



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 35/15

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2013 056 000.0

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts im schriftlichen Verfahren am 7. März 2016 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Klante, des Richters Hermann und der Richterin kraft Auftrags Seyfarth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen 30 2013 056 000.0

The Bloke

ist am 22. Oktober 2013 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für folgende Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 18: Leder und Lederimitationen

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen

Klasse 35: Groß-, Einzel-, -Online und Katalogversandhandelsdienstleistungen in den Bereichen Bekleidungsartikel, Schuhe und Textilwaren.

Mit Beschlüssen vom 22. Oktober 2014 und vom 6. Mai 2015 hat das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 25, die Anmeldung gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG wegen Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen.

Zur Begründung ist ausgeführt, das angemeldete Zeichen setze sich sprachüblich kombiniert aus den englischen Begriffen „The“ und „Bloke“ zusammen, wobei das dem englischen Grundwortschatz entstammende „the“ den inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres als der bestimmte Artikel „der, die, das“ bekannt sei, während „bloke“ im deutschen „Typ, Kerl“ bedeute. In Bezug auf die beanspruchten Waren aus dem Bereich der Mode, den Accessoires und den darauf bezoge-

nen Dienstleistungen sei das Zeichen eine Zweckbestimmungsangabe dahingehend, dass sich die Produkte besonders für einen Kerl eignen. Sie enthielten damit implizit eine Stilangabe, dass es sich um Mode bzw. Accessoires für „Kerle“, also für männliche eher unkonventionelle, einen entsprechenden Stil verkörpernde Männer handelt. Diese objektive Produktbeschreibung werde vom Verkehr ohne weiteres entsprechend verstanden. Maßgebender Verkehrskreis sei sowohl der angesprochene Endabnehmer als auch der am Handel beteiligte inländische Fachkreis aus der Modebranche. „Bloke“ sei ein in den einschlägigen Modefachkreisen häufig verwendeter Fachbegriff zur Umschreibung einer Zielgruppe bzw. eines zielgruppenspezifischen Stils. Die Markenstelle verweist hierzu auf diverse Internet-Fundstellen.

Hiergegen richtet sich die am 2. Juni 2015 erhobene Beschwerde der Anmelderin, mit der sie ausführt, die beteiligten Verkehrskreise würden der angemeldeten Marke keinen eindeutigen im Vordergrund stehenden, unmittelbar beschreibenden Aussagegehalt entnehmen. Es könne nicht festgestellt werden, dass es sich um einen im Inland geläufigen oder künftig gebräuchlichen Begriff handele. Die vorgelegten Belege zeigten, dass das Wort „bloke“ nur ganz vereinzelt Verwendung finde. Keiner der Belege komme für eine zukünftige Beschreibungseignung in Betracht. Die den Beschlüssen des DPMA zu Grunde gelegte Bestimmung der Verkehrskreise sei bedenklich. Durch die Marke werde vorrangig der Endabnehmer angesprochen, also Personen, die Bekleidung im Einzel-, Internet- und Versandhandel für den privaten Gebrauch erwürben. Die mit der Beschwerdeführerin konkurrierenden Groß-, Einzel-, Online- und Versandhändler dürften zu den Fachkreisen zu zählen sein. Die von der Erinnerungsprüferin zitierten Modeblogger gehörten dagegen nicht zu den Fachkreisen. Die Markenstelle gehe in unzulässiger Weise von einer gespaltenen Verkehrsauffassung aus, indem sie einen entscheidungserheblichen Teil der Fachkreise genügen lasse. Selbst wenn man dies tue, müsse innerhalb dieses Kreises eine gewisse Erheblichkeitsschwelle überschritten sein, und selbst beim Fachkreis dürfe nicht unterstellt werden, dass diesem die angemeldete Bezeichnung als sachlich beschreibende Angabe bekannt sei.

„Bloke“ sei kein geläufiger Ausdruck der Welthandelssprache und bilde auch nicht Teil der einschlägigen Fachhandelssprache. Für „echte Kerle“ würde man in der englischen Sprache üblicherweise „real guys“ oder „real men“ verwenden. Mit „bloke“ hingegen werde kein bestimmter Typ bezeichnet. Im Hinblick auf die Bedeutung „burschikose Männer“ sei jegliche Assoziation mit maßgeschneiderter Kleidung fernliegend. Auch in der englischen Sprache würde „bloke“ keine Anzugträger bezeichnen, schon gar nicht einen Träger festlicher Abendgarderobe.

Aus diesen Gründen könne der Marke auch die konkrete Unterscheidungseignung nicht abgesprochen werden.

