

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 252/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 51 570.4

hat der 27. Senat (Markenbeschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 22. Januar 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer, des Richters Albert und der Richterin Friehe-Wich

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

"21 ST CENTURY"

soll für

"wissenschaftliche, elektrische-, photographische-, Film-, optische, Wäge-Apparate und Instrumente; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer;

Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, Reise- und Handkoffer, Regenschirme, Pferdegeschirre und Sattlerwaren; Möbel, Spiegel, Rahmen,

Waren aus Holz, Rohr, Weide und deren Ersatzstoffen oder aus Kunststoffen;

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen"

in das Markenregister eingetragen werden.

Das Deutsche Patent- und Markenamt hat die Anmeldung durch einen von einer Beamtin des höheren Dienstes erlassenen Beschluß vom 28. April 2000 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die aus einfachsten und daher auch dem inländischen Publikum bekannten Grundwörtern der englischen Sprache gebildete Bezeichnung "21 ST CENTURY" weise ohne weiteres verständlich darauf hin, daß die so gekennzeichneten Waren für das 21. Jahrhundert geeignet, also zukunftstauglich und modern seien.

Auf dem Gebiet der Elektronik und der Datenverarbeitung sei es ausweislich der beigefügten Belege üblich, zukunftsweisende Technologien und Produkte mit Bezeichnungen wie "21" oder "für das 21. Jahrhundert" zu bewerben. Eine werbemäßige Anpreisung mit dem für eine besonders moderne Gestaltung stehenden Begriff "21 ST CENTURY" liege aber auch auf dem Bekleidungssektor und im Bereich der Lederwaren und Möbel nicht fern, so daß der Verkehr in der angemeldeten Bezeichnung auch insoweit kein auf die Herkunft der Waren aus einem bestimmten Unternehmen hinweisendes Unterscheidungs mittel sehen werde. Auch der Hinweis des Anmelders auf die Eintragung der angemeldeten Bezeichnung in anderen Warenklassen rechtfertige keine andere Beurteilung, denn frühere Eintragungen führten nicht zu einer anspruchsbegründenden Selbstbindung des Patentamts hinsichtlich der vorliegend zu beurteilenden Marke.

Der Beschluß ist dem Anmelder durch eingeschriebenen Brief, abgesandt am 31. Mai 2000, zugestellt worden.

Am 5. Juni 2000 hat der Anmelder beim Patentamt einen mit Gebührenmarken in Höhe von 345,- DM versehenen Schriftsatz eingereicht, der in dem Betreff - neben dem Namen des Anmelders - folgende Angaben enthält:

Aktenzeichen: 399 51 570.4/9 (und 300 02 895.4/7)

Marke: 21 ST CENTURY - Klassen 9, 18, 20, 25, 7

Beschwerde gegen die Ablehnung der Eintragung.

Zur Begründung führt der Anmelder aus, daß die Bezeichnung "21 ST CENTURY" in Deutschland eher als Marke als im Sinne einer Zeitangabe verstanden werde. Für die Angabe der Herstellungszeit einer Ware sei ein Jahrhundert ein zu langer Zeitraum. In der Bedeutung von "modern" sei die angemeldete Bezeichnung nur als mittelbar beschreibend zu erachten. Ein Freihaltungsbedürfnis an der Bezeichnung "21 ST CENTURY" bestehe nur in Großbritannien und Irland. In nicht englischsprachigen Ländern sei "21 ST CENTURY" als Marke geeignet. Der Ver-

kehr erkenne sofort, von welchem Hersteller die so gekennzeichnete Ware stamme. Es sei ein Unterschied, ob die Bezeichnung "21 ST CENTURY" in einem Text verwendet werde, wie in den von der Markenstelle zitierten Beispielen, oder isoliert als Name eines Produkts. Außerdem beanspruche er Schutz nicht für die nicht eintragbare korrekte Schreibweise "21st century" oder "21st century", sondern für die veränderte Form "21 ST CENTURY" mit Abständen zwischen den Bestandteilen. Es solle ihm wenigstens gestattet werden, für die Marke um Schutz in Südwesteuropa nachzusuchen. Ohne Eintragung in Deutschland sei ihm dies aber nicht erlaubt.

