



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 86/14

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2013 011 010.2

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 20. Januar 2015 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Hermann und die Richterin Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet ist das Zeichen

PURETRAINING

als Wortmarke für die Dienstleistungen

Klasse 41:

Dienstleistungen eines Fitnessstudios

Nach Beanstandung mit Bescheid vom 18. März 2013 wies die Markenstelle für Klasse 41 des DPMA mit Beschluss vom 2. Dezember 2013 die Anmeldung vollumfänglich zurück. Zur Begründung ist ausgeführt worden, die angemeldete Marke sei nicht unterscheidungskräftig nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft einer als Marke angemeldeten Bezeichnung sei zwar grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, die erforderliche Unterscheidungskraft könne aber u.a. fehlen, wenn es sich um ein gängiges Wort (oder eine gängige Wortkombination) der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handle, welches im Zusammenhang mit den von der Anmeldung erfassten Waren und/oder Dienstleistungen vom angesprochenen Verkehr stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstan-

den werde. Der Verbraucher sei daran gewöhnt, waren- und/oder dienstleistungsbezogene Angaben (besonders werbemäßig) in komprimierter Form und auch mit Hilfe mehr oder weniger einprägsamer Wortzusammenstellungen vermittelt zu bekommen. Unterscheidungskräftig könnten derartige Bezeichnungen also nur dann sein, wenn sie sich aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise nicht in reinen Sach- oder Werbeaussagen zu den unter der betreffenden Bezeichnung angebotenen Waren und/oder Dienstleistungen erschöpfen.

Diesen an die Unterscheidungskraft zu stellenden geringen Anforderungen werde die angemeldete Bezeichnung PURETRAINING für die beanspruchten Dienstleistungen nicht gerecht, da für den überwiegenden Teil der angesprochenen Verbraucher ein die Eignung zur betrieblichen Herkunftsunterscheidung ausschließender Sinngehalt ohne weiteres erkennbar sei.

Die angemeldete Marke gehe nicht über die Zusammenfügung der beschreibenden Elemente hinaus, sondern erschöpfe sich in deren Summenwirkung. Die angemeldete Bezeichnung PURETRAINING setze sich ohne weiteres erkennbar aus den einfachen englischen Wörtern „pure“ und „Training“ zusammen. Das Adjektiv „pure“ habe wie sein deutsches Pendant „pur“ die Bedeutung „rein, unverfälscht, bloß, nur“; „Training“ sei längst in die deutsche Sprache eingegangen und in seiner Bedeutung „Durchführung eines Programms von vielfältigen Übungen zur Ausbildung von Können, Stärkung der Kondition und Steigerung der Leistungsfähigkeit“ allgemein geläufig. Die Wortkombination in ihrer Gesamtheit werde vom breiten inländischen Publikum im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen ohne weiteres als „reines Training“ verstanden. Die angesprochenen breiten Kreise würden die angemeldete Marke lediglich als beschreibenden Hinweis darauf ansehen, dass Gegenstand der so gekennzeichneten Dienstleistungen eines Fitnessstudios das reine, pure Training, ohne jeden „Schnickschnack“ sei.

Dass die Bezeichnung „PURE TRAINING“ im Firmennamen der Anmelderin enthalten sei, sei unbeachtlich.

Hiergegen richtet sich die nicht schriftsätzlich begründete Beschwerde der Anmelderin, die sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 2. Dezember 2013 aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, da die angemeldete Marke PURETRAINING wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist und die Markenstelle die Anmeldung gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG daher zu Recht vollumfänglich zurückgewiesen hat.

Über die Beschwerde kann der Senat ohne mündliche Verhandlung entscheiden, da die Anmelderin keinen entgegenstehenden Antrag gestellt hat und auch der Senat eine mündliche Verhandlung nicht für erforderlich erachtet.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung als betrieblicher Herkunftshinweis. Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verbraucher im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH GRUR 2006, 850, Tz. 9 - FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674, Tz. 86 -Postkantoor). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u.a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH - FUSSBALL WM 2006, a.a.O.).

