



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 531/14

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2014 023 746.6

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 17. Mai 2017 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Kortge sowie der Richter Reker und Schödel

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 9. Juli 2014 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

Alpwear

ist am 11. Februar 2014 unter der Nummer 30 2014 023 746.6 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet worden für Waren der

Klasse 9: Handyetuis; Taschen für Mobiltelefone; Laptophüllen; Laptoptaschen; Riemen für Mobiltelefone; Taschen für Fotoapparate; speziell angepasste Kamerataschen; Spezial-etuis für fotografische Apparate und Instrumente; Brillenetuis; Etuis (Brillen); Brillen, Brillenfassungen, Sonnenbrillen, Feuerwehlöschdecken, Feuerwehrsutzbekleidung, Feuerwehrsutzbekleidungsstücke, Feuerwehrschräuche, Rettungswesten; Teile und Zubehör für alle vorgenannten Waren, soweit in dieser Klasse enthalten;

Klasse 18: Leder und Lederimitationen, Pelze, Tierhäute und Felle (sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind); Reise- und Handkoffer; Regenschirme und Sonnenschirme; Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Satt-

lerwaren; Tierbekleidung; Hundeleinen; Gepäck, Taschen, Brieftaschen, Einkaufstaschen, Gürteltaschen, Handtaschen, Reisetaschen, Badetaschen, Jagdtaschen, Sporttaschen, Aktentaschen, Kartentaschen, Schultaschen und andere Tragebehältnisse; Dokumentenmappen; Rucksäcke; Rucksäcke für Bergsteiger; Seebeutel; Kartenetuis; Schlüsseletuis; Werkzeugtaschen aus Leder; Felldecken (Pelz); Futtersäcke; Teile und Zubehör für alle vorgenannten Waren, soweit in dieser Klasse enthalten;

Klasse 25: Kopfdeckungen; Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Gürtel; Hüte; Hosenträger; Mützen; Handschuhe; Teile und Zubehör für alle vorgenannten Waren, soweit in dieser Klasse enthalten.

Mit Beschluss vom 9. Juli 2014 hat die Markenstelle für Klasse 18 des DPMA die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, das Anmeldezeichen setze sich aus den englischen Begriffen „alp“ für „Alm, Berg“ und „wear“ für „Kleidung, Bekleidung; Mode“ zusammen. Die beiden englischen Wörter seien allgemein bekannt, denn Begriffe wie „Sportswear“, „Bikewear“, „Swimwear“, „Homewear“ und „Active Wear“ seien dem Verkehr geläufig. Die Verkehrskreise verstünden das Zeichen daher sofort im Sinn von „Alpenmode“ bzw. „Bergmode“. Das sprachüblich und grammatikalisch richtig zusammengesetzte Zeichen weise daher lediglich werbetypisch darauf hin, dass die so gekennzeichneten Waren für die Alpen bzw. Berge speziell geeignet seien. Eine besondere Eignung für dieses Gelände könne sich aus der Robustheit, bestimmten Trageeigenschaften oder der Wetterfestigkeit der Waren ergeben. Für die beanspruchten Produkte sei das Anmeldezeichen daher unmittelbar beschreibend und werde nicht als Herkunftshinweis aus einem bestimmten Betrieb wahrgenommen. Der Anmelder könne sich

auch nicht auf vermeintlich vergleichbare Voreintragungen berufen, da diese keine Bindungswirkung entfalteteten.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er ist der Ansicht, das Anmeldezeichen stelle eine schutzfähige originelle Wortneuschöpfung, ein Kunstwort, mit vielen Bedeutungsmöglichkeiten dar, das lexikalisch nicht nachweisbar und sprachunüblich gebildet sei. Die von der Markenstelle vorgenommene Aufspaltung des Zeichens in zwei Einzelbegriffe sei unzulässig. Da der Bestandteil „Alp“ kein Adjektiv, sondern ein Substantiv sei, könne es nicht die Merkmale einer Kleidung beschreiben. Die korrekte Kombination der beiden dem Zeichen zugrundeliegenden Begrifflichkeiten müsste „Alpinwear“ lauten. Ein unmittelbar beschreibender Gehalt des Anmeldezeichens sei im Hinblick auf die beanspruchten Waren der Klasse 9, im Wesentlichen Schutzhüllen, Brillen und Feuerwehrgeräte, nicht erkennbar, da der Begriff „Mode“ insoweit keinen Sinn ergebe. Das Gleiche gelte hinsichtlich der in der Klasse 18 angemeldeten Produkte. Lederwaren, Transportbehältnisse, Schirme sowie Tierbekleidung und -zubehör könnten auch im Flachland benützt werden und würden nicht aus im Gebirge gewonnenen Rohstoffen hergestellt. Entsprechendes gelte für die beanspruchten Waren der Klasse 25.

