



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 97/03

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
9. Dezember 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 38 114.3

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 9. Dezember 2003 durch die Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer sowie die Richter Dr. van Raden und Schwarz

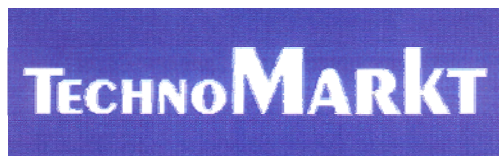
beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Anmelderin hat die in den Farben blau und weiß gestaltete Kennzeichnung



für die Waren und Dienstleistungen

"Elektrisch betriebene Haushaltsmaschinen, insbesondere Küchenmaschinen, wie Geschirrspülgeräte, Textilpflegeapparate und -maschinen, wie Bügelgeräte oder Waschmaschinen, sowie Raumpflegemaschinen (Klasse 7).

Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer sowie zugehörige Steuergeräte; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton, Schrift und Bild, wie Fernsehgeräte, Videogeräte HiFi Geräte, Drucker und Faxgeräte, insbesondere für Automobile; zugehörige Ersatzteile, wie Tintenkartuschen;

Apparate und Instrumente für die Starkstromtechnik, nämlich für die Umwandlung, Speicherung, Regelung und Steuerung;

Apparate und Instrumente für die Schwachstromtechnik, nämlich für Nachrichten-, Hochfrequenz- und Regelungstechnik;

mit Programmen versehene maschinenlesbare Datenträger aller Art; optische und Magnetaufzeichnungsträger; Software, insbesondere auf Datenträgern oder zum Herunterladen ("downloaden"), ohne dabei auf einem Datenträger gespeichert zu sein; mit Bild und Ton bespielte maschinenlesbare oder HiFi-gerätelesbare Signalträger (Klasse 9).

Elektrische Geräte und Instrumente, nämlich Textilpflegeapparate und -geräte, wie Bügeleisen, Gewichtsmessgeräte, Raumpflegegeräte, wie Staubsauger;

photographische Apparate und Bildapparate sowie zugehörige handelsfähige Austauschbestandteile; belichtete Filme (Klasse 9).

Elektrische Geräte für die Raumheizung oder das Erhitzen und Gestalten von Speisen und Getränken, insbesondere Kochgeräte, Kaffeemaschinen, Toaster; Kühlgeräte und Kühlapparate; Trockengeräte, Bräunungsgeräte; Klima-, Lüftungs- und Luftkonditionierungsapparate, insbesondere für Fahrzeuge (Klasse 11).

Kopier- und Druckpapier (Klasse 16).

Werbung für obengenannte Produkte; Verteilung von Waren zu Werbezwecken; Management- und Verwaltungsdienstleistungen; Informationsbereitstellung inhaltlicher Natur ("content provider") in Netzwerken im Gebiet der Veräußerung obiger Produkte (Klasse 35).

Reparaturwesen und Installationsarbeiten zu obigen Waren (Klasse 37).

Telekommunikationsgeräte (Klasse 38).

Dienstleistungen eines "Content Provider" in globalen Netzen, soweit in Klassen 35 und 42 enthalten.

Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung und für die Datenübertragung; Erstellen von Software für Netzwerke zur Datenübertragung (Klasse 42)"

als Bildmarke zur – farbigen - Eintragung in das Register angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Anmelde-
marke setze sich aus dem zur Bezeichnung für den ökonomischen Ort des Warenaustausches üblichen Wort "Markt" sowie der in weitem Umfang verwendeten, für den technischen Grund- und Gattungsbegriff Technik stehenden Kurzbezeichnung "Techno" zusammen. Die ohne weiteres verständliche und sprachüblich gebildete Kombination beider Begriffe werde auch bereits von verschiedenen Anbietern als beschreibende Bezeichnung für "Technologie-Märkte/Geschäfte" verwendet. Der Verkehr werde daher in der angemeldeten Bezeichnung in bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen aus den Bereichen Technik/Elektronik lediglich eine Sachangabe über den Ort ihres Vertriebs bzw ihrer Erbringung sehen. Auch die grafische Ausgestaltung der Marke sei nicht schutzbegründend.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie macht geltend, genauso wenig wie "HOUSE OF BLUES" sei auch die angemeldete Bezeichnung freihaltebedürftig. Es mangle es ihr auch nicht an der erforderlichen Unterscheidungskraft. Der Bestandteil "TECHNO" werde heute weitgehend als Hinweis auf eine Musikrichtung verstanden, mit welcher die angemeldeten Waren und Dienstleistungen nicht in Zusammenhang stünden. Der Gesamtbegriff "TECHNOMARKT" werde zudem bislang allein von der Anmelderin benutzt, wie gerade die von der Markenstelle vorgelegte Internet-Recherche belege, deren Treffer ausschließlich auf die Anmelderin selbst hinwiesen. Hieraus könne nicht geschlossen werden, dass die von ihr ohnehin hauptsächlich firmenmäßig verwendete Bezeichnung "TECHNOMARKT" zur Gattungsangabe für sämtliche Technikwaren geworden sei; auch die früher ergangenen, die Schutzfähigkeit verneinenden Entscheidungen zu Kennzeichnungen, welche den Bestandteil "TECHNO" enthielten, könnten angesichts der "HOUSE OF BLUES"-Entscheidung des BGH nicht mehr die Auffassung der Markenstelle stützen.

