsmittel, die lediglich der Hervorhebung dienen und weder einzeln noch in ihrer Summe eine eigenständige Bedeutung erlangten und damit nicht von der beschreibenden Sachaussage wegführen könnten. Ein schutzbegründender „Überschuss“ könne durch diese bildliche Ausgestaltung schutzunfähiger Wortbestandteile nicht erreicht werden.

Soweit die Anmelderin schließlich noch auf aus ihrer Sicht vermeintlich vergleichbare Voreintragungen verwiesen habe, so entfalteten diese für vorliegendes Verfahren keine Bindungswirkung.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde vom 8. April 2019, mit der sie sinngemäß beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 37, vom 8. März 2019 aufzuheben.

Entgegen der Auffassung des Deutschen Patent- und Markenamtes verfüge das Anmeldezeichen über hinreichende Unterscheidungskraft. Die Begriffe „Truck“ und „Crew“ seien Wörter der englischen Sprache. Der Begriff „Crew“ habe sich im Deutschen etabliert und könne sinngemäß als „Team“ oder wörtlich übersetzt als „Besatzung“ verstanden werden. Der Begriff „Truck“ sei ein fremdsprachiger Begriff geblieben, der im Zuge der Internationalisierung im Sinne von „Lastwagen“ verstanden werde. Die Begriffskombination „Truck Crew“ sei hingegen weder Bestandteil des deutschen noch des englischen Wortschatzes. Insofern handele es sich zwar um eine – nach Übersetzung – verständliche Wortkombination, jedoch nicht um einen gängigen oder allgemein verwendeten Begriff. Hinzu komme, dass

das Anmeldezeichen neben dem weiteren Zeichenbestandteil „Qualität für ihr Betriebskapital“ noch eine grafische Gestaltung aufweise. Zwar sei diese nicht übermäßig dekorativ, allerdings seien bereits die einzelnen Elemente des Anmeldezeichens zur Unterscheidung geeignet. Dies gelte daher erst recht für deren Kombination.

Soweit das Deutsche Patent- und Markenamt ausgeführt habe, die vom Anmeldezeichen beanspruchten Waren und Dienstleistungen seien speziell für Trucks zugeschnitten, greife dies nicht durch. Die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen seien nämlich nicht nur für Lastwagen, sondern auch für eine Vielzahl anderer Produkte verwendbar.

Schließlich verweist die Beschwerdeführerin noch auf aus ihrer Sicht vergleichbare Voreintragungen, welche ebenfalls die Annahme einer hinreichenden Unterscheidungskraft des Anmeldezeichens zu stützen geeignet seien.

Der Senat hat der Beschwerdeführerin mit Schreiben vom 14. Mai 2020 einen gerichtlichen Hinweis erteilt, auf den wegen der näheren Einzelheiten verwiesen wird. Mit Schreiben vom 28. Mai 2020 hat die Beschwerdeführerin nachfolgend ihre Beschwerde, soweit sie nicht die Ware „Bekleidung“ in Klasse 25 betrifft, zurückgenommen.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat – soweit über sie noch zu entscheiden war – Erfolg. Soweit das Deutsche Patent- und Markenamt die Eintragung des Anmeldezeichens für die Ware „Bekleidung“ in Klasse 25 zurückgewiesen hat, erweist sich dies als nicht frei von Rechtsfehlern. Der Eintragung des Anmeldezeichens steht diesbezüglich weder das Schutzhindernis des Fehlens der Unterscheidungskraft gemäß

§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, noch besteht an diesem insoweit ein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

1. Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die dem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR 2012, 610, Rdnr. 42 – Freixenet; GRUR 2008, 608, Rdnr. 66 f. – EUROHYPO; BGH GRUR 2014, 569, Rdnr. 10 – HOT; GRUR 2013, 731, Rdnr. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143, Rdnr. 7 – Starsat; GRUR 2012, 1044, Rdnr. 9 – Neuschwanstein; GRUR 2010, 825, Rdnr. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2010, 935, Rdnr. 8 – Die Vision; GRUR 2006, 850, Rdnr. 18 – FUSSBALL WM 2006). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, Rdnr. 45 – Standbeutel; GRUR 2006, 229, Rdnr. 27 – BioID; GRUR 2008, 608, Rdnr. 66 – EUROHYPO; BGH GRUR 2008, 710, Rdnr. 12 – VISAGE; GRUR 2009, 949, Rdnr. 10 – My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2012, 1143, Rdnr. 7 – Starsat; GRUR 2012, 1044, Rdnr. 9 – Neuschwanstein; GRUR 2012, 270, Rdnr. 8 – Link economy).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren und Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers bzw. -abnehmers der fraglichen Produkte abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, Rdnr. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004,

