



Zu diesem Beschluss ist ein  
Berichtigungsbeschluss  
ergangen am 19.12.2014  
...

# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 522/14

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am  
25. November 2014

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 30 2012 006 126.5

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 1. Juli 2014 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Metternich sowie der Richterin Dr. Schnurr und des Richters Heimen

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 10. Mai 2013 insoweit aufgehoben, als die Markenmeldung 30 2012 006 126.5 „Turne bis zur Urne“ auch für die Waren

(Klasse 18) Aktentaschen; Dokumentenkoffer; Dokumentenmappen; Kindertragtaschen; Kosmetikkoffer; Notenmappen; Schultaschen; Schultornister; Werkzeugtaschen aus Leder (leer);

(Klasse 21) Käbme und/oder Schwämme; Bürsten und Pinsel (ausgenommen für Malzwecke); Putzzeug; rohes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Abfalleimer; Abschminkgeräte (nicht elektrisch); Aerosolzerstäuber, nicht für medizinische Zwecke; Babybadewannen (tragbare); Babyflaschenwärmer (nicht elektrisch); Blumentöpfe und Blumenübertöpfe, nicht aus Papier; Bonbonnieren; Brotbretter; Brotkästen; Brotkörbe; Bürsten und Bürstenwaren, soweit in Klasse 21 enthalten; Butterdosen; Eierbecher; Eimer aller Art; Flaschengießhilfen zum Verhindern von Tropfen; Fliegenklappen; Gießkannen; Gartenhandschuhe; handbetriebene Mühlen für Haushaltszwecke; Keksdosen; Kochgeschirr; kosmetische Geräte; Kuchenformen; Nachttöpfe; Picknickkoffer (Geschirr); Plätzchen- und Keksausstechformen; Körbe für den Haushalt; Puderdosen; Seifenhalter, -schalen, -spender; Schneidbretter für die Küche; Serviettenringe; Siphons für kohlen säurehaltige Wasser; Töpfe; Waschwannen; Zahnseide; Zahnstocher und Zahnstocherbehälter; Handtuchhalter; Papierkörbe, nicht aus Metall; Essig- und Öl ständer; Essstäbchen; Formen für Eiswürfel; Gewürzservice; Griffe aus Porzellan; Handtuchstangen; Parfüm-

zerstäuber; Rasierpinselhalter; Rührstäbchen für Cocktails;  
Schüsseluntersetzer (Tischutensilien); Wäscheklammern;

(Klasse 24) Bett- und Tischdecken; Federbettdecken; Gardinen  
aus Textilien oder aus Kunststoff; Matratzentuch (Inlett) und/oder  
Matratzenüberzüge; Möbelbezüge aus Kunststoff und/oder Texti-  
lien; Reisedecken; Scheibengardinen; Steppdecken, Tischdecken  
(nicht aus Papier); Tischwäsche (nicht aus Papier);

(Klasse 28) Babyrasseln; Baukästen und/oder Bauklötze (Spielwa-  
ren); Geräte für Zauberkünstler; Kreisel (Spielwaren); Kalei-  
doskope; Knallbonbons; Marionetten; Mobiles (Spielwaren); Mur-  
meln; Puppenbetten, -fläschchen, -häuser, -kleider, -stuben;  
Schachspiele; Schaukelpferde; Theatermasken; Christbaum-  
schmuck (ausgenommen Beleuchtungsgeräte und Zuckerwaren)

zurückgewiesen wurde.

## **Gründe**

### **I.**

Nach Beschränkung ihres Warenverzeichnisses mit Erklärung vom  
27. Oktober 2014 beansprucht die Anmelderin des unter der Nummer  
30 2012 006 126.5 geführten Zeichens

## **Turne bis zur Urne**

noch Schutz für die im Tenor dieses Beschlusses genannten Waren der Klassen 18, 21, 24 und 28.

