



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 86/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 29 111.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 11. Januar 2010 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Schwarz und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Erstbeschluss vom 13. März 2008 die für Dienstleistungen der Klassen 39, 41 und 43 angemeldete Wortmarke

WildStar-Freunde Rhein-Main

teilweise, nämlich für die Dienstleistungen

"Veranstaltung von Reisen und Ausflugsfahrten, insbesondere mit Motorrädern; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten"

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Das ist damit begründet, die sprachüblich gebildete Marke stelle eine bloße Sachangabe der Art, des Inhalts, der Bestimmung, des Ortes der Erbringung sowie des schwerpunktmäßigen Themen- bzw. Tätigkeitsfeldes des Markeninhabers dar. Der Zeichenbestandteil "WildStar" bezeichne ein in der Motorradszene bekanntes und beliebtes Motorrad des Herstellers Yamaha, wie sich aus dem Beschluss beigefügten Internetausdrücken ergebe. Die Kombination "WildStar-Freunde" verweise lediglich auf einen Personenkreis, nämlich Personen, die Liebhaber, Fans oder Anhänger dieses Motorradtyps seien. In Deutschland gebe es zahlreiche Motorradgruppen/-clubs, deren Interesse dem Motorrad "WildStar" gelte, wie dem Beschluss beigefügte Internetausdrucke belegten. "Rhein-Main" sei die bekannte Kurzform für das "Rhein-Main-Gebiet", also die Wirtschaftsregion im Süden von Hessen, wie sich ebenfalls aus dem Beschluss beigefügten Internetausdrücken ergebe.

"WildStar-Freunde Rhein-Main" bringe in verständlicher Weise zum Ausdruck, dass die Dienstleistungen von einer Personengruppe aus dem Rhein-Main-Gebiet angeboten würden, welche Fans des "WildStar"-Motorrades seien bzw. es sich bei den Dienstleistungen um solche handele, die für Motorradliebhaber des Typs "WildStar" im Rhein-Main-Gebiet bestimmt seien. Bei den Dienstleistungen der Klasse 39 "Veranstaltung von Reisen und Ausflugsfahrten, insbesondere mit Motorrädern" sei es wohl unzweifelhaft und könne auch durch die bereits erbrachte Online-Recherche belegt werden, dass dies typischen Angebote von Motorrad-Clubs oder -gemeinschaften seien. Die Dienstleistung "Ausbildung" könne z. B. im Rahmen der Reparatur oder des Tunings von Motorrädern angeboten werden, d. h. Schulungen oder Workshops für interessierte Motorradfans bezüglich des WildStar-Motorrads. "Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten" seien ebenso typische Angebote von bzw. für Motorradfreunde. So seien z. B. Ausstellungen oder Diavorträge denkbar, die sich u. a. mit der "WildStar-Thematik" befassen könnten. Ebenso liege es nahe, dass Motorradfahren immer eng in Verbindung zum Motorradsport stehe, z. B. bei sportlichen Motorrad-Wettbewerben.

Die dagegen eingelegte Erinnerung hat die Markenstelle mit Beschluss vom 3. November 2008 im Wesentlichen aus den Gründen des Erstbeschlusses zurückgewiesen. Die aus Sachbezeichnungen und einer geographischen Angabe zusammengesetzte Angabe sei nicht unterscheidungskräftig. Auf die Eintragung von Drittmarken könne sich der Anmelder nicht erfolgreich berufen; der Erstprüfer habe sich mit den Voreintragungen ausreichend auseinandergesetzt.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders, mit der er sinngemäß beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 13. März 2008 und 3. November 2008 insoweit aufzuheben, als die Anmeldung zurückgewiesen wurde.

Eine zunächst angekündigte Beschwerdebegründung hat er nicht zu den Gerichtsakten gereicht.

II.

