



# BUNDESPATEENTGERICHT

28 W (pat) 525/20

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 30 2019 225 520.1

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 12. Dezember 2022 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Kortge sowie der Richterin Berner und des Richters kraft Auftrags Dr. Poeppel

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I.

Das Wort-/Bildzeichen (blau)



ist am 6. August 2019 unter der Nummer 30 2019 225 520.1 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet worden für Waren der

Klasse 10: Orthopädische Schuhe; Orthopädische Einlagen für Schuhe; Schuheinlagen für orthopädische Zwecke; Orthopädische Schuhwaren; Orthopädische Einlegesohlen; Orthopädische Sohlen; Schuheinlagen gegen Senkfüße; Orthopädische Schuheinlagen; Orthopädische Einlegesohlen mit Fußgewölbestützen;

Klasse 25: Schuhwaren; Schuhwaren für Kinder; Schuhwaren für Damen und Herren; Schuhwaren für den Freizeitbereich.

Mit Beschluss vom 11. November 2019 hat die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 10 des DPMA die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, der Begriff „Walker“ sei im Englischen die Bezeichnung für einen Spaziergänger, Fußgänger, Wanderer oder Geher und werde im inländischen Geschäftsverkehr des hier relevanten Warenssektors zur

Bezeichnung von Schuhen zum Gehen oder Laufen verwendet. Da es auf die Verbindung mit den beanspruchten Waren ankomme, werde der Verkehr bei „walker“ nicht an den Whiskey „Johnny Walker“ denken. Auch die englischen, sprachüblich zusammengesetzten Wortbestandteile SUMMER, TIMELESS und CONVENIENT würden von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen verstanden, so dass von einem Verständnis im Sinne von „Sommerschuh zum Gehen oder Laufen zeitlos und bequem“ auszugehen sei. Mit diesem Bedeutungsgehalt liege eine unmittelbar beschreibende Angabe der Art und Bestimmung der verfahrensgegenständlichen Waren, aber kein betriebsindividualisierender Herkunftshinweis vor. Denn bei den beanspruchten Schuhwaren der Klasse 25 und den angemeldeten orthopädischen Schuhen der Klasse 10 weise das Anmeldezeichen darauf hin, dass es sich um zeitlose und bequeme Schuhe zum Gehen oder Laufen für den Sommer handle, während es bei den orthopädischen Schuheinlagen der Klasse 10 angebe, dass diese für zeitlose und bequeme Schuhe zum Gehen oder Laufen im Sommer bestimmt seien. Die grafische Ausgestaltung der Wortelemente in Groß- und Kleinschreibung, in zwei unterschiedlichen Blautönen und Schriftarten sowie in einer dreizeiligen Anordnung sei nicht geeignet, Unterscheidungskraft zu begründen, weil es sich um gängige grafische Hervorhebungsmittel handle, die insgesamt nicht komplex genug seien. Es entstehe kein über den Sinngehalt der Wortbestandteile hinausgehender bildlicher Gesamteindruck.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie ist der Ansicht, der Begriff „walker“ sei keine allgemein gängige oder branchenübliche Bezeichnung für Schuhe oder orthopädische Einlegesohlen. Laut Duden sei das Substantiv „Walker“ eine Berufsbezeichnung für jemanden, der die Arbeit des „Walkens“ ausführe, die Kurzform für „Nudelwalker“, ein bestimmter Käfer, der dem Maikäfer ähnele oder die Bezeichnung für jemanden, der die Sportart „Walking“ betreibe. In englischer Aussprache werde dieses Wort allenfalls mit dem Whisky „Johnny Walker“ in Verbindung gebracht. Es sei zudem fernliegend, den Begriff Schuhe im Deutschen durch einen englischen Ausdruck zu ersetzen. Auch die englischen Wortbestand-