943, Rdnr. 24 – SAT.2; BGH GRUR 2010, 935, Rdnr. 8 – Die Vision; GRUR 2010, 825, Rdnr. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, Rdnr. 18 – FUSSBALL WM 2006).

Hiervon ausgehend besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens (vgl. BGH GRUR 2013, 1143, Rdnr. 15 – Aus Akten werden Fakten) lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2012, 270, Rdnr. 11– Link economy; GRUR 2009, 952, Rdnr. 10 – DeutschlandCard; GRUR 2006, 850, Rdnr. 19 – FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417 – BerlinCard; GRUR 2001, 1151 – marktfrisch; GRUR 2001, 1153 – antiKALK) 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 GRUR 2006, 850, Rdnr. 19 – FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050 – Cityservice; GRUR 2001, 1143 – Gute Zeiten – Schlechte Zeiten). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft auch solche Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2010, 1100, Rdnr. 23 – TOOOR!; GRUR 2006, 850, Rdnr. 28 – FUSSBALL WM 2006).

Hiervon ausgehend kann dem Anmeldezeichen für die vorliegend allein noch verfahrensgegenständliche Ware „Bekleidung“ in Klasse 25 die für eine Eintragung erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht abgesprochen werden.

Die angesprochenen Verkehrskreise der Durchschnittsverbraucher wie auch der Fachleute werden den Zeichenbestandteil „Truck Crew“ als Hinweis auf eine sachlich verbundene, auf Trucks spezialisierte Expertengruppe verstehen, die auf dem einschlägigen Gebiet Waren und Dienstleistungen anbietet. In Verbindung mit dem weiteren Zeichenelement „Qualität für Ihr Betriebskapital“ bringt das Anmeldezeichen in seiner Gesamtheit zum Ausdruck, dass die genannte Expertengruppe hochwertige Produkte oder Dienstleistungen für das Betriebskapital anbietet. Unter „Kapital“ ist hierbei entsprechend dem alltäglichen Sprachgebrauch das Geld- oder Sachvermögen zu verstehen, das meist für den Güterumlauf bestimmt ist (vgl. unter „www.wikipedia.org“, Suchbegriff: „Kapital“). Der Gesamtbegriff „Betriebskapital“ macht deutlich, dass das Waren- und Dienstleistungsangebot das betriebliche Geld- oder Sachvermögen betrifft und damit für gewerbliche Kunden bestimmt ist.

Unter Berücksichtigung der jüngsten Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs in der Sache „#darferdas?“ muss die Unterscheidungskraft eines als Marke angemeldeten Zeichens unter Berücksichtigung aller relevanten Tatsachen und Umstände, einschließlich sämtlicher wahrscheinlicher Verwendungsarten der angemeldeten Marke, geprüft werden. Sind in der maßgeblichen Branche mehrere Verwendungsarten praktisch bedeutsam, müssen bei der Prüfung der Unterscheidungskraft alle diese verschiedenen Verwendungsarten berücksichtigt werden, um zu klären, ob der Durchschnittsverbraucher der erfassten Waren oder Dienstleistungen das Zeichen als Hinweis auf ihre betriebliche Herkunft wahrnehmen kann. Verwendungsarten, die in der betreffenden Branche zwar denkbar, aber praktisch nicht bedeutsam sind und somit wenig wahrscheinlich erscheinen, sind dagegen für die Prüfung der Unterscheidungskraft irrelevant, es sei denn, der Anmelder hat konkrete Anhaltspunkte geliefert, die eine in der fraglichen Branche unübliche Verwendungsart in seinem Fall wahrscheinlich machen. Die Prüfung der Unterscheidungskraft kann mithin nur in den Fällen auf die wahrscheinlichste Verwendung der angemeldeten Marke beschränkt werden, in

denen in der betreffenden Branche nur eine Verwendungsart praktisch bedeutsam ist (vgl. EuGH GRUR 2019, 1194 – #darferdas?).