1. Das Bundespatentgericht entscheidet über Beschwerden in Markensachen grundsätzlich im schriftlichen Verfahren (§ 69 MarkenG) und ohne zeitliche Bindung. Der Anmelder hat eine mündliche Verhandlung nicht beantragt; diese ist nach Wertung des Senats auch nicht sachdienlich. Der Senat musste dem Anmelder den beabsichtigten Termin zur Beschlussfassung nicht zuvor mitteilen; das Gebot des rechtlichen Gehörs verlangt lediglich, Verfahrensbeteiligten die Möglichkeit zu geben, Stellungnahmen zum Sachverhalt abzugeben, ihre Auffassung zu Rechtsfragen darzulegen sowie Anträge zu stellen. Nachdem die Beschwerde vom 5. Dezember 2008 datiert, bestand hierzu hinreichend Gelegenheit.

2. Die zulässige Beschwerde bleibt in der Sache ohne Erfolg, weil der angemeldeten Bezeichnung für die verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen. Die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr., EuGH Int. 2005, 1012, Nr. 27 ff. - BioID; BGH GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Die Schutzzfähigkeit als Marke ist dabei stets anhand der angemeldeten Bezeichnung in ihrer Gesamtheit zu beurteilen (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 18). Enthält eine Bezeichnung danach einen beschreibenden Begriffsinhalt, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen

beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass das Publikum sie als Unterscheidungsmittel versteht (BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard).

Ist - wie hier - die Unterscheidungskraft einer Wortfolge zu beurteilen, so bestehen grundsätzlich keine abweichenden Anforderungen gegenüber anderen Wortmarken. Bei einer aus mehreren Wörtern bestehenden Marke ist auf die Bezeichnung in ihrer Gesamtheit abzustellen (BGH GRUR 2001, 162 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Wortfolgen sind dann nicht unterscheidungskräftig, wenn es sich um beschreibende Angaben oder um Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art handelt (BGH BIPMZ 2000, 161 - Radio von hier). Dies ist vorliegend der Fall.

Den Bedeutungsgehalt der Wortfolge hat die Markenstelle auch in ihrer Gesamtheit zutreffend dargelegt. Zur Vermeidung von Wiederholungen wird auf die Ausführungen im Erstbeschluss hingewiesen. Gerade in der Zusammenfassung ergibt sich der von der Markenstelle aufgezeigte Sinngehalt, nämlich dass die Dienstleistungen von einer Personengruppe aus dem Rhein-Main-Gebiet angeboten werden, welche Fans des WildStar-Motorrads sind bzw. es sich um Dienstleistungen handelt, die für Motorradliebhaber dieses Motorradtyps im Rhein-Main-Gebiet bestimmt sind.

Ein entsprechendes Verständnis ergibt sich insbesondere aus den von der Markenstelle ermittelten Internetbelegen. Danach gibt es in Deutschland zahlreiche Motorradgruppen, die Anhänger des Motorradtyps "WildStar" sind und sich als solche unter Hinzufügung einer Region zusammengeschlossen haben, z. B. "WildStar Nord", "WildStar Schleswig-Holstein" oder "WildStar Rheingau". In diese Bezeichnungspraxis fügt sich die hier angemeldete Marke ein, indem sie sich an Freunde des WildStar-Motorrads im Rhein-Main-Gebiet richtet.

Für sämtliche beschwerdegegenständliche Dienstleistungen vermittelt die angemeldete Bezeichnung damit lediglich einen Hinweis auf die Zielgruppe.

Soweit sich der Anmelder im Amtsverfahren auf die Eintragung von seiner Auffassung nach vergleichbaren Marken berufen hat, kann dies der Beschwerde nicht zum Erfolg verhelfen. Aus der Schutzgewährung für andere Marken kann der Anmelder nämlich keinen Anspruch auf Eintragung ableiten. Voreintragungen führen weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Eintragung zu befinden haben, denn die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke ist keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage (EuGH MarkenR 2008, 163, 127, Rdn. 39 - Terranus; GRUR 2004, 674, Rdn. 43, 44 - Postkantoor; GRUR 2004, 428, Rdn. 63 - Henkel). Die Markenstelle hat sich im Übrigen mit den vom Anmelder genannten Vergleichsfällen ausreichend auseinandergesetzt.

Nachdem der Anmelder seine Beschwerde nicht begründet hat, ist nicht ersichtlich, aus welchen Gründen er die Beschlüsse der Markenstelle für angreifbar hält.

Ob einer Registrierung der angemeldeten Marke auch das Schutzhindernis der Merkmalsbezeichnung (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) entgegensteht, kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

br/Fa