



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 554/10

(Aktenzeichen)

Verkündet am
15. Juni 2011

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 045 658.2

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 15. Juni 2011 durch die Richterinnen Martens und Bayer sowie den Richter Schell

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortmarke

VELOSOPHIE

als Kennzeichnung für die nachfolgend wiedergegebenen Waren und Dienstleistungen der Klassen 12, 25 und 35:

„Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser; Fahrräder, Rennräder, Mountain-Bikes, Trekking-Räder, Zweiradfahrzeuge und motorisierte Zweiradfahrzeuge sowie Ersatzteile und Zubehör für die vorgenannten Fahrzeuge (soweit in Klasse 12 enthalten); Fahrrad- und Zweiradteile, soweit in Klasse 12 enthalten, insbesondere Fahrradrahmen, Fahrradgabeln, Fahrradlenker, Lenkervorbauten, Gangschaltungen, Zahnradübersetzungen für Fahrräder, Fahrradmotoren, Fahrradreifen, schlauchlose Fahrradreifen, Fahrradschläuche, Fahrradspeichen, Pedale, Sattelstützen, Sättel, Bezüge für Fahrradsättel, Bremsen, Fahrradnaben, Tretlager, Fahrradglocken und -klingeln, Ketten, Felgen, Schutzbleche für Fahrräder, Fahrradschlösser, Diebstahlsicherungen, Fahrrad- und Räderstützen, Zweiradständer, Fahrtrichtungsanzeiger für Fahrräder; Fahrradzubehör, insbesondere Gepäckträger, Fahrradtaschen, Fahrradnetze, Luftpumpen, Drahtkörbe;

Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen; Bekleidung für Zweiradfahrer, Regenbekleidung, Regencapes und -pelerinen, Regenhosen, Regenjacken, Handschuhe, Nierenschützer; Sportschuhe, Fahrradschuhe, Motorradstiefel;

Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen mit Fahrzeugen, Apparaten zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser, Fahrrädern, Rennrädern, Mountain-Bikes, Trekking-Räder, Zweiradfahrzeugen und motorisierten Zweiradfahrzeugen sowie mit Ersatzteilen und Zubehör für die vorgenannten Fahrzeuge (soweit in Klasse 12 enthalten); Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen mit Fahrrad- und Zweiradteilen, soweit in Klasse 12 enthalten, insbesondere Fahrradrahmen, Fahrradgabeln, Fahrradlenker, Lenkervorbauten, Gangschaltungen, Zahnradübersetzungen für Fahrräder, Fahrradmotoren, Fahrradreifen, schlauchlose Fahrradreifen, Fahrradschläuche, Fahrradspitzen, Pedale, Sattelstützen, Sättel, Bezüge für Fahrradsättel, Bremsen, Fahrradnaben, Tretlager, Fahrradglocken und -klingeln, Ketten, Felgen, Schutzbleche für Fahrräder, Fahrradschlösser, Diebstahlsicherungen, Fahrrad- und Räderstützen, Zweiradständer, Fahrtrichtungsanzeiger für Fahrräder; Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen mit Fahrradzubehör, insbesondere Gepäckträgern, Fahrradtaschen, Fahrradnetzen, Luftpumpen, Drahtkörben“

Die Markenstelle für Klasse 12 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung mit Beschluss vom 23. Oktober 2009 durch eine Prüferin des gehobenen Dienstes wegen fehlender Unterscheidungskraft mit der Begründung zurückgewiesen, „VELOSOPHIE“ bezeichne im hier einschlägigen Waren- und Dienstleistungsbereich allgemein eine besondere Betrachtungsweise des Radfahrens, nämlich die Kenner-/Leidenschaft für das Radfahren bzw. die

Philosophie des Fahrradfahrens. In dieser Bedeutung werde die Bezeichnung im Zusammenhang mit dem Fahrradfahren und Fahrrädern bereits beschreibend verwendet, wie eine dem Anmelder mit dem Beanstandungsbescheid übermittelte Internetrecherche vom 23. September 2008 belege. Für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen erschöpfe sich die Bezeichnung daher in einem werbeüblichen Hinweis auf ein Leistungsangebot, bei dem die Philosophie des Radfahrens im Mittelpunkt stehe.