Der Anmelder beantragt, mit der erhobenen einzigen Beschwerde über beide Anmeldungen zu entscheiden, weil "es nicht schön wäre, wenn er später für die Beschwerde in Sachen der Anmeldung in Klasse 7 nochmals 345,-- DM zahlen müsse".

Das in der Beschwerdeschrift neben dem Aktenzeichen der vorliegenden Anmeldung genannte Aktenzeichen "300 02 895.4/7" betrifft die für Waren der Klasse 7 eingereichte Anmeldung "21 ST CENTURY". Gegen die Zurückweisung dieser Anmeldung durch Beschluß einer Beamtin des gehobenen Dienstes vom 22. Mai 2000 hat der Anmelder am 5. Juni 2000 Erinnerung eingelegt.

II.

1. Die Beschwerde ist zulässig (§ 66 Abs 1 und 2 MarkenG). Der Anmelder hat zwar beantragt, mit der Beschwerde auch über die Zurückweisung seiner Parallelanmeldung 300 02 895.4 "21 ST CENTURY" für Waren der Klasse 7 zu entscheiden, gleichzeitig jedoch zum Ausdruck gebracht, daß die Entscheidung im Rahmen seiner einzigen Beschwerde erfolgen solle. Damit ist nicht von zwei Beschwerden auszugehen, die wegen Zahlung nur einer Beschwerdegebühr in Höhe von 345,-- DM beide gemäß § 66 Abs 5 Satz 2 MarkenG als nicht eingelegt anzusehen wären. Nach den Gesamtumständen des Falles wollte der Anmelder er-

sichtlich nur eine, gegen die Zurückweisung der Anmeldung 399 51 570.4 gerichtete Beschwerde einlegen, denn ihm war bewußt, daß gegen die Zurückweisung der Parallelanmeldung 300 02 895.4 durch Beschluß einer Beamtin des gehobenen Dienstes vom 22. Mai 2000 nur die - von ihm auch eingelegte - Erinnerung statthaft ist (§ 64 Abs 1 MarkenG). Dementsprechend hat er auch das Aktenzeichen dieser Anmeldung in dem Betreff nur in einer Klammer angegeben. Seine Annahme, die Parallelanmeldung 300 02 895.4 könne in dem vorliegenden Beschwerdeverfahren gleich vorweg kostenlos mitbehandelt werden, beruht auf einem Rechtsirrtum. Da für jede Anmeldung ein eigenes Anmeldeverfahren durchgeführt wird, in dem auch der Instanzenzug einzuhalten ist, wird der Anmelder in dem Verfahren der Anmeldung 300 02 895.4 erst die Entscheidung der Markenstelle über die Erinnerung abzuwarten haben. Im Falle der Zurückweisung der Erinnerung kann er sodann gemäß § 66 Abs 1 MarkenG unter Zahlung der Gebühr nach Tarif Beschwerde einlegen.

2. Die Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Der angemeldeten Marke steht auch nach Auffassung des Senats das Eintragungshindernis des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegen.

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, besteht die angemeldete Bezeichnung "21 ST CENTURY" aus Wörtern bzw Abkürzungen des einfachsten englischen Grundwortschatzes, die dem deutschen Publikum weitestgehend bekannt sind. Es stellt "21 ST CENTURY" daher ohne weitere Überlegung der entsprechenden deutschen Bezeichnung "21. Jahrhundert" gleich. Diese hat mit dem in aller Welt gefeierten Wechsel von 20. zum 21. Jahrhundert eine über eine bloße Zeitangabe weit hinausgehende Bedeutung erlangt und ist zu dem Inbegriff der Erwartungen und Vorstellungen geworden, die der Verkehr mit dem 21. Jahrhundert verbindet. Das 21. Jahrhundert symbolisiert für ihn Zukunftsorientierung, Fortschritt, Modernität. Dies hat dazu geführt, daß der Begriff "21. Jahrhundert" geradezu als Synonym für Modernität und Fortschritt verwendet wird und in diesem Sinne in der Geschäftswelt als Werbeanpreisung sehr beliebt ist, wie aus den von