An der mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin wie zuvor angekündigt nicht teilgenommen.

II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet. Denn die Markenstelle hat der Anmeldemarke als jedenfalls nicht unterscheidungskräftiger Angabe (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) zu Recht die Eintragung versagt.

Der Anmeldemarke fehlt trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (BGH GRUR 1999, 1089 – YES; 2001, 1151, 1152 – marktfrisch; 2003, 1050 - Cityservice). Denn die angesprochenen Verkehrskreise, bei denen

es sich wegen der Art der beanspruchten Waren und Dienstleistungen um alle Verbraucher handelt, werden die Kennzeichnung "TECHNOMARKT" nicht als Hinweis auf eine bestimmte betriebliche Herkunft dieser Produkte und Tätigkeiten, sondern nur als gattungsmäßige Bezeichnung des Ortes, an dem sie erworben bzw in Anspruch genommen werden können, ansehen.

Die aus der nicht zuletzt wegen ihrer Verwendung in Begriffen wie Technokrat, Technokunststoff und Technotextilien bekannten Kurzbezeichnung "TECHNO" für "Technik, Technologie" und dem allgemein geläufigen Wort "MARKT" als Bezeichnung für einen Ort des Warenaustauschs und des Abschlusses von Geschäften aller Art sprachüblich zusammengesetzte Kombination "TECHNOMARKT" wird vom Verkehr nicht anders als die ihm bereits bekannten vergleichbaren Begriffe "Supermarkt", "Baumarkt", "Heimwerkermarkt" und "Kleidermarkt" (vgl zu letzterem BPatG 27 W (pat) 64/01, veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM) verstanden. Genauso wie diese allgemein die Vertriebsstätten bezeichnen, in denen eine Vielzahl von Konsum-, Baubedarfs- oder Heimwerkerartikeln angeboten werden, bringt auch der Begriff "TECHNOMARKT" nur zum Ausdruck, dass es sich hierbei um ein Geschäft handelt, in dem technische Geräte angeboten bzw auf dem Gebiet der Technik spezialisierte Dienstleistungen erbracht werden. Dabei wird beim Publikum nicht einmal die Idee aufkommen, hiermit könne ein ganz bestimmtes individuelles Geschäft bezeichnet werden; vielmehr wird es den Begriff "TECHNOMARKT" wie die oben genannten Begriffe nur als üblichen Gattungsbegriff für solche Betriebsstätten ansehen (vgl auch BPatG GRUR 2003, 1051 – rheuma-world).

Soweit die Anmelderin geltend macht, der in der Anmeldemarke enthaltene Bestandteil "TECHNO" werde vom Verkehr nur als Hinweis auf eine Musikrichtung verstanden, kann dies die Schutzfähigkeit der angemeldeten Bezeichnung nicht begründen. Zwar trifft es zu, dass der Begriff "Techno" auch zur Bezeichnung elektronischer, von besonders schnellem Rhythmus bestimmter Tanzmusik (vgl DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl, S 3869) verwendet wird, wobei sich der Name dieser Musikrichtung aus der im Englischen üblichen Kurzbezeich-

nung "techno" für "technological = technisch" ableitet, weil die hiermit bezeichnete Musik zu einem Großteil, wenn nicht häufig sogar ganz unter Verwendung elektronischer Instrumente einschließlich des Computers synthetisch erzeugt wird (vgl DUDEN, aaO). Der Verkehr hat aber keine Veranlassung, den ihm allgemein als (Kurz-)Bezeichnung für Technik bekannten und gebräuchlichen Begriff "Techno" gerade in seiner speziellen Bedeutung von Techno-Musik zu verstehen, wenn er ihm in Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen begegnet, die – worauf die Anmelderin zutreffend hingewiesen hat - mit der Erzeugung und Wiedergabe von Musik in keinem Zusammenhang stehen (vgl auch 29 W (pat) 195/93 vom 26. Juli 1995 – TECHNOSERVICE – veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM).