Die Anmelderin und Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

1. die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 25, vom 22. Oktober 2014 und 6. Mai 2015 aufzuheben
2. hilfsweise, das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis abzuändern wie folgt:
 - Kl. 25: Bekleidungsstücke, nämlich maßangefertigte Anzüge, Schuhwaren, nämlich maßgefertigte Schuhe
 - Kl. 35: Groß-, Einzel-, Online- und Katalogversandhandelsdienstleistungen in den Bereichen Maßanzüge und Maßschuhe

Den hilfsweise gestellten Antrag auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung hat die Beschwerdeführerin am 20. Januar 2016 zurückgenommen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache keinen Erfolg.

1. Da der (hilfsweise) Antrag auf mündliche Verhandlung zurückgenommen worden ist, und der Senat eine mündliche Verhandlung nicht für erforderlich erachtet, kann im schriftlichen Verfahren entschieden werden (§ 69 MarkenG).
2. Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens „The Bloke“ stehen hinsichtlich der beanspruchten Waren sowohl das Schutzhindernis der Freihaltebedürftigkeit gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG als auch das der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat dem Anmeldezeichen daher zu Recht die Eintragung versagt (§ 37 Abs. 1 MarkenG). Das Vorbringen der Beschwerdeführerin rechtfertigt keine anderweitige Beurteilung.
 - a) Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG 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 beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen können.

Bei der Auslegung der absoluten Schutzhindernisse ist nach der Rechtsprechung des EuGH das Allgemeininteresse, das der Regelung zugrunde liegt, zu berücksichtigen (EuGH GRUR 2008, 608, Rn. 55 - EUROHYPO m. w. N.). Die auf Art. 3 Abs. 1 c) der Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates der Europäischen Union 2008/95/EG (MarkenRL) zurückzuführende Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, sämtliche Zeichen oder Angaben, die geeignet sind, Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zu beschreiben, frei zu halten (EuGH GRUR 2012, 616, Rn. 31 - Multi Markets Fund MMF/ NAI - Der Natur-Aktien-Index; EuGH GRUR 2008, 503, Rn. 22, 23 - ADIDAS II;). Es gibt nämlich

insbesondere im Hinblick auf die Notwendigkeit eines unverfälschten Wettbewerbs, Erwägungen des Allgemeininteresses, die es ratsam erscheinen lassen, dass bestimmte Zeichen von allen Wettbewerbern frei verwendet werden können. Solche Zeichen oder Angaben dürfen deshalb nicht aufgrund einer Eintragung nur für ein Unternehmen monopolisiert werden (vgl. EuGH GRUR 2004, 146, Rn. 31 - DOUBLEMINT; EuGH GRUR 2004, 674, Rn. 54, 56 - Postkantoor; EuGH GRUR 2004, 680, Rn. 35-36 -BIOMILD).

Bei der Prüfung von Eintragungshindernissen ist auf die Wahrnehmung des angesprochenen inländischen Verkehrs abzustellen (EuGH GRUR 2006, 411, Rn. 24-26 - Matratzen Concord/Hukla; EuGH GRUR 2004, 428, Rn. 65 - Henkel;). Dieser umfasst alle Kreise, in denen die fragliche Marke aufgrund der beanspruchten Dienstleistungen Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla; EuGH GRUR Int. 2005, 135, Rn. 19 - Maglite; BGH GRUR 2014, 565, Rn. 13 - smartbook; GRUR 2009, 411, Rn. 8 - STREETBALL; BGH GRUR 2008, 900, Rn. 18 - SPA II).

Für die markenrechtliche Schutzfähigkeit fremdsprachiger Angaben kommt es nach höchstrichterlicher Rechtsprechung darauf an, ob die beteiligten inländischen Verkehrskreise im Stande sind, die Bedeutung des fremdsprachigen Markenwortes zu erkennen, wobei gleichermaßen auf die Durchschnittsverbraucher als auch auf die am Handel beteiligten inländischen Fachkreise abzustellen ist, so dass schon das entsprechende Verständnis einer dieser Gruppen ausreichen kann, um das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu bejahen (EuGH GRUR 2010, 534 PRANAHAUS; GRUR 2006, 411 Rdnr. 24 – Matratzen Concord/Hukla). Unter den Tatbestand des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG fallen dabei insbesondere aus gängigen Ausdrücken einer Welthandelsprache – wie Englisch – gebildete beschreibende Angaben.

Das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erfordert nicht, dass die fraglichen Zeichen oder Angaben bereits tatsächlich zu beschreibenden Zwecken für Waren oder Dienstleistungen der angemeldeten Art verwendet werden. Vielmehr genügt es, dass sie zu diesen Zwecken verwendet werden können (EuGH GRUR 2004, 146, 147 Rdnr. 32 - DOUBLEMINT; GRUR 2010, 534 PRANAHAUS). Dies ist bei einem Wortzeichen dann der Fall, wenn es - in üblicher Sprachform und für die beteiligten Verkehrskreise verständlich - ein oder mehrere Merkmale der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (EuGH a. a. O. - DOUBLEMINT). Diese Voraussetzungen liegen hier vor.

