



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 217/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 26 756.5

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) am 4. Februar 2004 durch Richter Viereck als Vorsitzenden, Richter Sekretaruk und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

Bilder für Jedermann

für die Dienstleistungen

kulturelle Aktivitäten; Organisation und Durchführung von
Kunstaussstellungen

wurde durch Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 29. April 2003 mit der Begründung zurückgewiesen, der Marke fehle die erforderliche Unterscheidungskraft. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen würden die angesprochenen Verkehrskreise der Bezeichnung "Bilder für Jedermann" auf Anhieb lediglich den im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt entnehmen, wonach jedermann ansprechende Bilder im Mittelpunkt stünden.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelder. Sie machen geltend, der angemeldeten Marke komme in ihrer Gesamtheit eine ausreichende Unterscheidungskraft zu. Insbesondere sei sie nicht lediglich produktbeschreibend. Der von Ihnen, den Anmeldern, entworfene Flyer sei nicht berücksichtigt worden. Die Interpretation des Patent- und Markenamts übersehe, dass ihr Konzept beinhalte, bekannte und unbekannte Künstler zu zeigen und die Ausstellungsflächen in regelmäßigen Abständen neu zu bestücken.

II.

Die zulässige Beschwerde hat im Ergebnis keinen Erfolg. Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht sowohl das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) als auch das einer Bezeichnung i.S.v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

1. Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2002, 85 - INDIVIDUELLE).

Die Bezeichnung "Bilder für Jedermann" stellt selbst bei Anlegen eines großzügigen Maßstabes eine Wortfolge dar, bei der ein beschreibender Begriffsinhalt im Vordergrund steht. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen "kulturelle Aktivitäten" und "Organisation und Durchführung von Kunstausstellungen" werden die angesprochenen Verkehrskreise der angemeldeten Wortfolge den Sinngehalt entnehmen, dass es um Bilder geht, die Jedermann – mithin breite Publikumskreise, nicht aber speziell Kunstsachverständige - ansprechen. Die angemeldete Bezeichnung wird als werbemäßige Anpreisung verstanden, nicht aber als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der in Rede stehenden Dienstleistungen.

Dieser Beurteilung steht nicht entgegen, dass die Bezeichnung vage ist und dem Verkehr wenig Anhalt dafür bietet, welche konkreten Eigenschaften Bilder haben, die jedermann ansprechen. Da es sich bei "Bilder für Jedermann" – worauf der Plural hindeutet – um eine Sammelbezeichnung handeln soll, unter die verschiedene Bilder gefasst werden können, muss die Angabe entsprechend allgemein sein, um unterschiedliche Stilrichtungen oder Preise zu erfassen. Eine solche begriffliche Unbestimmtheit steht der Annahme einer beschreibenden Sachangabe nicht entgegen (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt).

Bei der Beurteilung der Frage, ob die angemeldete Wortfolge Unterscheidungskraft hat, haben das Konzept und das (konkrete) Angebot der Anmelder sowie der von ihnen entworfene Flyer außer Betracht zu bleiben. Abzustellen ist allein darauf, wie die angemeldete Wortfolge dem angesprochenen Interessenten und Abnehmer unmittelbar im Verkehr begegnet. Eine analysierende Betrachtungsweise unter Berücksichtigung der von den Anmeldern geltend gemachten Umstände findet bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft nicht statt (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl., § 8 Rdn. 72).

2. Außerdem ist die angemeldete Marke auch gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG schutzunfähig. Nach dieser Vorschrift sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, welche im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen können.

Die angemeldete Bezeichnung eignet sich gleich in zweifacher Weise zur Beschreibung der beanspruchten Dienstleistungen. Zum einen wird der Sachhinweis vermittelt, dass es um die Präsentation (Ausstellung, Angebot zum Verkauf, Verleih usw.) von solchen Bildern geht, die "jedermann", d.h. breite, nicht speziell geschulte Publikumskreise ansprechen und deren Geschmack entgegenkommen, zum andern wird zum Ausdruck gebracht, dass grundsätzlich jedermann als Teilnehmer der betreffenden kulturellen Aktivitäten und Ausstellungen in Betracht

kommt, sowohl als Künstler, der seine Werke präsentieren will, vor allem aber als Interessent, der die betreffenden Bilder betrachten, ggf. auch erwerben oder entleihen will.

Viereck

Sekretaruk

Kruppa

Fa/Ko