teile SUMMER, TIMELESS und CONVENIENT seien in Bezug auf die beanspruchten Waren weder unmittelbar beschreibend noch ohne weiteres verständlich. „SUMMER“ bezeichne eine Jahreszeit, die keine beschreibende Aussage über Schuhe oder orthopädische Einlagen treffe, weil diese Waren nicht nur im Sommer verwendet würden. Eine solche Einschränkung gebe es aus technischen Gründen nicht. Trotz positiver Entwicklung der Fremdsprachenkenntnisse gehe es zu weit anzunehmen, dass die Wortelemente „walker“, „timeless“ oder „convenient“ in den von der Markenstelle behaupteten Bedeutungen von einer Mehrheit der Verkehrskreise ohne Weiteres und ohne Unklarheit verstanden würden. Hinzu komme, dass „convenient“ auch mit „willkommen/zweckmäßig/handlich/praktisch“ und „timeless“ mit „ohne Zeit/immerwährend/überzeitlich“ übersetzt werden könnten. Um zu einem beschreibenden Aussagegehalt zu gelangen, seien drei gedankliche Schritte notwendig: Erstens müsse eine fehlerfreie Übersetzung vorgenommen werden. Zweitens müsse erkannt werden, dass „walker“ kein deutscher Nachname, sondern ein englischer Begriff mit der ungebräuchlichen Bedeutung „Schuhe“ sei. Drittens müsse verstanden werden, dass die Jahreszeit Sommer sowie die Übersetzungen von „timeless“ und „convenient“ Eigenschaften von Schuhen angeben. Selbst bei unterstellter beschreibender Bedeutung der Wortbestandteile „TIMELESS“ und „CONVENIENT“ werde ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft erreicht, weil jedenfalls die Wortelemente „WALKER“ und „SUMMER“ unterscheidungskräftig seien. Dies gelte erst recht für die grafische Ausgestaltung, weil die Hervorhebung, Ausschmückung, Abrundung und Farbgestaltung der Wortbestandteile im Stil einer Wortwolke zwischen ihnen eine besondere, bildliche Beziehung herstellten und in einer ungewöhnlichen, eigentümlichen Schriftform ausgeführt seien. Die untere Kante des zentralen Wortes „walker“ sei glatt und erwecke den Eindruck, abgeschnitten zu sein. Die Buchstaben w, a und r wichen vom gewohnten Schriftbild ab.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 10 des DPMA vom  
11. November 2019 aufzuheben.


Mit gerichtlichem Hinweis vom 22. August 2022 ist die Beschwerdeführerin unter Beifügung von Recherchebelegen (Anlagen 1 bis 25, Bl. 40 – 120 GA) auf die Schutzzunfähigkeit des Anmeldezeichens hingewiesen worden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die gemäß §§ 64 Abs. 6, 66 Abs. 1 MarkenG statthafte Beschwerde ist zulässig, aber unbegründet.



1. Der Eintragung des angemeldeten Wort-/Bildzeichens  als Marke steht für die beanspruchten Waren der Klassen 10 und 25 das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

a) Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2015, 1198 Rdnr. 59 f. – Nestlé/Cadbury [Kit Kat]; BGH GRUR 2018, 932 Rdnr. 7 – #darferdas? I; GRUR 2018, 301 Rdnr. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rdnr. 9 – OUI). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2010, 228 Rdnr. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch

Technik]; BGH a. a. O. – #darferdas? I; a. a. O. – OUI). 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. – Pippi-Langstrumpf-Marke). Ebenso 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 (EuGH GRUR 2004, 428 Rdnr. 53 – Henkel; BGH a. a. O. Rdnr. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rdnr. 15 – Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder 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 der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rdnr. 24 – Matratzen Concord/Hukla; BGH GRUR 2014, 376 Rdnr. 11 – grill meister).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH a. a. O. Rdnr. 8 – #darferdas? I; GRUR 2012, 270 Rdnr. 11 – Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH a. a. O. – #darferdas? I; a. a. O. Rdnr. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rdnr. 21 – Gute Laune Drops). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die beanspruchte Ware oder Dienst-

leistung zwar selbst nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt ohne weiteres erfasst und in der Bezeichnung kein Unterscheidungsmittel für deren Herkunft sieht (BGH a. a. O. – #darferdas? I; a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146 Rdnr. 32 – DOUBLEMINT; BGH GRUR 2014, 569 Rdnr. 18 – HOT); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe jedoch dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH MarkenR 2007, 204 Rdnr. 77 f. – CELLTECH; BGH GRUR 2014, 1204 Rdnr. 16 – DüsseldorfCongress).

b) Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1




MarkenG genügt das Wort-/Bildzeichen nicht. Denn die angesprochenen Verkehrskreise haben es bereits zum maßgeblichen Anmeldezeitpunkt, dem 6. August 2019, nur als schlagwortartigen Sachhinweis auf Beschaffenheit oder Bestimmungszweck der beanspruchten Produkte der Klassen 10 und 25, nicht aber als betrieblichen Herkunftshinweis wahrgenommen.

aa) Von den angemeldeten Waren der Klassen 10 und 25 werden breite Verkehrskreise angesprochen, nämlich sowohl der normal informierte, angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher als auch der allgemeine

Schuhwarenfachhandel sowie der Spezialfachhandel für orthopädische Schuhwaren und Einlagen.



bb) Das Anmeldezeichen  setzt sich neben grafischen Elementen aus den Wortbestandteilen „SUMMER“, „walker“, „TIMELESS“, „&“ und „CONVENIENT“ zusammen.

aaa) Das zentrale und durch die Größe besonders hervorgehobene Worтеlement des Anmeldezeichens ist „walker“.