Das angemeldete Zeichen setzt sich aus dem englischen Wort „Bloke“ und dem dazugehörigen bestimmten Artikel „The“ zusammen. „Bloke“ bedeutet übersetzt „Kerl, Typ, Bursche, Vogel (i. S. v. auffallender Mensch), Genosse, Mann“ (vgl. Auszüge aus Leo/Englisch-Deutsch Wörterbuch und Dict.cc/Englisch-Deutsch Wörterbuch – Anlage 1).

Angesprochene Verkehrskreise sind sowohl die Endverbraucher, die in einem Geschäft oder Online bzw. über einen Katalog die beanspruchten Waren erwerben und die Dienstleistungen des Onlineversandhandels in Anspruch nehmen als auch die am Handel beteiligten inländischen Verkehrskreise, also die Fachkreise der Modebranche. Es ist nicht ausgeschlossen, dass Vertreter des Fachverkehrs auch in Modeblogs vertreten sind. Im Übrigen stehen, wenn man auf das Verständnis der beteiligten Fachkreise abstellt, bereits die Kenntnisse eines kleinen Teils aller beteiligten Verkehrskreise einer Eintragung entgegen (EuGH GRUR 2010, 534 – PRANAHAUS).

Auch wenn der Begriff „bloke“ nicht ohne weiteres zum englischen Grundwortschatz gezählt werden kann, ist im Hinblick auf die nachweisbar häufige Verwendung des Begriffes (s. Anlagen) davon auszugehen, dass bereits ein erheblicher Teil der modisch interessierten Endabnehmer die Bedeutung ver-

steht, jedenfalls aber der Fachverkehr, der mit den Fachbegriffen in der Modebranche vertraut ist.

Der Umfang der nachgewiesenen bisherigen Verwendung reicht aus, um eine generelle Beschreibungseignung anzunehmen.

In Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen bedeutet „The Bloke“, dass es sich um Mode für Männer bzw. für einen bestimmten, wegen der Bedeutung „Kerl“ wohl eher burschikosen Männertyp handelt, und die angebotenen Dienstleistungen sich auf diese Art von Mode beziehen. Allerdings kann man in Bezug auf die Modebranche den Ausdruck „Bloke“ nicht nur auf burschikose Männer reduzieren. Gibt man in Google „Mode für blokes“ ein, erhält man unter „Bilder zu Mode für blokes“ (s. Anlage 2) eine große Anzahl von Fotos, die männliche Models zeigen, welche in ganz unterschiedlichen Stilrichtungen gekleidet sind (s. Anlage 3). Es werden unterschiedliche „Typen“ gezeigt, nicht nur burschikose Männer. Dazu passt, dass „Bloke“ auch „Typ“ im Sinne von „ganz normaler Typ“ bedeutet (s. Anlage 1 „a regular bloke“). Unter diesen Abbildungen befinden sich auch solche von Männern in klassischen eleganten Anzügen. Dies zeigt, dass „blokes“ entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin auch Anzüge tragen. Dass diese auch maßgeschneidert sein können, ist nicht ausgeschlossen, es passt sogar zu der Bestimmungsangabe „für Kerle/Typen“, dass sie speziell für sie angefertigte Kleidung tragen möchten. Im Übrigen ist für die Annahme einer beschreibenden Angabe nicht erforderlich, dass der Verkehr eine Assoziation zwischen „bloke“ und maßgeschneiderter Kleidung herstellt. Es genügt, wenn er versteht, dass es sich bei mit „The Bloke“ beworbener Kleidung um Männerkleidung handelt. Aus diesen Gründen ändert auch die hilfsweise beantragte Einschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses nichts an der Beschreibungseignung.

- b) Angesichts des rein beschreibenden Aussagegehalts des Begriffes „The Bloke“ in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen fehlt dem

angemeldeten Zeichen auch jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr.1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 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 und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2015, 1198, 1201 Rdnr. 59 f. – Nestlé/Cadbury [Kit Kat]; BGH GRUR 2015, 173, 174 Rdnr. 15 – for you; GRUR 2014, 565, 567 (Nr. 12) - smartbook; GRUR 2013, 731, Nr. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 1143, Nr. 7 - Starsat; BGH GRUR 2012, 270, 271, Nr. 11 - Link economy). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2010, 228 Rdnr. 33 - Audi AG/HABM - Vorsprung durch Technik; BGH GRUR 2015, 173, 174 Rdnr. 15 - for you). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2015, 173, 174 Rdnr. 15 - for you; GRUR 2014, 565, 567 (Nr. 12) - smartbook). 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 GRUR 2015, 173, 174 Rdnr. 16 – for you).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143, 1144, 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 davon besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. BGH GRUR 2006, 850 Rdnr. 19 – FUSSBALL WM 2006; GRUR 2001, 1151, 1152 – marktfrisch).

Dies ist, wie bereits ausgeführt wurde, vorliegend in Bezug auf alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Fall.

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.

Klante

Hermann

Seyfarth

Hu