Auf Hinweis des erkennenden Senats mit Schreiben vom 3. April 2017, dem zahlreiche Recherchebelege beigefügt waren (Anlagenkonvolute 1 bis 5, Bl. 137 – 168 GA), hat der Beschwerdeführer seine Anmeldung beschränkt auf folgende Waren der

Klasse 9: Feuerwehrlöschdecken, Feuerwehrschutzbekleidung, Feuerwehrschutzbekleidungsstücke, Feuerweherschläuche, Rettungswesten;

Klasse 18: Leder und Lederimitationen, Pelze, Tierhäute und Felle (sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind); Werkzeugtaschen aus Leder; Feldecken (Pelz).

Er beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 9. Juli 2014 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 MarkenG statthafte Beschwerde ist zulässig und, soweit darüber nach Beschränkung des Warenverzeichnisses durch den Anmel-der noch zu entscheiden ist, auch begründet. Der Eintragung des Wortzeichens „**Alpwear**“ für die noch verbleibenden Produkte stehen keine Schutzhindernisse entgegen, insbesondere fehlt es dem Zeichen nicht an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

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 diese Wa-ren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unter-scheidet (EuGH GRUR 2015, 1198 Rdnr. 59 f. – Nestlé/Cadbury [Kit Kat]; BGH, GRUR 2016, 934 Rdnr. 9 – OUI; GRUR 2015, 173 Rdnr. 15 – for you). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeich-neten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2010, 228 Rdnr. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH a. a. O. – OUI; a. a. O. – for you). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintra-gungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unter-scheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH a. a. O. –

OUI; a. a. O. – for you). 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 a. a. O. Rdnr. 10 – OUI; a. a. O. 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 hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674 Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2012, 270 Rdnr. 11 – Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH a. a. O. Rdnr. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rdnr. 21 – Gute Laune Drops). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH GRUR 2014, 1204 Rdnr. 12 – DüsseldorfCongress). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöp-

fung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146 Rdnr. 32 – DOUBLEMINT); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe jedoch dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH MarkenR 2007, 204 Rdnr. 77 f. – CELLTECH; BGH a. a. O. Rdnr. 16 – DüsseldorfCongress).

2. Diesen Anforderungen genügt das Wortzeichen „**Alpwear**“, weil es weder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt noch einen engen beschreibenden Bezug zu den noch beschwerdegegenständlichen Waren der Klassen 9 und 18 aufweist.

a) Die Feuerwehrausrüstungsprodukte in Klasse 9 richten sich an Feuerwehrräger wie Kommunen oder Unternehmen mit einer Betriebsfeuerwehr und an den Feuerwehrfachhandel. Die ebenfalls in Klasse 9 angemeldeten Waren „Rettungswesten“ sprechen sowohl Feuerwehrräger und Unternehmen der Berufs- und Sportschiffahrt als auch den entsprechenden Fachhandel und den Durchschnittsverbraucher an. Die verbliebenen Waren der Klasse 18 wenden sich an die lederverarbeitende Industrie, den Leder- und Pelzfachhandel sowie an den Endverbraucher.

b) Das Anmeldezeichen setzt sich aus den beiden Bestandteilen „Alp“ und „wear“ zusammen.

aa) Das feminine Substantiv „Alp“ steht für „Alm“ oder als Synonym für „Bergweide, Bergwiese, Hochalm, Hochweide“. Nur in der gehobenen Sprache kommt das maskuline Substantiv „Alp“ mit der Bedeutung „(im alten Volksglauben) koboldhaftes, gespenstisches Wesen, das sich nachts auf die Brust des Schlafenden

setzt und bei ihm ein drückendes Gefühl der Angst hervorruft; [Nacht]mahr“ oder „schwere seelische Last, seelische Bedrückung, Beklemmung“ vor (www.duden.de, s. Anlage 1 zum gerichtlichen Hinweis).

bb) In seiner deutschen Übersetzung bedeutet das englische Substantiv „wear“ „Kleidung, Bekleidung, Mode“ (www.leo.org) und hat in vielerlei zusammengesetzten Wörtern als zweiter Bestandteil wie „Streetwear, Knitwear, Clubwear, Beachwear, Homewear, Sportswear, Bodywear, Underwear“ sogar Eingang in den Duden gefunden (www.duden.de; vgl. auch BPatG 33 W (pat) 181/96 – ACTIVE WEAR; 27 W (pat) 34/98 – RAG WEAR; 27 W (pat) 194/05 – Interactive Wear; 27 W (pat) 16/10 – MATCHWEAR). Das englische Verb „to wear“, das zum Grundwortschatz gehört, hat im Deutschen die Bedeutung „(etwas) tragen“ und wird vor allem im Zusammenhang mit Kleidung und Accessoires verwendet (www.leo.org, s. Anlage 2 zum gerichtlichen Hinweis). Die angesprochenen Verkehrskreise werden das aus dem Englischen stammende Wort daher ohne weiteres verstehen.