Der Anmelder ist dem Beschluss der Markenstelle mit der Beschwerde entgegengetreten und führt aus, die beanspruchte Bezeichnung sei in ihrer Gesamtheit keine beschreibende Angabe und daher als Herkunftshinweis auf das Unternehmen des Anmelders geeignet. Die Markenstelle habe die Marke in unzulässiger Weise einer zergliedernden und analysierenden Betrachtungsweise unterzogen. Die beanspruchte Wortkombination habe weder Eingang in die deutsche Sprache gefunden noch sei den von der Markenstelle zitierten Internetquellen ein feststehender Begriffsgehalt von „VELOSOPHIE“ zu entnehmen. Die Verwendung in der Werbung stelle für sich gesehen kein Kriterium für die Schutzunfähigkeit der Bezeichnung dar. Zudem besitze die Marke schon deshalb das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft, weil sie im Gegensatz zu einer beschreibenden Angabe allenfalls einen Aussagegehalt suggeriere, zu dem der Verkehr jedoch nur über mehrere gedankliche Schritte gelangen könne. Selbst wenn der Verkehr mit „VELOSOPHIE“ die Bedeutung „Fahrradweisheit“ assoziieren sollte, fehle es aber an einem unmittelbar beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Die Marke werde schon aufgrund unterschiedlicher Formen ihrer Anbringung an den Produkten vom Verkehr als Herkunftshinweis aufgefasst, wie dies in den Entscheidungen des Bundesgerichtshof „Marlene-Dietrich-Bildnis II“ und „TOOOR!“ zum Ausdruck gekommen sei.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss vom 23. Oktober 2009 aufzuheben und die Marke 30 2008 045 658.2 /12 im beantragten Umfang zur Eintragung zuzulassen.

Im Ladungszusatz hat der Senat auf seine Bedenken gegen die Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke hingewiesen und Kopien zu einigen von der Markenstelle genannten Internetfundstellen übersandt, die exemplarisch die übliche Verwendung im relevanten Markt zeigen.

II.

Die nach § 64 Abs. 6 MarkenG statthafte und im Übrigen zulässige Beschwerde des Anmelders ist nicht begründet.

Die Markenstelle hat zu Recht und mit zutreffender Begründung die Anmeldung wegen § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG bedeutet Unterscheidungskraft die Eignung einer Marke vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden und so die beanspruchten Waren und Dienstleistungen als vom einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und gleichzeitig von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidbar zu machen (vgl. EuGH GRUR 2010, 228 Tz 33 - Vorsprung durch Technik; BGH GRUR 2010, 1100, Tz 10 - TOOOR!). Kann eine Marke die Herkunftsfunktion nicht erfüllen, widerspricht es dem Allgemeininteresse, dieses Zeichen durch seine Eintragung ins Markenregister zugunsten des Anmelders zu monopolisieren. Ob eine Marke die erforderliche Unterscheidungskraft aufweist, ist stets im Hinblick auf die konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen aus Sicht der beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen.

Bei der angemeldeten Bezeichnung „VELOSOPHIE“ handelt es sich nach Auffassung der beteiligten Verkehrskreise um einen Begriff, der ein rein produktbezogenes Verständnis vermittelt und im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich zum Ausdruck bringt, mit den Produkten werde eine besondere „Philosophie des Radfahrens“ verbunden und damit schlagwortartig die individuelle Einstellung zum Radfahren an sich beschrieben. Dies ist bereits den ausführlichen Feststellungen der Markenstelle über die vielfältige Verwendung der angemeldeten Bezeichnung auf dem einschlägigen Warengbiet zu entnehmen, denen sich der Senat anschließt. Sie belegen, dass Fahrräder heutzutage als Lifestyleprodukt vermarktet werden, mit dem der Verbraucher nicht nur ein hochwertiges und individuelle Anforderungen erfüllendes Mittel der Fortbewegung erwirbt, dessen positive Auswirkungen auf die Gesundheit allgemein gepriesen werden. Beim einschlägigen Marktauftritt wird vielmehr in der unterschiedlichen Ausstattung der angebotenen Fahrräder, im Fahrradzubehör und der passenden Kleidung quasi ein „weltanschauliche Konzept“ des jeweiligen Radfahrers besonders herausgestellt. Je nach persönlicher Anschauung dient das Fahrrad dem gemütlichen Genussradler oder dem Rennsportler mit Bergerfahrung. Mit dem Kauf eines Fahrrads beruhigt der Verbraucher gleichzeitig sein ökologisches Gewissen, protestiert gegen steigende Kraftstoffpreise und erwirbt nicht zuletzt ein besonders sportliches Image. Das Fahrrad ist somit im Ergebnis Ausdruck des jeweiligen Lebensgefühls seines Benutzers, das mit dem Begriff „VELOSOPHIE“ schlagwortartig beschrieben wird. Soweit der Anmelder die angemeldete Bezeichnung naheliegend mit „Fahrradweisheit“ wiedergibt, ändert dies nichts an dem lediglich sachbezogenen Aussagegehalt der Wortbildung.

