



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 279/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 45 535.7

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Dr. van Raden und die Richterin Prietzel-Funk am 14. November 2005

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch Beschluss vom 20. September 2004 die Anmeldung der Wortmarke

HEEL LOCK

für

Klasse 25: Schuhwaren, insbesondere Sportschuhe, Trekking-schuhe, Skischuhe;

Klasse 28: Inline-Rollskates, Rollschuhe, Schlittschuhe

gemäß § 37 Abs 1, § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass die angemeldete Marke für die in Anspruch genommenen Waren jeglicher Unterscheidungskraft entbehre. Aus der bloßen Aneinanderreihung der schutzunfähigen Wortbestandteile „HEEL“ und „LOCK“ ergebe sich kein unterscheidungskräftiger Gesamtbegriff, da der Summe der kombinierten Bestandteile kein über die einzelnen Bestandteile hinausgehender Begriffsinhalt zukomme. Bei der Wortfolge „HEEL LOCK“ handele es sich um eine Bezeichnung, die aufgrund ihrer konkreten Wortbildung und ihrem im Vordergrund stehenden Bedeutungsgehalt vom inländischen Verkehr ohne weiteres Nachdenken als beschreibender Sachbegriff und nicht als kennzeichnend im markenrechtlichen Sinne aufgefasst werde. Das angesprochene Publikum werde die Bezeichnung lediglich als Hinweis auf einen Fersenverschluss der betreffenden Schuhwaren und Sportartikel der Klasse 28 ansehen, was um so mehr gelte, als die Bezeichnung „Fersenverschluss“ bereits verwendet werde. Der dargestellte Bedeutungsgehalt werde sich dem angesprochenen Publikum daher unmittelbar erschließen.

Das Zeichen vermöge die erforderliche betriebliche Hinweiswirkung daher nicht zu entfalten. Soweit die Anmelderin auf die Registrierung ihrer Meinung nach vergleichbarer Marken in anderen Ländern verweise, lasse dies keine andere Wertung zu. Im vorliegenden Fall seien die bestehenden Schutzhindernisse so ausgeprägt, dass die davon ausgehende Indizwirkung als widerlegt anzusehen sei. Ob daneben auch ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG vorliege, könne dahinstehen.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde, mit der sie die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses begehrt. Zur Begründung nimmt sie Bezug auf ihre bisherige Argumentation im Verfahren vor der Markenstelle, mit der sie im Wesentlichen auf die Eintragung der deutschen Marke „HEELS ANGELS“, die britischen Marken „HIGH HEEL PRODUCTIONS“, „SACRED HEEL“ und „TAR HEELS“ sowie auf die Gemeinschaftsmarken „ENERGY HEEL“ und „HEEL-SOFT“ als ähnliche Begriffsbildungen verwiesen sowie die Auffassung vertreten hat, es handele sich um eine originelle Wortschöpfung, die, wenn überhaupt, nur einen indirekt beschreibenden Anklang habe.

Nach einem richterlichen Hinweis hat die Anmelderin den hilfsweise gestellten Antrag auf mündliche Verhandlung vor Anberaumung eines Termins mit Schriftsatz vom 24. Oktober 2005 zurückgenommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Zutreffend hat die Markenstelle ausgeführt, dass der Eintragung der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren das absolute Schutzhindernis der mangelnden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 Markengesetz entgegensteht.

Nach dieser Vorschrift können Marken nicht eingetragen werden, denen für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft im Sinne der in Frage stehenden Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solcher anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2005, 258, 259 - Roximycin). Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Die Unterscheidungskraft einer Marke ist zu bejahen, wenn ihr für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie in Anspruch genommen wird, kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann und es sich auch nicht um ein Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr – etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (stdg Rspr, BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl, § 8 Rn 70 mwN). Das bedeutet, dass solche Markenmeldungen, bei deren Wahrnehmung der angesprochene Verkehr in erster Linie eine Beschreibung erkennt, nicht aber einen Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb, nicht eingetragen werden können.

Diese Grundsätze hat die Markenstelle zutreffend angewendet. Der Senat schließt sich den Erwägungen der Markenstelle nach nochmaliger Prüfung der Sach- und Rechtslage in vollem Umfang an und teilt ihre Auffassung, dass die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Wortfolge „HEEL LOCK“ im Zusammenhang mit den angemeldeten Waren „Schuhwaren, insbesondere Sportschuhe, Trekking-schuhe, Skischuhe“ sowie „Inline-Rollskates, Rollschuhe, Schlittschuhe“ im Sinne von „Fersenverschluss“ verstehen. Darunter ist aber eine bestimmte Ausstattung der Sportschuhe zu verstehen, nämlich solche mit einer Verschlusstechnik im Fersenbereich der Sportschuhe, die, was die Anmelderin nicht in Abrede stellt und im

Übrigen durch Google-Recherchen belegt ist, ohne weiteres in beachtlicher Zahl auf dem Markt anzutreffen sind. Hinzu kommt, dass „heel lock“ in der Sportschuh-Fachsprache „Fersenschluss“ oder „Fersenhalt“ bedeutet, was auf eine durch die Ausformung des Sportschuhs festgesetzte Ferse im Schuh selbst hinweist. Dieser Begriff wird ausweislich der der Anmelderin zur Stellungnahme übersendeten Google-Recherche auch in der deutschsprachigen Werbung für Sportschuhe sowie Sportschuhartikel im Sinne der Klasse 28 verwendet. Ebenso wird er in der Werbung für spezielle Ski-Bindungen verwendet, wie die Anmelderin auf einen entsprechenden Hinweis des Gerichts ebenfalls nicht in Abrede gestellt hat. Nach alledem erscheint es ausgeschlossen, dass der Verkehr in der angemeldeten Wortfolge einen betrieblichen Herkunftshinweis erkennen könnte. Entgegenstehendes lässt sich auch dem Vorbringen der Anmelderin im Verfahren vor der Markenstelle nicht entnehmen.

Die von der Anmelderin vorgetragene anderweitige Eintragung von Marken mit dem Bestandteil „HEEL“ rechtfertigt keine andere Beurteilung. Auf die Beantwortung der Frage, ob der Eintragung eines Zeichens ein absolutes Schutzhindernis entgegensteht, hat es im Allgemeinen keinen Einfluss, dass ein ähnliches Zeichen in einem anderen Mitgliedstaat eingetragen worden ist (vgl. EuGH, GRUR 2004, 674 Tz 43 f – Postkantoor). Auch von der Eintragung einer identischen Marke für identische Waren oder Dienstleistungen in einem anderen Mitgliedstaat kann allenfalls eine Indizwirkung ausgehen (EuGH, GRUR 2004, 428 Tz 63 – Henkel; BGH GRUR 2005, 578, 580 - LOKMAUS). Abgesehen davon, dass weder eine identische andere Marke noch sonst etwas ersichtlich ist, von dem eine Indizwirkung ausgehen könnte, trifft es auch nicht zu, dass die von der Anmelderin zitierten anderweitigen Eintragungen der vorliegenden Anmeldemarke „ähnlich“ seien. Sie beinhalten zwar durchweg das Wort „HEEL(s)“. Keine von ihnen weist jedoch einen so offensichtlich beschreibenden Gehalt auf, wie dies vorliegend der Fall ist.

Nach alledem kann dahinstehen, ob für die angemeldete Marke auch ein Freihaltebedürfnis im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG zu bejahen ist.

Dr. Albrecht

Dr. van Raden

Prietzl-Funk

Pü