



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 70/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 16 190.6

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. April 2006 durch ...

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 - vom 29. Januar 2004 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung für die Dienstleistung "sportliche Aktivitäten" zurückgewiesen worden ist.
2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 28. März 2003 angemeldete Wortmarke

Lange Nacht der Museen

wurde von der mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzten Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 29. Januar 2004 teilweise, nämlich für die Waren und Dienstleistungen

Photographien, Druckereierzeugnisse; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Ausbildung; Erziehung; Entwurf und Entwicklung von Computersoftware

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Wortfolge werde vom angesprochenen Publikum ohne weiteres als unmittelbar nahe liegende Sachaus-sage über die Art, Beschaffenheit, Bestimmung sowie den inhaltlichen Gegen-stand bzw. die Thematik dieser Waren und Dienstleistungen aufgefasst werden,

nämlich dass Museen entgegen der gewöhnlichen Zugangszeiten eine Nacht lang geöffnet haben und Unterhaltung, Kultur und Sport sowie Ausbildung und Erziehung als Dienstleistungen anbieten und Photographien, Druckereierzeugnisse sowie Computersoftware aus diesem Anlass bzw. zu dieser Thematik im Angebot seien. Die beanspruchte und ähnliche Wortfolgen (z. B. Lange Nacht ... der Wissenschaften, der Poesie, der Museen, der Oldtimer, der Kirchen, der Theater, der Musik, der Bücher) würden im übrigen durch Dritte bereits umfangreich verwendet. Dem Beschluss sind mehrere Internetausdrucke beigelegt, die dies belegen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die nicht näher begründete Beschwerde des Anmelders. Im Amtsverfahren hat sich der Anmelder u. a. auf die Eintragung von seiner Meinung nach vergleichbaren Marken berufen.

II.

Die nach § 165 Abs. 4 MarkenG statthafte und auch sonst zulässige Beschwerde ist teilweise, nämlich hinsichtlich der Dienstleistung "sportliche Aktivitäten" begründet. Im übrigen ist ihr der Erfolg zu versagen.

1. Für die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen - mit Ausnahme der "sportlichen Aktivitäten" - fehlt es der Marke an der erforderlichen Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten. Die Prüfung, ob das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft vorliegt, muss - seitens der Markenstelle ebenso wie in der Beschwerdeinstanz - streng, vollständig, eingehend und umfassend sein (vgl. EuGH GRUR 2003, 604 - Libertel, Nr. 59;

GRUR 2004, 674 - Postkantoor, Nr. 123). Kann einer Wortmarke ein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden, und/oder handelt es sich um ein gebräuchliches Wort (bzw. eine Wortfolge) der deutschen Sprache 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 entbehrt dieses jeglicher Unterscheidungskraft (st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2004, 30 - Cityservice).

Die Wortfolge "Lange Nacht der Museen" wird der Verkehr für die weiterhin zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen als eine im Vordergrund des Verständnisses stehende beschreibende Angabe ansehen. Die von diesen Waren und Dienstleistungen angesprochenen breiten inländischen Verkehrskreise werden die Marke im Sinne der von der Markenstelle angenommenen Bedeutung verstehen, nämlich dass Museen entgegen der gewöhnlichen Zugangszeiten eine Nacht lang geöffnet haben. In diesem Sinn wird die Marke auch bereits umfangreich von Dritten verwendet, wie den von der Markenstelle ermittelten Internetbelegen zu entnehmen ist. In Verbindung mit den weiterhin zu versagenden Waren und Dienstleistungen enthält die Marke lediglich einen Hinweis darauf, dass diese Waren und Dienstleistungen aus Anlass der "Langen Nacht der Museen" bzw. zu diesem Thema angeboten werden.

Aus der Schutzgewährung für andere Marken vermag der Anmelder nichts zu seinen Gunsten abzuleiten. Inländische Voreintragungen - selbst identischer Marken - führen weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer anspruchsbegründenden Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Eintragung zu befinden haben. Die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke stellt keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage dar (vgl. z. B. BGH GRUR 1989, 420 - KSÜD; BPatGE 32, 5 CREATION GROSS).

Ob die Bezeichnung "Lange Nacht der Museen" auch als Merkmalsbezeichnung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist, wofür die von der Markenstelle ermittelten Internetausdrucke sprechen, kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

2. Eine andere Beurteilung ist hinsichtlich der Dienstleistung "sportliche Aktivitäten" geboten. Für diese Dienstleistung kann der Wortfolge "Lange Nacht der Museen" kein im Vordergrund des Verständnisses stehender beschreibender Begriffsinhalt entnommen werden. Insoweit stellt die Wortfolge "Lange Nacht der Museen" auch keine unmissverständliche Merkmalsbezeichnung i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar.

gez.

Unterschriften