Mit Beschluss vom 10. Mai 2013 hat die Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts durch eine Beamtin des gehobenen Dienstes die Markenmeldung der Anmelderin vom 12. Juli 2012, die neben den nun noch beanspruchten eine Vielzahl weiterer Waren umfasste, insgesamt zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass dem Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft fehle und es sich um eine beschreibende und freihaltebedürftige Angabe handle (§ 37 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Ziff. 1, 2 MarkenG). „Turne bis zur Urne“ sei ein kurzer, durch den Reim von „Urne“ auf „Turne“ geprägter, jedoch weder mehrdeutiger, noch interpretationsbedürftiger Ausspruch. Der durchschnittlich informierte und angemessen aufmerksame Durchschnittsverbraucher werde die angemeldete Wortfolge ohne weiteres im Sinne von „turnen, solange es möglich ist“ oder „turnen bis die (eigene) Asche in der Urne ist“ verstehen. Der angemeldete Slogan entspreche Aussprüchen wie „Arbeiten bis ins Grab“ oder „Arbeiten bis zum Geht-nicht-mehr / bis zum bitteren Ende“. Soweit sich „Turne bis zur Urne“ nicht als Bestimmungsangabe für die beanspruchten Waren eigne, komme der Slogan als thematischer Hinweis in Betracht. Aufgrund des sich jedermann unmittelbar aufdrängenden Aussagegehaltes werde „Turne bis zur Urne“ stets nur als allgemeiner Aufruf für ein lebenslanges Turnen, nicht aber als Kennzeichen eines ganz bestimmten Geschäftsbetriebes verstanden.

Gegen diese Entscheidung wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde. Sie ist der Auffassung, dass dem Slogan zumindest für die nunmehr noch beanspruchten Waren das zu einer Eintragung erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden könne. Im Zusammenhang mit diesen Waren, die in keinem unmittelbaren Zusammenhang mit dem Turnen stünden, könne dem Zeichen kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden. Hervorzuheben seien die Kürze der Wortfolge, eine gewisse Originalität und Prägnanz sowie ein Mindestmaß an Interpretationsaufwand, das

bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen Denkprozess auslöse. Originalität beweise das Anmeldezeichen durch die Verknüpfung eines positiven – weil empfohlenen – Tuns mit dem Sinnbild des Todes – einer Bestattungsurne. Soweit die beanspruchte Wortfolge über keinen unmittelbar beschreibenden Begriffsinhalt verfüge, sei das Zeichen auch nicht im Interesse von Wettbewerbern der Anmelderin freihaltebedürftig. Schließlich sei sie bereits Inhaberin der Marke 30632135 „Turne bis zur Urne“ und der Internationalen Registrierung IR 913631 „Turne bis zur Urne“ jeweils für Waren und Dienstleistungen der Klassen 5, 9, 10, 16, 38, 41 und 44.

Die Anmelderin beantragt zuletzt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 10. Mai 2013 insoweit aufzuheben, als die Markenmeldung 30 2012 006 126.5 „Turne bis zur Urne“ auch für die Waren

(Klasse 18) Aktentaschen; Dokumentenkoffer; Dokumentenmappen; Kindertragtaschen; Kosmetikkoffer; Notenmappen; Schultaschen; Schultornister; Werkzeugtaschen aus Leder (leer);

(Klasse 21) Käämme und/oder Schwämme; Bürsten und Pinsel (ausgenommen für Malzwecke); Putzzeug; rohes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Abfalleimer; Abschminkgeräte (nicht elektrisch); Aerosolzerstäuber, nicht für medizinische Zwecke; Babybadewannen (tragbare); Babyflaschenwärmer (nicht elektrisch); Blumentöpfe und Blumenübertöpfe, nicht aus Papier; Bonbonnieren; Brotbretter; Brotkästen; Brotkörbe; Bürsten und Bürstenwaren, soweit in Klasse 21 enthalten; Butterdosen; Eierbecher; Eimer aller Art; Flaschengießhilfen zum Verhindern von Tropfen; Fliegenklappen; Gießkannen; Gartenhandschuhe; handbetriebene

Mühlen für Haushaltszwecke; Keksdosen; Kochgeschirr; kosmetische Geräte; Kuchenformen; Nachttöpfe; Picknickkoffer (Geschirr); Plätzchen- und Keksausstechformen; Körbe für den Haushalt; Puderdosen; Seifenhalter, -schalen, -spender; Schneidbretter für die Küche; Serviettenringe; Siphons für kohlenensäurehaltige Wasser; Töpfe; Waschwannen; Zahnseide; Zahnstocher und Zahnstocherbehälter; Handtuchhalter; Papierkörbe, nicht aus Metall; Essig- und Ölstände; Essstäbchen; Formen für Eiswürfel; Gewürzservice; Griffe aus Porzellan; Handtuchstangen; Parfümzerstäuber; Rasierpinselhalter; Rührstäbchen für Cocktails; Schlüsseluntersetzer (Tischutensilien); Wäscheklammern;