(1) Das deutsche Substantiv „Walker“ hat insgesamt vier Bedeutungen: Es ist erstens die Berufsbezeichnung für eine männliche Person, die die Arbeit des Walkens ausführt. Zweitens wird es als Kurzform für „Nudelwalker“ verwendet. Drittens bezeichnet es einen bestimmten Käfer. Viertens steht „Walker“ für denjenigen, der die sportliche Betätigung des Walkings betreibt (Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 8. Aufl. 2015, S. 1977). Walking bezeichnet intensives Gehen als sportliche Betätigung (Duden a. a. O.). Während die drei erstgenannten Bedeutungen im Kontext der angemeldeten Waren fernliegen, weist das intensive Gehen als sportliche Betätigung einen Sachzusammenhang zu ihnen auf. (Orthopädische) Schuhwaren und orthopädische Schuheinlagen können beim Walking zum Einsatz kommen.

(2) Da der Begriff „walker“ nicht mit einem Großbuchstaben beginnt und von den drei englischen Wörtern „SUMMER“, „TIMELESS“ und „CONVENIENT“ umrahmt wird, wird ihn jedenfalls ein nicht zu vernachlässigender Teil der maßgeblichen Verkehrskreise auch als englischen Begriff wahrnehmen, dem aber ein ähnlicher Bedeutungsgehalt zukommt. Denn das englische Hauptwort „walker“ wird vorrangig mit „Fußgänger“, „Spaziergänger“ oder „Geher“ übersetzt (vgl. PONS Großwörterbuch Englisch, Englisch-Deutsch, 2014, S. 1232; <https://dict.leo.org/englisch-deutsch/walker>; BPatG 27 W (pat) 63/88 – ProWalker; 27 W (pat) 67/10 – BEAUTY



WALKER). Die anderen Bedeutungen, wie „Laufstuhl“, „Gehhilfe“ oder „Begleiter“ liegen im Zusammenhang mit den vorliegenden Waren fern. Auch wenn das englische Substantiv „walker“ nicht zum englischen Grundwortschatz gehört, ist den inländischen Verkehrskreisen zumindest aber das Verb „to walk“ mit seiner Bedeutung „laufen, (zu Fuß) gehen“ geläufig (Langenscheidt Grundwortschatz Englisch, 2000, S. 303). Die Substantivierung dieses Verbs hat aufgrund der dabei maßgeblichen Endung „-er“ große Ähnlichkeit mit der Substantivierung der deutschen Verben „gehen“ und „laufen“ zu „Geher“ und „Läufer“. Vor diesem Hintergrund liegt es nahe, dass schon dem inländischen Durchschnittsverbraucher die Bedeutung des Wortes „walker“ im Sinne von „Geher, Läufer“ bekannt ist. Hierauf kommt es aber nicht entscheidend an. Denn auf jeden Fall kennt der inländische Fachverkehr, dessen Verständnis für sich allein von ausschlaggebender Bedeutung sein kann (EuGH MarkenR 2013, 110 Rdnr. 71 – Abbott Laboratories/HABM [RESTORE]; EuGH GRUR 2010, 534 Rdnr. 30 – Prana Haus/HABM [PRANAHAUS]; GRUR 2006, 411 Rdnr. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 682 Rdnr. 26 – Bostongurka; BPatG 26 W (pat) 509/18 – INTERIEUR BRANDING; 26 W (pat) 507/17 – SMART SUSTAINABILITY; 24 W (pat) 18/13 – CID; 26 W (pat) 550/10 – Responsible Furniture; MarkenR 2007, 527, 529 f. – Rapido), den Bedeutungsgehalt dieses Begriffs, weil ihm unterstellt werden kann, dass er grundsätzlich in der Lage ist, eindeutig beschreibende Angaben auch in fremden Sprachen zu erkennen (BPatG 28 W (pat) 526/15 – SANO; 29 W (pat) 546/16 – Priroda; 26 W (pat) 536/18 – Slumberzone; 30 W (pat) 534/18 – SMARTCORE). Dies gilt auch für die vorliegend angesprochenen inländischen Fachverkehrskreise im orthopädischen Schuhbereich, weil der englische Begriff „walker“ dort schon vor dem Anmeldetag verwendet worden ist, wie die nachfolgenden, vor dem hier maßgeblichen Anmeldetag, dem 6. August 2019, erfolgten Veröffentlichungen belegen:

- Das Informationsportal Nordic Walking gab bereits 2017 unter der URL [www.nordic-walking-infos.de/nordic-walking-schuhe.html](http://www.nordic-walking-infos.de/nordic-walking-schuhe.html) Tipps zu „Walking Schuhen“ und erwähnte dabei auch spezielle Walking-Schuhe, bestimmte Sohlen und orthopädische Einlagen. In dem Beitrag wird zudem zweimal der Begriff

„Walker“ zu Bezeichnung von Personen verwendet, die die sportliche Betätigung des Walkings betreiben (Memento vom 28. Oktober 2017 aus <https://web.archive.org>, Anlage 5 zum gerichtlichen Hinweis).

- Das Produktvergleichsportal [www.ladenzeile.de](http://www.ladenzeile.de) bot bereits im Jahr 2017 unter der Rubrik „Walkingschuhe“ einen Überblick über die damals schon am Markt erhältlichen diversen „Walkingschuhe für Damen“ (Memento vom 19. April 2017 aus <https://web.archive.org>, Anlage 6 zum gerichtlichen Hinweis).
- Auch das Preisvergleichsportal [geizhals.de](http://geizhals.de) führte schon 2016 unter der Überschrift „Nordic-Walking-Schuhe“ eine Vielzahl von Nordic-Walking-Schuhen, von denen im Übrigen drei den Begriff „walker“ in der Produktbezeichnung führten (Memento vom 13. April 2016 aus <https://web.archive.org>, Anlage 7 zum gerichtlichen Hinweis).
- Der Online-Shop von Orthopädie-Schuh Ebner bot über [www.ortho24.at](http://www.ortho24.at) bereits 2017 selbst entwickelte „Walkingschuhe“ als „idealen Trainingspartner“ auch zum Versand nach Deutschland an (Memento vom 13. April 2016 aus <https://web.archive.org>, Anlage 8 zum gerichtlichen Hinweis).
- Die Nordic Walking Schule Pöllmann in Solingen gab unter anderem im Jahr 2018 auf der Unterseite <http://www.nordic-walking-solingen.de/exklusiv.htm> ihres Internetauftritts „TIPPS für den Schuhkauf und Sport-Einlagen“. Mit Blick auf „Walkingschuhe“ betont der Beitrag: „Von der High-Technology werden Produkte für spezielle Einsatzgebiete getestet und produziert, so z.B. Laufschuhe fürs Laufen, Wanderschuhe fürs Wandern und Walkingschuhe fürs Walken! Das Aufsetzen und Abrollverhalten der Füße ist jedes Mal ein anderes.“ Im Hinblick auf beim Schuh-Orthopäden gefertigte „Sporteinlagen“ wird ausgeführt: „Prinzipiell sollten Sie zwei Paar Einlagen besitzen: eins für Schuhe im Alltag und eins für den Sport. Letztere sollten unbedingt biegsam sein und ein Abrollen des Fußes beim Walken ermöglichen. Feste unflexible Einlagen

sind ungeeignet!“ (Memento vom 29. August 2018 aus <https://web.archive.org>, Anlage 9 zum gerichtlichen Hinweis).

- Das Sanitätshaus Nonnengäßler Orthopädietechnik bot jedenfalls seit Mai 2019 sog. Footpower Einlagen auch für Sportler an und unterschied dabei unter anderem zwischen den Einlagen „Footpower Running“ und „Footpower Athletics“, also zwei Sportkategorien, die auch einen Einsatz beim Walking abdecken. Darüber hinaus werden für diese Einlagen auch Kategorien aufgeführt, die das Wort „Walker“ als Bestandteil führen, nämlich „Footpower Businesswalker“ und „Footpower Wellnesswalker“ (Memento vom 21. Mai 2019 aus <https://web.archive.org>, Anlage 10 zum gerichtlichen Hinweis).
- Unter der Bezeichnung Green Feet Schuheinlagen wurden über das Online-Portal [www.einlagen-shop.com](http://www.einlagen-shop.com) im Jahr 2018 in der Kategorie „Einlegesohlen Senkfuß Einlagen“ orthopädische „Green-Feet Active 4 Trekking Wandereinlagen“ angeboten, wobei der Anbieter das Produkt auch als „Walkingeinlage“ bezeichnete (Memento vom 18. September 2018 aus <https://web.archive.org>, Anlage 11 zum gerichtlichen Hinweis).