So preist ein Fahrradhändler unter der Überschrift „Velosophie“ seine Waren mit dem Hinweis an, dass „Radfahren Spaß macht“ und der Mensch mit dem Fahrrad nicht nur viele Kilometer zurücklegen, sondern auch seine Gesundheit verbessern, die Umwelt entlasten und jede Menge Spaß haben kann (www.cycle-factory.de/velosophie). Je nachdem, unter welchem Motto man in die Pedale tritt,

kann die „Velosophie gesundes schweißtreibendes Kurbeln, aber dabei unverbissen immer reichlich Spaß haben“ bedeuten (Radsportferien auf Sardinien unter www.sardatour.com). Im Ergebnis beschreibt die angemeldete Bezeichnung die beanspruchten Waren der Klasse 12 als für den Einsatz je nach den individuellen Vorstellungen des Einzelnen geeignet, die er mit dem Radfahren verbindet. Abgestimmt auf den jeweiligen Radlertyp und auf seine Ansprüche an die Art der Fortbewegung hat auch die Bekleidung des Radfahrers auszufallen, die zum philosophischen Ausdruck der radelnden Persönlichkeit wird (www.mountainbike-magazin.de/newa/bikes-parts/mit-zwei-pferdestärken...). Neben den Waren der Klasse 12, bei denen es sich um Fahrräder und Zubehör handelt, und der Bekleidung für Radfahrer (Klasse 25) sind auch die beanspruchten Einzelhandelsdienstleistungen auf Kunden mit einer ganz speziellen Einstellung zum Radfahren ausgerichtet. Somit scheidet auch insoweit eine betriebskennzeichnende Wirkung der Angabe „VELOSOPHIE“ aus. Soweit der Anmelder die Bezeichnung wegen ihres nicht festgelegten Begriffsinhalts als eintragungsfähig ansieht, verkennt er, dass eine Sachangabe nicht voraussetzt, dass sie bereits feste begriffliche Konturen erlangt hat und sich eine einhellige Auffassung zum Sinngehalt herausgebildet hat (vgl. BGH GRUR 2008, 900, Rn. 15 - SPA II m. w. N.; GRUR 2009, 952, Rn. 15 - DeutschlandCard). Vorliegend belegen gerade die oben genannten Verwendungsbeispiele aus dem Ladungszusatz, dass „VELOSOPHIE“ eine Bezeichnung darstellt, die zwangsläufig Spielraum für individuelle Identifikationsmöglichkeiten der Verkehrsteilnehmer lässt, die unter den Begriff eigene Erfahrungen und Wunschvorstellungen subsumieren, ohne dass hierdurch der angemeldete Begriff den Bereich eines rein sachbezogenen Verständnisses verlässt.

Aus diesem Grund eignet sich das Wort „VELOSOPHIE“ auch als Sachangabe, die in einem engen beschreibenden Bezug zu den fraglichen Dienstleistungen der Klasse 35 „Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten“ steht. So erscheint eine Werbung unter der Bezeichnung „VELOSOPHIE“ schon deshalb nicht als herkunftskennzeichnend, weil sich unter dieses Schlagwort eine ganze Palette von Dienstleistungen einer Werbeagentur rund ums Fahrrad bzw.

Fahrradfahren einordnen lässt. Wegen seines ausschließlich produktbeschreibenden Inhalts stellt die Bezeichnung vielmehr in branchenüblicher Weise ein universell einsetzbares Motto für die genannten unternehmerischen Tätigkeiten dar, die von oder für Unternehmen angeboten werden, die sich mit der Vermarktung von Fahrrädern beschäftigen bzw. mit Dienstleistungen, bei denen Fahrräder Verwendung finden.

Soweit der Anmelder die Auffassung vertritt, das vorliegende Schutzhindernis entfalle schon deshalb, weil Verwendungen der Marke im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen denkbar seien, bei denen das Markenwort vom Verkehr als Herkunftshinweis verstanden werde, ist dem entgegenzuhalten, dass die bloße Möglichkeit, die beanspruchte Bezeichnung auf Etiketten etwa von Radbekleidungsstücken anzubringen, die Eintragungsfähigkeit nicht begründen kann (BGH GRUR 2010, 1100, Rn. 30, - Tooor!). Das ergibt sich schon daraus, dass solche Etiketten regelmäßig etwa rein beschreibende Material- oder Größenangaben enthalten, bei denen eine Verwendung als Marke nicht in Betracht kommt. Jedenfalls ist im Einzelfall stets zu prüfen, ob der Verkehr in dem Markenwort üblicherweise einen betrieblichen Hinweis sieht, was vorliegend wegen der im Vordergrund stehenden beschreibenden Bedeutung von „VELOSOPHIE“ zu verneinen ist.

Soweit sich der Anmelder auf seiner Ansicht nach vergleichbare Voreintragungen beruft, rechtfertigt dies keine abweichende Entscheidung (vgl. st. Rspr. zuletzt BGH WRP 2011, 349, Rd. 9 ff - FREIZEIT Rätsel Woche).

Martens

Schell

Bayer

Me