Schlagwortartige Wortbildungen wie die hier vorliegende Markenmeldung PURETRAINING unterliegen weder strengeren noch geringeren, sondern den gleichen Schutzvoraussetzungen wie andere Wortmarken. Einerseits reicht allein die Tatsache, dass ein Zeichen als Werbeaussage wirkt - für sich gesehen - nicht aus, um die für die Schutzfähigkeit erforderliche Unterscheidungskraft zu verneinen (vgl. EuGH GRUR 2010, 228, Tz. 44 - VORSPRUNG DURCH TECHNIK). Es ist auch nicht erforderlich, dass schlagwortartige Wortbildungen einen selbständig kennzeichnenden Bestandteil enthalten oder in ihrer Gesamtheit einen besonderen phantasievollen Überschuss aufweisen (vgl. BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft). Ferner kann selbst dann, wenn die jeweilige Marke zugleich oder sogar in erster Linie als Werbeslogan aufgefasst wird, deren Schutzfähigkeit in Betracht kommen, sofern sie zugleich auch als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aufgefasst wird (vgl. EuGH GRUR 2010, 228, Tz. 45 - VORSPRUNG DURCH TECHNIK). Andererseits ist aber bei schlagwortartigen Wortfolgen die für die Schutzfähigkeit erforderliche Unterscheidungskraft zu verneinen, wenn - wie bei anderen Markenkategorien auch - ein zumindest enger beschreibender Bezug im eingangs dargelegten Sinn zu den jeweils konkret beanspruchten Waren oder Dienstleistungen vorliegt. In diesem Zusammenhang ist auch zu berücksichtigen, dass der Verbraucher in Schlagwörtern regelmäßig dann keinen Herkunftshinweis sieht, wenn diese eine bloße Werbefunktion ausüben - z.B. in Form einer Anpreisung der Qualität der betreffenden Waren oder Dienstleistungen - es sei denn, dass die Werbefunktion im Vergleich zu ihrer behaupteten Herkunftsfunktion offensichtlich von untergeordneter Bedeutung ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, 1029 Tz. 35 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT).

Diese Grundsätze werden durch die Entscheidung des EuGH zu „VORSPRUNG DURCH TECHNIK“ nicht entscheidend modifiziert. Auch danach setzt die Bejahung der Unterscheidungskraft unverändert voraus, dass das Zeichen geeignet sein muss, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen (vgl. EuGH GRUR 2010, 228,

Tz. 44 – VORSPRUNG DURCH TECHNIK). Letzteres kann insbesondere dann der Fall sein, wenn die jeweilige Marke nicht nur in einer gewöhnlichen Werbemitteilung besteht, sondern eine gewisse Originalität und Prägnanz aufweist, die ein Mindestmaß an Interpretationsaufwand erfordern oder bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen Denkprozess auslösen (EuGH GRUR 2010, 228, Tz. 57 - VORSPRUNG DURCH TECHNIK; s. auch Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8, Rdn. 177).

Ausgehend hiervon hat die Markenstelle dem angemeldeten Wort PURETRAINING in zutreffender Weise die Unterscheidungskraft für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen abgesprochen.

Bei dem Wort PURETRAINING handelt es sich um eine für die angesprochenen Verbraucher ohne weiteres verständliche Aussage, dass das Angebot der Anmelderin sich als pures Training erweist. Dabei ergibt sich kein Interpretationsbedarf. Die Werbeaussage besteht darin, dass der angesprochene Verbraucher auf der Suche nach purem Training gerade das Trainingsangebot der Anmelderin annehmen möge, sei das Training pur, weil auf Begleitangebote wie Wellness verzichtet wird oder weil Wert auf die Vermittlung reiner Übungsformen gelegt wird. Damit steht jeweils der angebotsbezogene Zusammenhang in Vordergrund. Ergänzend kann auf die überzeugenden Ausführungen der Markenstelle Bezug genommen werden.

Da der Eintragung von PURETRAINING für sämtliche beanspruchten Dienstleistungen das Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, entgegensteht, kommt es auf die Frage, ob für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Interesse von Mitbewerbern zusätzlich von einem Freihaltebedürfnis i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG auszugehen ist, nicht mehr an.

Soweit sich die Anmelderin auf die Eintragung ihrer Ansicht nach vergleichbarer Drittmarken beruft, ändert dies nichts an der fehlenden Schutzfähigkeit für die hier

zu beurteilende Anmeldemarke. Aus der Schutzgewährung für andere Marken kann ein Anmelder keinen Anspruch auf Eintragung ableiten. Voreintragungen führen weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Eintragung zu befinden haben, denn die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke ist keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage (vgl. EuGH MarkenR 2008, 163, 167, Rn. 39 - Terranus; BPatG GRUR 2010, 425 - Volksflat).

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. 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 oder in elektronischer Form einzulegen.

Dr. Albrecht

Hermann

Werner

Hu