Auch der Hinweis der Anmelderin auf die "HOUSE OF BLUES"-Entscheidung des BGH (GRUR 1999, 988) geht fehl. Denn diese Entscheidung betrifft allein die Frage, ob eine als Bezeichnung für bestimmte Herstellungs- oder Vertriebsstätten freizuhaltende Angabe auch zur Beschreibung besonderer Merkmale der in diesen Betrieben angebotenen Waren und Dienstleistungen dienen kann. Das mag für die hier konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen wegen der Eigenschaften der beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur mittelbar im Hinblick auf ihre Vertriebsstätte beschreibenden Bestandteils "MARKT" der angemeldeten Marke zu verneinen sein. Hiervon zu unterscheiden ist aber die Frage, ob einer solchen Bezeichnung, selbst wenn sie keine konkreten Merkmale der beanspruchten Waren und Dienstleistungen unmittelbar beschreibt, die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche betriebliche Hinweiswirkung zugesprochen werden kann. Diese fehlt, wenn für ein gebräuchliches Wort der deutschen oder ein geläufiges Wort aus einer fremden Sprache Schutz beansprucht wird, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (stRspr., vgl BGH aaO – YES; marktfrisch; Cityservice). Dies gilt insbesondere auch dann, wenn die angemeldete Marke nicht nur sprachüblich gebildet und dem Verkehr ohne weiteres als Bezeichnung einer auf technische Geräte und Dienstleistungen

spezialisierten Betriebsstätte verständlich ist, sondern in dieser einzigen Bedeutung auch schon seit langem verwendet wird (vgl BGH aaO - Cityservice).

Danach ist der vorliegend angemeldeten Bezeichnung die erforderliche Unterscheidungskraft abzusprechen, weil, wie die Internet-Recherche der Markenstelle belegt, die Bezeichnung "TECHNOMARKT" durchweg als Gattungsbezeichnung für Geschäfte verwendet wird, welche technische Waren und Dienstleistungen anbieten. Soweit die Anmelderin geltend macht, der Begriff werde nur von ihr benutzt, steht dies mit den Recherche-Ergebnissen der Markenstelle nicht in Einklang, denen zu entnehmen ist, dass auch Drittunternehmen die angemeldete Kennzeichnung in dem oben genannten Sinn verwenden, wobei nur ein Teil dieser Unternehmen mit der Anmelderin rechtlich und wirtschaftlich verbunden sind. Darüber hinaus belegen die Fundstellen aber auch, dass der Verkehr an die Verwendung des Begriffs "TECHNOMARKT" als gattungsmäßige Bezeichnung für Betriebsstätten gewöhnt ist, in denen technische Geräte samt Zubehör angeboten (Unterhaltungselektronik, elektrische Haushaltsgeräte, Photoapparate, Geräte für Datenverarbeitung und Telekommunikation) und Dienstleistungen im Bereich der Technik oder bezogen auf technische Geräte erbracht werden, wie Reparatur- und Installationsarbeiten, Werbung, Informationsbereitstellung in - auch globalen – Netzen, Management- und Verwaltungsdienstleistungen, Erstellen von Software technischen Inhalts sowie Dienstleistungen im Telekommunikationsbereich (im Waren- und Dienstleistungsverzeichnis sind in Klasse 38 insoweit irrtümlich Telekommunikationsgeräte aufgeführt). Begegnet der Verkehr der Bezeichnung "TECHNOMARKT" in Zusammenhang mit diesen Waren und Dienstleistungen hat er daher keine Veranlassung, sie als Hinweis auf die Herkunft dieser Produkte und Tätigkeiten aus einem bestimmten Betrieb aufzufassen. Einen solchen Herkunftshinweis wird der Verkehr auch nicht der grafischen Ausgestaltung der Anmelde-
marke entnehmen, da sie über das in der Werbung Übliche nicht hinausgeht (BGH WRP 2001, 1201, 1202 – anti-KALK; EuG MarkenR 2003, 314 Tz 37 – Best Buy).

Da die Markenstelle somit der Anmeldemarke zu Recht die Eintragung versagt hat, war die hiergegen gerichtete Beschwerde zurückzuweisen.

Dr. Schermer

Richter Dr. van Raden
ist auf Dienstreise und
kann daher nicht unter-
schreiben.

Schwarz

Dr. Schermer

Pü