

BUNDESPATENTGERICHT

25W(pat)64/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 30 409.2

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung am 13. Juni 2002 unter Mitwirkung des Richters Brandt als Vorsitzenden sowie des Richters Engels und der Richterin Bayer

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Bezeichnung

Ferien vom Ich

ist am 29. Mai 1998 für die Dienstleistungen "Veranstaltung von Reisen; Ausbildung, Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Erziehung; Gesundheits- und Schönheitspflege, Beherbergung von Gästen, ärztliche Versorgung" zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 5. Januar 2000 durch eine Beamtin des höheren Dienstes zurückgewiesen.

Der angemeldeten Marke fehle jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG). Der Sinngehalt der angemeldeten Marke sei ohne weiteres verständlich und reduziere sich im Ergebnis auf die Kernaussage "Abstand gewinnen", "sich selbst auf etwas neues besinnen". Die Aussage sei geeignet, die Dienstleistungen jedenfalls ihrer Beschaffenheit und Wirkungsweise nach zu beschreiben. Mit Hilfe der angemeldeten Dienstleistungen könne Abstand gewonnen werden oder die Fähigkeit vermittelt werden, Abstand zu gewinnen. Die vom Anmelder angeführte Mehrdeutigkeit der angemeldeten Marke sei nicht geeignet, dieser den Charakter eines betrieblichen Herkunftshinweises zu verleihen, da die verschiede-

nen Bedeutungen nicht so weit gehen, dass ein konkreter und vom Verkehr erkennbarer dienstleistungsbezogener Aussagegehalt nicht mehr feststellbar wäre. Da der Eintragung bereits das absolute Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegenstehe, könne dahingestellt bleiben, ob eine freihaltebedürftige Sachangabe im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG gegeben sei.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders mit dem Antrag,

den vorstehend genannten Beschluss aufzuheben und die Marke in das Register einzutragen.

Mangels Eignung zur konkret verständlichen, dienstleistungsbezogenen Aussage und im Hinblick auf den lediglich diffusen Begriffsinhalt, der vielfältige persönliche Interpretationen zulasse, weise die Marke einen Phantasiegehalt auf, der ihr jedenfalls die zur Eintragung erforderliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG verleihe. Das Wort "Ich" als Substantiv, wie es bei grammatisch richtiger Betrachtung im Kontext der Wortfolge "Ferien vom Ich" verwendet werde, habe eine Vielzahl von Bedeutungen. Eine Analyse der Bedeutung des Wortes "Ich" in der Bezeichnung "Ferien vom Ich" setze eine gedankliche Tätigkeit voraus, die weit über das hinausgehe, was an analysierender Betrachtungsweise höchstrichterlich für bereits ungeeignet gehalten werde, um den Bedeutungsinhalt einer Marke zu ergründen. Selbst wenn man unterstelle, dass die von der Markenstelle aus der Bezeichnung abgeleitete Kernaussage "Abstand gewinnen" zutreffend sein sollte, wäre sie jedenfalls Resultat einer Analyse, die zu unterbleiben habe. Zudem sei diese Kernaussage ebenfalls interpretationsbedürftig und diffus und nicht geeignet, die Dienstleistungen ihrer Beschaffenheit und Wirkungsweise nach zu beschreiben. Die ihm zugestellte gerichtsseitige Internetrecherche stütze seine Auffassung, dass der Sinngehalt der Bezeichnung diffus sei, so dass auch im Hinblick auf die Ausführungen des BGH (GRUR 2000, 323 – Partner with the Best) die Internetrecherche weder der Annahme ausreichender

Unterscheidungskraft noch der Verneinung eines Freihaltungsbedürfnisses entgegen stehe.

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

II.

Die Beschwerde des Anmelders ist zulässig, hat in der Sache jedoch keinen Erfolg.

Nach Auffassung des Senats steht der Eintragung der Bezeichnung "Ferien vom Ich" für sämtliche mit der Anmeldung beanspruchten Dienstleistungen das Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, 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 (vgl zur st Rspr BGH GRUR 2001, 1150 - LOOK; BGH GRUR 2002, 64 - INDIVIDUELLE; EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 Tz 22 - Bravo). Deshalb kann die Frage, ob ein Zeichen eine solche Unterscheidungskraft besitzt, nicht abstrakt ohne Berücksichtigung der Waren oder Dienstleistungen, die sie unterscheiden sollen, beurteilt werden (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 Tz 22, 29 - Bravo), wobei grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen ist und es insbesondere auch keiner eigentümlichen oder originellen Zeichenbildung oder eines Phantasieüberschusses bedarf, um Unterscheidungskraft zu begründen (vgl BGH WRP 2000, 741, 742 – LOGO; EuG GRUR Int. 2001, 756, 759 Tz 39 - EASYBANK - zu Art 7 Abs 1 Buchst b und c GMV).