der Markenstelle zitierten Belegen hervorgeht. Dabei handelt es sich nur um eine kleine Auswahl aus der Vielzahl der Anzeigen und Werbetexte, die sich des Hinweises auf das 21. Jahrhundert als Ausdruck für Zukunft, Fortschritt und Aktualität bedienen. Aus der Tatsache, daß die Angabe "21. Jahrhundert" bzw die ebenso gebräuchliche englische Form "21 st century" dort meist im Rahmen eines Textzusammenhangs erscheint, kann entgegen der Ansicht des Anmelders nicht gefolgert werden, der Verkehr sehe in dem Begriff "21. Jahrhundert", wenn er in Alleinstellung auf der Ware angebracht ist, das Kennzeichen eines ganz bestimmten Unternehmens. Gerade weil dieser Begriff schon symbolhaft für Zukunft und Modernität steht, ruft er auch für sich allein in Verbindung mit einer Ware zwanglos die Vorstellung eines beschreibenden Hinweises ohne jede betriebskennzeichnende Individualität auf. Dies wird letztlich auch vom Anmelder selbst eingeräumt, wobei er allerdings unzutreffend davon ausgeht, daß die angemeldete Bezeichnung nur im englischsprachigen Raum in beschreibendem Sinne verstanden wird. Wie bereits ausgeführt, macht der deutsche Verbraucher zwischen der deutschen und der englischen Ausdruckform keinen Unterschied, zumal deutsche Werbung von der englischen Sprache stark beherrscht wird.

Der angemeldeten Bezeichnung ist daher selbst unter Anlegung der von der Rechtsprechung geforderten strengen Maßstäbe bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG in bezug auf alle beanspruchten Waren jedes Mindestmaß an Eigenart abzusprechen. Auch die von dem Anmelder gewählte Schreibweise der Wortfolge "21 ST CENTURY" mit kleinen Abständen zwischen den einzelnen Bestandteilen verleiht der angemeldeten Marke keine Besonderheit. Es ist schon zweifelhaft, ob der Verkehr die Schreibweise überhaupt bewußt wahrnimmt. Selbst wenn er sie bemerkt, faßt er sie in der Regel nur als Mittel auf, um die Bezeichnung rein optisch auf den ersten Blick erfaßbar zu machen.

Diese Beurteilung wird gestützt durch die "Today"-Entscheidung des Bundesgerichtshofs (BIPMZ 1998, 248), in der ebenfalls ein allgemeiner Zeitbegriff der engli-

schen Sprache als nicht unterscheidungskräftig erachtet worden ist, weil er vom Verkehr ausschließlich als werbeüblicher Hinweis auf moderne, aktuelle Artikel verstanden wird. Im übrigen hat das Bundespatentgericht, wie dem Anmelder bekannt, die Bezeichnung "21st Century" für Waren der Klasse 3 bereits als nicht schutzfähig erachtet (24 W (pat) 52/99 vom 4. April 2000). Ebenso ist die Marke "WORLD 2000" als nicht unterscheidungskräftiger Hinweis auf die zukunftsorientierte moderne Warenwelt des 21. Jahrhunderts vom Markenschutz ausgeschlossen worden (33 W (pat) 153/99 vom 18. Februar 2000).

Die beiden Voreintragungen der Marke "21 ST CENTURY", auf die sich der Anmelder beruft, sind von dem Deutschen Patentamt ohne Beteiligung des Bundespatentgerichts eingetragen worden und rechtfertigen keinen Anspruch des Anmelders auf Fehlerwiederholung, worauf die Markenstelle bereits zutreffend hingewiesen hat.

Dr. Schermer

Albert

Friehe-Wich

Pü