(3) Vor diesem Hintergrund versteht zumindest der Fachverkehr den Begriff „walker“ als Hinweis darauf, dass die damit gekennzeichneten (orthopädischen) Schuhwaren und orthopädischen Schuheinlagen für Walker, also für sportliche Intensivgeher bestimmt sind. Damit handelt es sich um eine unmittelbar beschreibende Angabe der Zielgruppe oder des Abnehmerkreises (vgl. BPatG 26 W (pat) 41/17 – Sportsfreund; 25 W (pat) 554/14 – MüesliFreund; 24 W (pat) 568/14 – e-FRIEND; 24 W (pat) 545/14 – Funny Knet Freund; 26 W (pat) 204/95 – Holzfreund; 26 W (pat) 201/95 – Naturfreund; 26 W (pat) 554/18 – HERZBLATT; 26 W (pat) 553/18 – Rheinhessen Wine Lovers).

(4) Der Begriff „walker“ wird im hier betroffenen Schuhwarenereich aber auch im Sinne von „Schuh(e)“ verstanden, wie eine Internetrecherche des Senats vor dem

bzw. in zeitlicher Nähe zum hier maßgeblichen Anmeldetag, dem 6. August 2019, ergeben hat:

- In einer Internetveröffentlichung der Polizei NRW zum Thema „Blaue Uniformen bei der Polizei in NRW“ wird – bemerkenswerter Weise sogar außerhalb der hier maßgeblichen Verkehrskreise – unter der Überschrift „Dienstschuhe“ ausgeführt: „Am beliebten und bewährten halbhohen Schnürschuh („Police-Walker“) wird festgehalten.“ Laut der Ergebnisliste bei Google stammt diese Nachricht vom 12. Juni 2017. Die Umstellung auf blaue Uniformen wurde in NRW 2012 abgeschlossen (Anlagenkonvolut 12 zum gerichtlichen Hinweis).
- Das Sportartikel News- und Presseportal [www.spoteo.de](http://www.spoteo.de) verbreitet am 19.03.2013 die Nachricht „Der neue Trail-Walker Spruce von Icebug läuft jetzt mit OutDry Technologie“ und verwendet in diesem Beitrag den Begriff „Trail-Walker“ als Oberbegriff für Trailrunningschuhe („Der Spruce ist das neueste Trail Walker Modell des schwedischen Ice- und Trailrunning Schusters Icebug.“) (Anlage 13 zum gerichtlichen Hinweis).
- Herr Burkhard Hübener, Dienstleister rund um Orthopädieschuhtechnik und Orthopädietechnik, erläuterte auf seiner Internetseite [www.ot-huebener.de](http://www.ot-huebener.de) im Dezember 2017 in einer eigenen Kategorie und unter der Überschrift „Walker“ allgemein schuhartige Produkte zur Ruhigstellung von Bein oder Fuß als angenehme Alternative zum klassischen Gips (Memento vom 9 Dezember 2017 aus <https://web.archive.org>, Anlage 14 zum gerichtlichen Hinweis).
- Im Online-Shop MIKROS wurden in der Kategorie „Verbandschuhe und Walker“ im August 2016 verschiedene „professionelle Orthopädische Produkte“ angeboten (Mementos vom 17. und 28. August 2016 aus <https://web.archive.org>, Anlage 15 zum gerichtlichen Hinweis).

- In der Fachzeitschrift Orthopädie-Technik (OT), dem offiziellen „Fachorgan des Bundesinnungsverbandes für Orthopädie-Technik“ erschien in der Ausgabe April 2020 der Beitrag „Biomechanische Evaluation unterschiedlicher Walker zur Belastungsreduktion an Achillessehne und Sprunggelenk“ (Orthopädie Technik, 2020; 71 (4): 58-64). Dieser Beitrag bezieht sich auf schuhartige orthopädische Produkte und wurde auch im Internet-Fachportal „360°“ des genannten Verbandes veröffentlicht (<https://360-ot.de/biomechanische-evaluation-unterschiedlicher-walker-zur-belastungsreduktion-an-achillessehne-und-sprunggelenk/>, Anlage 16 zum gerichtlichen Hinweis). Zwar liegt der Veröffentlichungszeitpunkt dieses Beitrags rund ein dreiviertel Jahr nach dem hier maßgeblichen Anmeldetag. Er wird jedoch mit etwas zeitlichem Vorlauf erstellt worden sein.

