

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 117/02

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 18 243.4

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. Februar 2003 durch Dr. Albrecht als Vorsitzenden, Richter Sekretaruk und RichterIn k. A. Bayer

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 - vom 5. März 2002 aufgehoben soweit die Eintragung versagt wurde.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

Deutscher Akademikertag

hat die Markenstelle für Klasse 41 für

Bücher, Zeitungen und Zeitschriften; Druckereierzeugnisse, Photographien, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Weiterbildung, Veranstaltung von Kongressen und Seminaren, Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften

zurückgewiesen, weil das angemeldete Zeichen sprachüblich – wie z.B. Kirchentag – gebildet sei und eine deutschlandweite Großveranstaltung beschreibe, bei der sich Akademiker trafen. Die versagten Waren und Dienstleistungen hätten diese Veranstaltung zum Inhalt oder würden im Zusammenhang damit angeboten.

Gegen diese Entscheidung hat der Anmelder Beschwerde eingelegt. Er ist der Ansicht, die von der Markenstelle herangezogenen Fundstellen bezögen sich auf

den CDA selbst, dessen Eintragung im Vereinsregister noch ausstehe, weshalb der Anmelder als Treuhänder auftrete. Der CDA führe den Deutschen Akademikertag seit 1980 jährlich durch, so dass hilfsweise Durchsetzung belegt werden könne.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

den Beschluss vom 5. März 2002 aufzuheben soweit die Anmeldung zurückgewiesen wurde.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg.

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht für die versagten Waren und Dienstleistungen weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft noch das nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen zu dienen. Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, das heißt, jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (st. Rspr.; BGH GRUR 2002, 261 – AC). Unterscheidungskraft in diesem Sinne ist gegeben, wenn eine Marke keinen für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt hat und es sich auch sonst nicht um ein Wort handelt, das der Verbraucher - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel versteht (st. Rspr.; BGH GRUR 2002, 816 - BONUS II).

Die (konkrete) Unterscheidungseignung fehlt der angemeldeten Marke für die noch strittigen Waren und Dienstleistungen danach nicht, denn der Marke kommt insoweit kein ohne weiteres erkennbarer beschreibender Begriffsinhalt zu. Eine Verwendung von „Deutscher Akademikertag“ im beschreibenden Sinn bzw. als im Vordergrund stehende Sachangabe ist nicht nachweisbar.

Die von der Markenstelle herangezogenen Internetfundstellen betreffen bezüglich „Deutscher Akademikertag“ einen Anbieter, der den Veranstaltungstitel markenmäßig verwendet. Für ihn handelt der Anmelder. Die übrigen Verwendungen beziehen sich allein auf „Akademikertag“.

Bei „Deutscher Akademikertag“ handelt es sich für die Waren und Dienstleistungen, für die die Eintragung versagt wurde, ferner um keine beschreibende Sachaussage, da offen bleibt, was die zu einer mit „Tag“ bezeichneten Veranstaltung versammelten Akademiker beim Deutschen Akademikertag tun bzw. geboten bekommen. Es kann um Stellenvermittlung gehen, wie bei Abituriententagen, oder um wissenschaftliche Diskussionen, wobei aber das fachliche Thema und sogar die fachliche Ausrichtung (Medizin, Jura etc.) offen bleiben. Es könnte sich auch um Geselligkeit handeln oder um eine Mischung von allem.

Daher kann nicht festgestellt werden, dass der inländische Verbraucher die Wortmarke nur in einem bestimmten Sinn verstehen wird. Vielmehr liegt Mehrdeutigkeit vor, was für Unterscheidungskraft spricht (vgl. BGH GRUR 2001, 1150 – LOOK).

Ohne beschreibende Aussage fällt die angemeldete Marke auch nicht unter § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Danach können nämlich nur solche Marken nicht eingetragen werden, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen nach Art, Beschaffenheit, Menge, Bestimmung, Wert, geographischer Herkunft, Zeit der

Herstellung der Waren bzw. Erbringung der Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale dienen (vgl. BGH GRUR 2002, 64 - Individuelle).

Dr. Albrecht

Sekretaruk

Bayer

Ju