(Klasse 24) Bett- und Tischdecken; Federbettdecken; Gardinen aus Textilien oder aus Kunststoff; Matratzentuch (Inlett) und/oder Matratzenüberzüge; Möbelbezüge aus Kunststoff und/oder Textilien; Reisedecken; Scheibengardinen; Steppdecken, Tischdecken (nicht aus Papier); Tischwäsche (nicht aus Papier);

(Klasse 28) Babyrasseln; Baukästen und/oder Bauklötze (Spielwaren); Geräte für Zauberkünstler; Kreisel (Spielwaren); Kaleidospkope; Knallbonbons; Marionetten; Mobiles (Spielwaren); Murmeln; Puppenbetten, -fläschchen, -häuser, -kleider, -stuben; Schachspiele; Schaukelpferde; Theatermasken; Christbaumschmuck (ausgenommen Beleuchtungsgeräte und Zuckerwaren)

zurückgewiesen wurde.

Ergänzend wird auf die Verfahrensakten Bezug genommen. In seiner Ladungsverfügung vom 20. Mai 2014 hat der Senat dargelegt, weshalb die Wortfolge „Turne bis zur Urne“ für die noch beanspruchten Waren möglicherweise für schutzfähig erachtet werden könnte. Im Anschluss an den Termin der mündlichen

Verhandlung vom 1. Juli 2014 hat die Anmelderin daraufhin ihr Warenverzeichnis mit Erklärung vom 27. Oktober 2014 auf diese Waren beschränkt.

## II.

Die gemäß §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 Satz 1 MarkenG zulässige Beschwerde hat nach zulässiger Beschränkung des Warenverzeichnisses durch die Anmelderin mit Erklärung vom 27. Oktober 2014 auf die oben genannten Waren der Klassen 18, 21, 24 und 28 in der Sache Erfolg.

### 1.

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 die Waren oder Dienstleistungen damit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR 2010, 228 Rn. 33 - Vorsprung durch Technik; GRUR Int. 2012, 914 Rn. 23 - WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH; BGH GRUR 2013, 522 Rn. 8 - Deutschlands schönste Seiten; GRUR 2013, 731 Rn. 11 - Kaleido). Die Hauptfunktion der Marke besteht 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 (vgl. BGH GRUR 2010, 1100 Rn. 10 - TOOOR!; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 - Starsat).

Die Unterscheidungskraft ist im Hinblick auf jede der Waren, für die eine Marke Schutz beansprucht, gesondert zu beurteilen. Maßgeblich ist die Anschauung des angesprochenen Verkehrs. Dabei ist auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnitts-

verbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen (EuGH GRUR 2008, 608 Rn. 67 - EUROHYPO; BGH BGHZ 193, 21 Rn. 9 - Neuschwanstein; BGH GRUR 2013, 522 Rn. 8 - Deutschlands schönste Seiten; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 11. Aufl., § 8, Rdn. 42). Dieser wird die Marke so wahrnehmen, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtung zu unterziehen. Die nunmehr noch beanspruchten Waren der Klassen, 18, 21, 24 und 28 richten sich an den allgemeinen, angemessen aufmerksamen Durchschnittsverbraucher sowie den Fachverkehr für die in Klasse 18 beanspruchten Taschen, Mappen, Koffer und Tornister, für die in Klasse 21 beanspruchten Haushaltsartikel, für die in Klasse 24 beanspruchten Textilien zur Inneneinrichtung und für die in Klasse 28 beanspruchten Spielwaren, Geräte für Zauberkünstler, Theatermasken sowie für Christbaumschmuck der Klasse 28.