(5) Im Zusammenhang mit den hier betroffenen Waren aus dem orthopädischen Schuhbereich wird das Wort „walker“ entgegen der Ansicht der Anmelderin nicht mit der Whiskymarke „Johnny Walker“ in Verbindung gebracht.

bbb) Bei dem einleitenden Wortbestandteil „SUMMER“ handelt es sich um das zum englischen Grundwortschatz gehörende, der deutschen Übersetzung ähnelnde und damit auch den inländischen Verkehrskreisen geläufige Hauptwort für die Jahreszeit „Sommer“ (Langenscheidt Grundwortschatz Englisch, 2000, S. 272; BPatG 24 W (pat) 18/06 – SUMMER DAY; 27 W (pat) 535/11 – NEUSTADT summer sounds). Sowohl bei normalen Schuhwaren, aber auch im Bereich orthopädischer Schuhe und Einlagen gab es bereits vor dem hier maßgeblichen Anmeldetag Produkte, die speziell für den Einsatz im Sommer bestimmt sind:

- Das Online-Angebot [www.myonso.de](http://www.myonso.de), Meine online Sohle, bot bereits 2017 „Sohlen für den Sommer“ an, mit denen Spreizfuß, Knick-Senkfuß, Hohlfuß und Plattfuß vorgebeugt wird und die Füße stützend korrigieren. Die Sohlen für den Sommer wurden bereits damals nach Angaben des Kunden konzipiert, wobei unter 15 Sportarten einschließlich „Walking“ gewählt werden konnte. Dazu

heißt es: „Die Verwendung spezieller, hochwertiger Materialien garantiert die optimale Unterstützung der typischen Bewegungsprozesse der jeweiligen Sportart.“ (Memento vom 15. März 2017 aus <https://web.archive.org>, Anlage 17 zum gerichtlichen Hinweis).

- Das Unternehmen KRIWAT warb in einer Anzeige in den Kieler Nachrichten vom 17. Mai 2019 mit dem Beitrag „Einlagen im Sommer! Wie soll das gehen?“ für maßgefertigte Sandalen oder Flip-Flops mit individuell modelliertem Fußbett inklusive speziellen Entlastungs- oder Unterstützungselementen, wobei verschiedene Laufsohlen zur Auswahl gestellt werden (Anlage 18 zum gerichtlichen Hinweis).
- Über die Internetseite aliexpress.com wurden orthopädische Sandalen als Sommer Schuhe für Kinder unter dem Namen „Princepard“ angeboten. Laut Google ist dieses Online-Angebot seit dem 7. Juli 2019 online (Anlage 19 zum gerichtlichen Hinweis).

ccc) Das dritte Wortelement „TIMELESS“ wird mit „zeitlos“ übersetzt. Das Wort „time“ für „Zeit“ entstammt dem englischen Grundwortschatz (Langenscheidt Grundwortschatz Englisch, 2000, S. 277) und hat mit den Begriffen „Timelag“, „timen“, „Time-out“, „Timer“ und „Timesharing“ zudem Eingang in die deutsche Sprache gefunden (Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 8. Aufl. 2015, S. 1764). „TIMELESS“ ist, wie z. B. „endless“ mit der Bedeutung „endlos“ (vgl. zur großen Zahl entsprechender Kombinationen im Englischen Lehnert, Rückläufiges Wörterbuch der englischen Gegenwartssprache, 1971, S. 440 bis 443), zusammengesetzt aus einem Substantiv und dem Suffix „-less“ mit der Bedeutung „-los“ (BPatG 24 W (pat) 233/96 – TIMELESS). Zumindest der Fachhandel in den Bereichen Schuhwaren, orthopädische Schuhwaren und orthopädische Schuheinlagen wird „timeless“ daher im Sinne von „zeitlos“ verstehen.