cc) In seiner Gesamtheit bedeutet das Zeichen „Alpwear“ daher „Almmode“, „Almkleidung“ oder „Bekleidung bzw. Mode im alpenländischen Stil“. An die maskuline Variante des Substantivs „Alp“ wird der Verkehr nicht denken, wenn er dem Zeichen begegnet, da diese deutlich seltener als die feminine Variante ist und im Gegensatz zu dieser in der angemeldeten Wortkombination keinen Sinn ergibt. Entgegen der Ansicht des Anmelders ist das Zeichen auch sprachüblich gebildet. Es fügt sich problemlos in obige Reihe von Kombinationswörtern mit dem Bestandteil „wear“ ein, denen stets ein Substantiv und kein Adjektiv vorangestellt ist.

c) Für die im Entscheidungszeitpunkt noch beanspruchten Waren der Klassen 9 und 18 vermittelt das um Schutz nachsuchende Zeichen „**Alpwear**“ den angesprochenen Verkehrskreisen aber weder eine Sach- noch eine Werbeaussage produktbezogener Art und es stellt auch keinen engen beschreibenden Bezug zu ihnen her.

aa) Hinsichtlich der Waren der Klasse 9 „*Feuerwehrlöschdecken, Feuerwehrsutzbekleidung, Feuerwehrsutzbekleidungsstücke, Feuerwehrschräuche, Rettungswesten*“ konnte nicht festgestellt werden, dass spezielle Ausrüstung für Bergweiden bzw. für bergiges Gelände existiert, zumal sich ein Feuerwehreinsatz im Gebirge nicht wesentlich von einem im flachen Gelände oder in der Stadt unterscheidet. Die Feuerwehr ist eine Hilfsorganisation mit der Aufgabe, bei Bränden, Unfällen, Überschwemmungen und ähnlichen Ereignissen Hilfe zu leisten, d. h. Menschen, Tiere und Sachwerte zu retten, zu schützen und zu bergen, wobei die Menschenrettung die oberste Priorität hat. (<https://de.wikipedia.org/wiki/Feuerwehr>). Die Bekleidung für Feuerwehrleute hat daher in erster Linie die Funktion, ihren Träger vor Hitze und Funkenflug zu schützen, aber nicht die besonderen klimatischen Bedingungen im Gebirge zu berücksichtigen. Soweit es um die Rettung aus alpinem Gelände wie Lawinen, Schluchten und Höhlen, die sog. Bergrettung, geht, ist dafür in Deutschland die Bergwacht und nicht die Feuerwehr zuständig ([https://de.wikipedia.org/wiki/Bergwacht_\(Deutschland\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Bergwacht_(Deutschland))). Da „*Feuerwehrlöschdecken; Feuerwehrschräuche*“ nicht wie Kleidung getragen werden, ergibt auch der Zeichenbestandteil „wear“ für sie keinen Sinn. „*Rettungswesten*“ als tragbare Westen, die eine Person im Wasser selbständig in die Rückenlage drehen und den Kopf über Wasser halten, um die Atemwege freizuhalten (<https://de.wikipedia.org/wiki/Rettungsweste>), werden in erster Linie im Wasser und bei Überschwemmungen, aber nicht in alpinem Gelände benötigt.

bb) Bei den Waren der Klasse 18 „*Leder und Lederimitationen, Pelze, Tierhäute und Felle (sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind); Felldecken (Pelz)*“ handelt es sich vorwiegend um Rohstoffe, die zunächst zu Kleidung weiterverarbeitet werden müssen, bevor sie getragen werden können. Sofern „*Leder und Lederimitationen, Pelze, Tierhäute und Felle; Felldecken (Pelz)*“ als Teppichersatz, Stuhl- oder Sofabezug bzw. -auflage in Betracht kommen, kann es sich zwar um Einrichtungsgegenstände in alpinem Stil handeln, aber sie werden nicht wie Bekleidung „getragen“.

cc) „*Werkzeugtaschen aus Leder*“ in Klasse 18 gibt es zwar auch zum Umschnallen oder mit Gürtelschlaufe, aber es werden keine besonderen Ausführungen für bergiges Gelände angeboten.

Kortge

Reker

Schödel

prä