Der genannte großzügige Beurteilungsmaßstab zur Beurteilung der Unterscheidungskraft gilt auch für Wortfolgen, an deren Unterscheidungskraft grundsätzlich keine strengeren Anforderungen als an andere Wortmarken zu stellen sind (EuGH GRUR 2004, 1027 Rn. 32 bis 44 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; EuGH GRUR 2010, 228 Rn. 36 - Vorsprung durch Technik; BGH GRUR 2001, 1043, 1044 f. - Gute Zeiten Schlechte Zeiten). Von mangelnder Unterscheidungskraft ist deshalb bei einer kürzeren Wortfolge lediglich bei beschreibenden Angaben, diffusen, allgemeinen Aussage oder Handlungsaufforderungen in Form einer positiv besetzten Aussage, Anpreisung oder Werbeaussage allgemeiner Art auszugehen (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027 Rn. 32 bis 44 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; GRUR Int. 2011, 255 Rn. 51 - 53 - BEST BUY; MarkenR 2012, 304, Rn. 34 - WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH; BGH GRUR 2001, 1047, 1049 - LOCAL PRESENCE GLOBAL POWER; GRUR 2009, 779, Rn. 16 - Willkommen im Leben). Grundsätzlich nicht unterscheidungskräftig sind dagegen in der Regel längere Wortfolgen (vgl. BGH GRUR 2010, 935, Rn. 11 - Die Vision).



Die hier beanspruchte, sprachüblich aus vier Worten gebildete Wortfolge „Turne bis zur Urne“ zählt zu den nach Maßgabe dieser Rechtsprechung kurzen Slogans. Sein Sinngehalt lässt sich ohne weiteres Nachdenken als ironisch-humorvolle Aufforderung i. S. v. „Treibe dein ganzes Leben lang Sport“ wiedergeben. Von den angesprochenen inländischen Fachverkehrskreisen wird dieser Sinngehalt ebenso wie vom allgemeinen, angemessen aufmerksamen Durchschnittsverbraucher der beanspruchten Waren ohne Mühe in diesem Sinne erfasst werden.

Zur Aufforderung „Turne bis zur Urne“ i. S. v. „Treibe dein ganzes Leben lang Sport“ stehen die nunmehr noch beanspruchten Waren allerdings in keiner ohne weiteres Nachdenken für die angesprochenen Verkehrskreise erfassbaren Beziehung. Denn all diese Waren können weder zum Turnen oder zur Ausübung anderer Sportarten dienen, noch sich thematisch mit dem Sporttreiben befassen oder mit Sport in einem engen funktionalen Zusammenhang stehen, wie dies z. B. bei typischen Merchandising-Produkten im Bereich von Turnen und Sport der Fall sein kann. Insoweit erschöpft sich der Slogan insbesondere nicht in einer bloßen, auf bestimmte Merkmale der beanspruchten Waren bzw. Eigenschaften des Herstellers bezogenen Qualitätsberühmung.

Ferner handelt es sich bei „Turne bis zur Urne“ nicht um ein Zeichen, das der Verkehr unter keinen denkbaren tatsächlichen Umständen als Hinweis auf die Herkunft einer Ware als aus einem bestimmten Unternehmen stammend auffassen könnte, weil sich sein Sinngehalt auf eine diffuse, allgemeine Aussage oder Handlungsaufforderung in Form einer positiv besetzten Aussage, Anpreisung oder Werbeaussage allgemeiner Art beschränkte (vgl. hierzu insbesondere die von der Markenstelle zitierte Entscheidung des 27. Senats, BPatG 27 W (pat) 86/11, B. v. 20. März 2012 - Mach dein Ding sowie BPatG 24 W (pat) 537/12, B. v. 24. Februar 2014 - Wir machen es einfach).

Folglich ist die nunmehr noch beanspruchten Waren betreffend der Wortfolge „Turne bis zur Urne“ in ihrer Gesamtheit die Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht abzusprechen.

2.

Das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG lässt sich in Bezug auf die noch beanspruchten Waren ebenfalls nicht feststellen. Nach dieser Vorschrift sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren dienen können. In Bezug auf die nunmehr noch beanspruchten Waren ist dies, wie ausgeführt, weder derzeit der Fall, noch steht dies für die Zukunft zu erwarten.

Aus diesen Gründen hat die Beschwerde nach Beschränkung des Warenverzeichnisses Erfolg.

### III.

#### **Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,

4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er 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 Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Metternich

Dr. Schnurr

Heimen

Bb