ddd) Das Symbol „&“, auch als „Et-Zeichen“ oder „Und-Zeichen“ bzw. umgangssprachlich als „Kaufmanns-Und“, „kaufmännisches Und“ oder „Firmen-Und“ bezeichnet, ist eine in der Spätantike entstandene Ligatur aus den Buchstaben „e“ und „t“ für das lateinische „et“ mit der Bedeutung „und“, das im Geschäftsbereich, insbesondere in Firmenbezeichnungen (<https://de.wikipedia.org/wiki/Et-Zeichen>), aber auch in der Alltags- und Werbesprache als Abkürzung für „und“ oder die englische Entsprechung „and“ vielfache Verwendung findet (vgl. BPatG 25 W (pat) 82/17 – DRIVE&LIVE; 28 W (pat) 520/15 – Intuitive & Quick; 26 W (pat) 6/16 – Nights & More; 26 W (pat) 501/16 – S&P; 30 W (pat) 514/16 – body & mind science; 29 W (pat) 541/13 – Fast & Easy; 24 W (pat) 528/12 – Hütten & Paläste; 26 W (pat) 35/10 – Call & Surf; 30 W (pat) 541/10 – ROAD & SEA; 29 W (pat) 70/10 – care&share; 26 W (pat) 167/05 – LIGHT & EASY; 32 W (pat) 37/02 – family & co.; 30 W (pat) 176/01 – BLECH & TECHNIK; 27 W (pat) 86/98 – ART & DESIGN).

eee) Der fünfte und letzte Wortbestandteil „CONVENIENT“ ist als Adjektiv des englischen Grundwortschatzes (Langenscheidt Grundwortschatz Englisch, 2000, S. 277) den inländischen Verkehrskreisen in seinen Bedeutungen „günstig, passend, geeignet“ geläufig. Aber auch die Bedeutungen „bequem“ oder „komfortabel“ (<https://dict.leo.org/englisch-deutsch/convenient>), die im Kontext der hier maßgeblichen Waren naheliegen, sind bekannt, weil das dazugehörige englische Substantiv „convenience“ für „Bequemlichkeit“ in der zusammengesetzten Form „Convenience-Food“ im Sinne von Fertiggericht bzw. Gericht, das für den Verbrauch schon weitgehend zubereitet ist, bereits in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen ist (Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 8. Aufl. 2015, S. 382).

cc) In der Gesamtheit kommen den Wortbestandteilen des Anmeldezeichens daher die Bedeutungen zu: „für Walker/sportliche Intensivgeher im Sommer zeitlos und bequem“ oder „Sommerschuhe zeitlos und bequem“.

c) Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der Klassen 10 und 25 sind die Wortelemente des um Schutz nachsuchenden Zeichens zumindest vom angesprochenen Fachverkehr bereits zum Anmeldezeitpunkt, dem 6. August 2019, sofort und ohne weiteres als schlagwortartiger Sachhinweis aufgefasst worden, dass die damit gekennzeichneten (orthopädischen) Schuhwaren der Klasse 25 selbst „zeitlose und bequeme Sommerschuhe“ sind und die beanspruchten orthopädischen Schuheinlagen der Klasse 10 für solche Schuhe bestimmt und geeignet sind, oder sich die (orthopädischen) Schuhwaren nebst orthopädischer Einlagen an Walker, also sportliche Intensivgeher im Sommer richten sowie zeitlos und bequem sind. Die vorliegende Wortkombination vermittelt keinen Gesamteindruck, der über die Summe der beschreibenden Einzelteile hinausgeht.

d) Soweit das Anmeldezeichen offenlässt, aufgrund welcher konkreten Eigenschaften und in welcher Art und Weise die so bezeichneten Schuhe nebst Einlagen für den Sommer und den Walker bequem und zeitlos geeignet sind, vermag dies nichts an der Schutzunfähigkeit zu ändern. Denn die Annahme einer beschreibenden Bedeutung setzt nicht voraus, dass die Bezeichnung feste begriffliche Konturen erlangt und sich damit eine einhellige Auffassung zum Sinngehalt herausgebildet hat. Von einem beschreibenden Begriff kann vielmehr auch dann auszugehen sein, wenn das Zeichen verschiedene Bedeutungen hat, sein Inhalt vage und nicht klar umrissen ist oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Waren oder Dienstleistungen beschreibt (vgl. EuGH GRUR 2004, 146 Rdnr. 32 – DOUBLEMINT; GRUR 2004, 680 Rdnr. 38 - 42 – BIOMILD; BGH GRUR 2014, 872 Rdnr. 25 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rdnr. 18 – HOT; GRUR 2013, 522 Rdnr. 13 – Deutschlands schönste Seiten; BPatG 26 W (pat) 525/20 – GreenClean). Ferner ermöglicht eine solche Unbestimmtheit, einen möglichst weiten Bereich waren- und dienstleistungsbezogener Eigenschaften, Vorteile oder Leistungsinhalte in einer schlagwortartigen und werbewirksamen Weise zu erfassen, ohne diese im Einzelnen zu benennen (vgl. BGH GRUR 2000, 882, 883 – Bücher für eine bessere Welt).




