



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 8/05

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 45 778.7

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter
Mitwirkung ...

in der Sitzung vom 23. Mai 2007

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. November 2004 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

PEP4Teens

ist als Marke für Waren der Klassen 9 und 16 sowie für Dienstleistungen der Klasse 41 zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung durch Beschluss vom 30. November 2004 zurückgewiesen.

Der angemeldeten Bezeichnung fehle in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen die zur Eintragung als Marke erforderliche Unterscheidungskraft. Der ursprünglich aus dem Englischen stammende Bestandteil „PEP“ sei in die deutsche Sprache mit der Bedeutung „Schwung, Spritzigkeit, Unternehmungsgeist“ eingegangen. Die Wiedergabe des Wortes „for“ durch die im Englischen ebenso ausgesprochene Zahl „4“ sei in der Werbung üblich geworden. Der Bestandteil „Teens“ sei ein üblicher umgangssprachlicher Ausdruck für Kinder zwischen 13 und 19 Jahren. Die einzelnen Bestandteile der angemeldeten Marke verbanden sich zu der Gesamtaussage, dass es sich um ein bestimmtes Programm

für eine bestimmte Zielgruppe, nämlich für Teenager, handle. Die angesprochenen Verkehrskreise verstünden die angemeldete Bezeichnung nicht als betriebliches Herkunftszeichen, sondern lediglich als Werbemittel oder schlagwortartigen Hinweis auf ein Gesamtkonzept, innerhalb dessen die vorgesehenen Waren und Dienstleistungen vertrieben bzw. erbracht würden.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er macht geltend, dass die angemeldete Bezeichnung in ihrer Gesamtheit eine unternehmenskennzeichnende Eigenart und damit eine hinreichende Unterscheidungskraft aufweise. Bei der Buchstabenfolge „PEP“ handle es sich um eine Abkürzung für das von ihm entwickelte „Positive Erziehung- (Eltern) Programm“. Die unter der Bezeichnung „PEP4Teens“ angebotenen Seminare und Vortragsveranstaltungen richteten sich nicht an Kinder, sondern ausschließlich an Eltern oder Erwachsene, die Kinder erzögen.

Auf einen entsprechenden Zwischenbescheid des Senats hat der Anmelder das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis wie folgt eingeschränkt:

„Klasse 09: Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Musik- und Hörkassetten (MC), CD-audio, CD-ROM, CD-Recordable, Compact-Discs, nämlich MO-CD, CD-SD, CD-i (interaktive compact disc), CD-DVD (digital versatile disc), Videokassetten, Videobänder, Videoplatten und andere Bild- und/oder Tonträger,

Klasse 16: Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse, insbesondere Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Kalender, Einladungskarten, Grußkarten, Flugblätter, Broschüren, Plakate,

comic strips, Veranstaltungsprogramme, Autoaufkleber, Photographien, Schreibwaren, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate),

Klasse 41: Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, kulturelle Aktivitäten, einschließlich der Veranstaltungen multimedialer Darbietungen, insbesondere Tonbild- und Filmshows auch mit Hilfe von magnet- und magnetoptischen Aufzeichnungsträgern, Media Boards, Videoscreens sowie über Datennetze, einschließlich des Internets, Dienstleistungen eines Verlags (ausgenommen Druckarbeiten), Durchführung von Konferenzen, Seminaren, Symposien, Ausstellungen für kulturelle Aktivitäten und Unterrichtszwecke, Durchführung von Vorträgen und Wettbewerben zu Ausbildungs-, Unterrichts- und kulturellen Zwecken,

sämtliche vorstehend genannten Waren der Klassen 9 und 16 sowie Dienstleistungen der Klasse 41 nur, soweit sie sich ausschließlich an Erwachsene, insbesondere Eltern, Erzieher und Lehrer richten.“

Mit dieser Maßgabe beantragt der Anmelder,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die vor dem 31. Dezember 2004 eingelegte Beschwerde des Anmelders ist gemäß § 165 Abs. 4 MarkenG a. F. statthaft und auch im Übrigen zulässig. Hinsichtlich der jetzt noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen hat sie auch in der Sache Erfolg. Die angemeldete Marke ist insoweit weder wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG noch als beschreibende Freihaltungsbedürftige Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen 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. Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr.; EuGH GRUR Int. 2005, 1012, Rdn. 27 ff. - BioID; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Enthält eine Bezeichnung einen beschreibenden Begriffsinhalt, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt eine (hinreichende) Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren und

Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 1998, 465, 468 - BONUS). Die Eignung, Waren oder Dienstleistungen ihrer Herkunft nach zu unterscheiden, kommt ferner solchen Angaben nicht zu, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache bestehen, die etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHÖN; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten).

Nach der vom Anmelder im Beschwerdeverfahren vorgenommenen Einschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnis auf ein Angebot, das sich ausschließlich an Erwachsene, insbesondere Eltern, Erzieher und Lehrer richtet, kann der angemeldeten Bezeichnung „PEP4Teens“ in der Bedeutung von „Schwung für Teenager“ in Bezug auf die nunmehr noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen weder ein ausschließlich beschreibender Begriffsinhalt noch ein lediglich anpreisender Charakter entnommen werden. Zwar mag die angemeldete Bezeichnung eine Andeutung dahingehend enthalten, dass die unter dieser Bezeichnung angebotenen Waren und Dienstleistungen Teenagern Schwung und Elan vermitteln. Da sich das Angebot nach der jetzigen Fassung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses jedoch ausschließlich an Erwachsene richtet, bleibt die angemeldete Bezeichnung mit der Bestimmungsangabe „4Teens“ unspezifisch und verschwommen, so dass nicht ausgeschlossen werden kann, dass der Verkehr das Zeichen als betrieblichen Herkunftshinweis auffasst.

Die angemeldete Bezeichnung unterliegt auch nicht dem Ausschlussgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Nach dieser Bestimmung sind solche Marken dem Registerschutz nicht zugänglich, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen dienen können. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs verfolgt die mit Art. 3 Abs. 1 Buchstabe c) Markenrichtlinie übereinstimmende Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass Zeichen oder

Angaben, die Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen beschreiben, von allen frei verwendet werden können. Sie erlaubt es daher nicht, dass solche Zeichen oder Angaben aufgrund ihrer Eintragung nur einem Unternehmen vorbehalten werden (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 (Nr. 25) - Chiemsee; GRUR 2004, 146, 147 (Nr. 31) - DOUBLEMINT; GRUR 2004, 674, 676 (Nr. 54, 56) - Postkantoor; GRUR 2004, 680, 681 (Nr. 35, 36) - BIOMILD). Der Bezeichnung „PEP4Teens“ fehlt jedoch die Eignung zur Merkmalsbezeichnung in diesem Sinne. Den Bestandteilen, aus denen das Markenwort zusammengesetzt ist, mag zwar in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen ein beschreibender Anklang entnommen werden können. Sie verbinden sich aber in ihrer Kombination, insbesondere wegen der Bestimmungsangabe „4Teens“, die den im Waren- und Dienstleistungsverzeichnis genannten Adressatenkreis gerade nicht beschreibt, nicht zu einer die Eigenschaften der Waren und Dienstleistungen unmittelbar beschreibenden Angabe, die dem Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliegt.

Der angefochtene Beschluss war daher aufzuheben.

gez.

Unterschriften