Hiervon ausgehend kann dem Anmeldezeichen in Verbindung mit der allein noch beschwerdegegenständlichen Ware „Bekleidung“ nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Im vorliegenden Fall ist davon auszugehen, dass es neben einer rein dekorativen Verwendung des Anmeldezeichens, etwa in Form eines Schriftzugs auf der Vorderseite eines Bekleidungsstückes, auch andere praktisch bedeutsame und naheliegende Möglichkeiten einer Zeichenverwendung für die hier in Rede stehende Ware gibt, beispielsweise auf dem Etikett eines Kleidungsstücks (vgl. in diesem Zusammenhang auch BGH GRUR 2020, 411 – #darferdas? II).

Bei den Wortbestandteilen „Truck Crew“ und „Qualität für Ihr Betriebskapital“ handelt es sich nicht um eine ausschließlich bekenntnishafte Aussage bzw. um eine Botschaft sozialer Kommunikation. Bei solchen liegen konkrete Anhaltspunkte für eine nach außen gerichtete und damit sichtbare Verwendung der Wortfolge vor. Demgegenüber sind andere Verwendungsformen unüblich und praktisch nicht bedeutsam. Derartigen Aussagen und Botschaften fehlt somit in der Regel die Unterscheidungskraft, weil sie stets nur als solche, nicht jedoch als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden werden (vgl. hierzu BPatG GRUR-RR 2020, 203 – Mir all sin Kölle). Der Annahme einer bekenntnishaften Aussage bzw. Botschaft sozialer Kommunikation steht vorliegend der sachliche Inhalt der Wortbestandteile des Anmeldezeichens entgegen. Somit ist im Ergebnis davon auszugehen, dass dessen Anbringung etwa auf dem Etikett eines Bekleidungsstückes ebenso wahrscheinlich, praktisch bedeutsam und naheliegend ist wie auf der Vorderseite eines Bekleidungsstückes. Beide Verwendungsformen sind folglich gleichermaßen der Prüfung der Unterscheidungskraft des Anmeldezeichens zugrunde zu legen (vgl. EuGH a. a. O. – #darferdas?).

Handelt es sich bei Verwendung des Anmeldezeichens auf einem Etikett um eine praktisch bedeutsame Verwendungsform, verfügt es über die für eine Eintragung erforderliche Unterscheidungskraft. Es gilt nämlich der Erfahrungssatz, dass der Verkehr in Zeichen, die sich z. B. auf eingenähten Etiketten auf der Innenseite von Bekleidungsstücken befinden, regelmäßig einen Herkunftshinweis sieht (vgl. BGH GRUR 2008, 1093 – Marlene-Dietrich-Bildnis I; GRUR 2017, 730 – Sterzinsky-Dreieck). Zwar gilt dieser Grundsatz nicht ausnahmslos. Der Senat vermag jedoch keine Anhaltspunkte dafür zu erkennen, dass der angesprochene Verkehr das Anmeldezeichen bei Anbringung auf einem Etikett nicht als Herkunftshinweis ansehen wird. Gegen diese Annahme spricht der bereits erwähnte sachliche Aussagegehalt des Anmeldezeichens, der gerade kein Bekenntnis oder die Identifikation mit einem speziellen Ort oder einem Ereignis (wie beispielsweise ein Musikfestival) zum Ausdruck bringt (vgl. in diesem Zusammenhang BPatG 30 W (pat) 511/17 – reggae jam).

2. Aus vorstehend Gesagtem folgt im Ergebnis weiter, dass der Eintragung des Anmeldezeichens in vorgenanntem Umfang auch kein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht.

Der Beschwerde war daher im verfahrensgegenständlichen Umfang stattzugeben.

Kortbein

Söchtig

Kruppa

Fi