e) Die grafische Ausgestaltung des angemeldeten Wort-/Bildzeichens



kann ebenfalls keine Schutzfähigkeit begründen.


aa) Grundsätzlich kann einer Wortelemente enthaltenden Bildmarke, unbeschadet der fehlenden Unterscheidungskraft dieser Wortelemente, als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden, wenn die grafischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (EuGH GRUR 2006, 229 Rdnr. 73 f. – BioID/HABM [BioID]; BGH GRUR 2010, 640 f. – hey!; GRUR 2001, 1153 – anti Kalk). Dabei vermögen allerdings einfache grafische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbilds, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter nicht aufzuwiegen (vgl. BGH WRP 2014, 573 Rdnr. 32 – HOT; GRUR 2014, 376 Rdnr. 18 – grill meister). Es bedarf vielmehr eines auffallenden Hervortretens der grafischen Elemente, um sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einzuprägen, bzw. eine den schutzunfähigen Charakter der übrigen Markenteile aufhebende, kennzeichnungskräftige Verfremdung im Gesamteindruck der Marke (BGH a. a. O. 1153, 1154 – anti Kalk). Zudem sind an die Ausgestaltung umso größere Anforderungen zu stellen, je deutlicher der beschreibende Charakter der fraglichen Angabe selbst hervortritt (BPatG 29 W (pat) 22/13 – Deutsche Manufakturen e. V.; 26 W (pat) 57/16 – Wacholder).

bb) Aufgrund der eindeutigen Sachaussage der Wortelemente des Anmeldezeichens über die beanspruchten Waren sind hohe Anforderungen an eine kennzeich-

nungskräftige Grafik zu stellen, denen das vorliegende Zeichen  nicht gerecht wird.

aaa) Der Schrifttyp des durch seine Schriftgröße sowie farblich durch einen dunklen Blauton hervortretenden Begriffs „walker“ kommt der am Markt erhältlichen Schriftart „Lustra Semi Bold“ nahe. Der Schrifttyp aller anderen hellblauen Wortelemente ähnelt der gängigen Microsoft Word-Schriftart „Arial“. Sie treten in ihrer Größe deutlich hinter dem Wortbestandteil „walker“ zurück, wobei die Schriftgröße der Elemente „TIMELESS & CONVENIENT“ noch einmal geringfügig kleiner ist als die Schriftgröße des Wortelements „SUMMER“.

bbb) Die dreizeilige Anordnung, bei der das Wort „SUMMER“ rechts oberhalb des zentralen Begriffs „walker“ und die Wörter „TIMELESS & CONVENIENT“ in einer Zeile unterhalb dieses Wortes angeordnet sind, die unterschiedliche Farbgebung sowie die verschiedenen Schrifttypen und -größen sind einfache, werbeübliche Stil-

mittel (vgl. BPatG 27 W (pat) 207/09 – ; 26 W (pat) 531/13 –



, 28 W (pat) 210/04 –



).

ccc) Auch die Ausführung der Wortelemente „SUMMER“, „TIMELESS“ und „CONVENIENT“ in Versalien sowie die Kleinschreibung des Wortes „walker“ können keine Schutzfähigkeit begründen, weil der Verkehr an die willkürliche und nicht den grammatikalischen Regeln folgende Groß- und Kleinschreibung von Wörtern in der Werbung gewöhnt ist (BGH GRUR 2008, 710 Rdnr. 20 – VISAGE; BPatG 30 W (pat) 562/17 – TRAVELNEWS; 26 W (pat) 528/17 – EASYQUICK; 24 W (pat) 8/14 – KIDZ ONLY; 30 W (pat) 56/12 – IRLAB; 26 W (pat) 2/09 – LINKRANK; 26 W (pat) 536/21 – FLEXCAR).

cc) Da die Bildelemente nicht über das in der Werbung Übliche hinausgehen, sind sie nicht geeignet, eine den schutzunfähigen Charakter der Wortbestandteile aufhebende, kennzeichnungs-kraftige Verfremdung im Gesamteindruck zu bewirken.

**III.**  
**Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss ist das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde nur gegeben, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss eine Richterin oder ein Richter mitgewirkt haben, die von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt waren,
3. einer beteiligten Person das rechtliche Gehör versagt war,
4. eine beteiligte Person im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern sie nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe eingereicht werden. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Kortge

Berner

Dr. Poeppel