Eine solche Unterscheidungskraft ist der angemeldeten Bezeichnung in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen jedoch abzusprechen. Die angesprochenen Verkehrskreise werden vielmehr in der Verwendung der Bezeichnung "Ferien vom Ich" im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen ausschließlich einen Sachhinweis sehen. Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, ist der Sinngehalt der Marke ohne weiteres verständlich und wird vom Verkehr im Sinne von "Abstand gewinnen", "sich selbst auf etwas neues besinnen" verstanden. Die Marke ist geeignet, die Dienstleistungen ihrer Beschaffenheit und Wirkungsweise nach zu beschreiben. Wie die dem Anmelder bereits zugesandte Internetrecherche des Senats zeigt, wird das Schlagwort "Ferien vom Ich" bereits verwendet, indem darauf hingewiesen wird, dass man z.B. bei Urlaubsreisen oder Kuraufenthalten Abstand gewinnen und Ferien vom Ich machen kann (http://www.ratgeberzentrale.de/content_page_8525_.html). Die Ansicht des Anmelders, der Sinngehalt der Aussage sei diffus und werde uneinheitlich verwendet, teilt der Senat nicht. Allein die Möglichkeit, dass man auf unterschiedliche Weise "Ferien vom Ich" machen kann, führt noch nicht von einer Sachangabe weg. Ebenso wie man seinen Erholungsurlaub, eine Abenteuer- oder Bildungsreise oder einen Kuraufenthalt sehr unterschiedlich gestalten kann, ohne dass der Verkehr in diesen Angaben eine schutzbegründende Mehrdeutigkeit erblicken würde, wird der Verkehr auch die Angabe "Ferien vom Ich" lediglich als Sachangabe ansehen. Die angemeldete Marke ist daher entgegen der Ansicht des Anmelders nicht mit dem vom Bundesgerichtshof beurteilten Slogan "Partner with the Best" (GRUR 2000, 323) zu vergleichen. Da der Verkehr nicht zu einer analysierenden Betrachtungsweise neigt, wird er bei der angemeldeten Marke auch keine tiefeschürfenden philosophischen Überlegungen anstellen, was unter "Ich" zu verstehen sei. Die theoretische Möglichkeit, sich bei dem Wort "Ich" mit verschiedenen vom Anmelder angerissenen philosophischen Theorien auseinander zu setzen, führt daher bei der angemeldeten Marke auch nicht zu einer schutzbegründenden Mehrdeutigkeit. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs kann einer Marke für Waren und Dienstleistungen auch wegen des thematischen Be-

zugs, indem sie nur deren möglichen Inhalt beschreibt, die Unterscheidungskraft fehlen (BGH, MarkenR 2001, 363,365 "REICH UND SCHOEN"; MarkenR 2001, 368, 370 "Gute Zeiten – Schlechte Zeiten").

Die Angabe "Ferien vom Ich" ist für sämtliche beanspruchten Dienstleistungen nicht unterscheidungskräftig, da alle angemeldeten Dienstleistungen dazu dienen können, "Ferien vom Ich" zu machen und ein thematischer Bezug gegeben ist. So können die Dienstleistungen "Veranstaltung von Reisen; Ausbildung, Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Gesundheits- und Schönheitspflege dazu dienen, dass jemand von seinem bisherigen Alltag Abstand gewinnt, und sich auf neues besinnt. Auch die Dienstleistungen "Beherbergung von Gästen, ärztliche Versorgung" können im Rahmen eines Komplettangebots diesem Ziel dienen, indem eine entsprechende Umgebung angeboten wird, in der man vom Alltag Abstand gewinnt, und eine medizinische Betreuung angeboten wird, die es auch gesundheitlich angeschlagenen Personen ermöglicht, neue Wege zu gehen. So wird "Ferien vom Ich" auch im Zusammenhang mit Kururlauben angeboten, wie aus der dem Anmelder übersandten Internetrecherche ersichtlich ist (<http://www.helgoland.de/urlaub06.htm>). Im Rahmen der Dienstleistung "Erziehung" kann ebenfalls "Ferien vom Ich" als Sachabgabe verwendet werden, da die Teilnahme an einem solchen Programm der Erziehung dienen kann. Gerade für Kinder und Jugendliche kann es wichtig sein aus einer möglicherweise ungünstigen Umgebung fortzukommen um sich neu zu besinnen und sich dadurch besser entwickeln zu können.

Die angemeldete Marke ist daher nicht geeignet, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Dienstleistungen des Anmelders gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden.

Da das angemeldete Zeichen wegen des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG nicht schutzfähig ist, kann dahingestellt bleiben, ob das angemeldete Zeichen zusätzlich wegen des weiteren absoluten Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG nicht eingetragen werden kann.

Nach alledem war die Beschwerde des Anmelders zurückzuweisen.

Brandt

Engels

Bayer

Hu