



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 194/03

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 52 431.2

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

in der Sitzung vom 25. Oktober 2006

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 12. Februar 2003 und vom 9. April 2003 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen „Speicher für Datenverarbeitungsanlagen; Schilder aus Papier und Pappe; Papier, Pappe, soweit in Klasse 16 enthalten; E-Commerce-Dienstleistungen, nämlich Vermittlung, Abschluss und Abwicklung von Handelsgeschäften über Online-shops; Werbung, einschließlich Rundfunkwerbung sowie Print- und Internetwerbung; Dienstleistungen einer Werbeagentur; Vermietung von Werbeflächen im Internet; Marketing, auch für Dritte in digitalen Netzen (Webvertising), Marktforschung und -analyse; Verteilung von Waren zu Werbezwecken; Durchführung von Werbeveranstaltungen; Geschäftsführung für Andere, Unternehmensverwaltung; Dienstleistungen einer Multimediaagentur, nämlich Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Telekommunikation; Konfiguration von Computernetzwerken durch Software“ zurückgewiesen wurde.
2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 23. Oktober 2002 für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen in den Klassen 9, 16, 35, 38, 41 und 42 angemeldete Wortmarke

GartenTräume

ist von der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts nach vorangegangener Beanstandung in einem ersten Beschluss vom 12. Februar 2003 teilweise, nämlich für folgende Waren und Dienstleistungen

„Speicher für Datenverarbeitungsanlagen; Computer-Software, insbesondere für die Abfrage, Darstellung, Bearbeitung und Ausgabe multimedialer Daten in Computernetzwerken einschließlich des Internets; mit Informationen versehene maschinell lesbare Datenträger aller Art sowie Ton- und Bildaufzeichnungsträger, insbesondere Disketten, CD-ROMs, DVDs, Chip-Karten, Magnet-Karten, Video-Kassetten, Compact-Disks und Video-Disks; auf Datenträgern aufgezeichnete Informationssammlungen und Datenbanken; elektronische Publikationen (herunterladbar); Druckereierzeugnisse, Druckschriften, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher, insbesondere auch als elektronische Publikationen; Poster, Aufkleber, Kalender, Schilder und Modelle aus Papier und Pappe; Fotografien und Lichtbilderzeugnisse; Papier, Pappe, soweit in Klasse 16 enthalten; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), soweit in Klasse 16 enthalten; E-Commerce-Dienstleistungen, nämlich Vermittlung, Abschluss und Abwicklung von Handelsgeschäften über Online-shops; Werbung einschließlich Rundfunkwerbung sowie Print- und Internetwerbung; Dienstleis-

tungen einer Werbeagentur; Vermietung von Werbeflächen im Internet; Marketing, auch für Dritte in digitalen Netzen (Werbevertising), Marktforschung und -analyse; Verteilung von Waren zu Werbezwecken, Verkaufsförderung; Öffentlichkeitsarbeit; Durchführung von Werbeveranstaltungen; Geschäftsführung für andere, Unternehmensverwaltung; Dienstleistungen einer Multimediaagentur, nämlich Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Telekommunikation; Übermittlung von Informationen an Dritte, Verbreitung von Informationen über drahtlose oder leitungsgebundene Netze; Ausstrahlung von Rundfunksendungen; Online-Dienste, nämlich Übermittlung von Nachrichten und Informationen aller Art; E-Mail-Datendienste (= elektronischer Postversand); Internet-Dienstleistungen, nämlich Bereitstellen von Informationen im Internet, jeweils soweit in Klasse 38 enthalten; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen, insbesondere von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern, sowie von Lehr- und Informationsmaterial, jeweils einschließlich gespeicherter Ton- und Bildinformation und auch in elektronischer Form; Produktion von Ton- und Bildaufzeichnungen auf Ton- und Bildträger; Vorführung und Vermietung von Ton- und Bildaufzeichnungen; Produktion von Rundfunksendungen, Zusammenstellen von Rundfunkprogrammen; Dienstleistungen einer Multimediaproduktion, nämlich Sammeln, Speichern und Zurverfügungstellen von Software, Daten, Bildern, Audio- und Videoinformation im Internet und anderen Medien; Unterhaltung, insbesondere Rundfunkunterhaltung; Durchführung von Unterhaltungsveranstaltungen, kulturellen, sportlichen und werbemäßigen Live-Events, Schulungsveranstaltungen, Bildungsveranstaltungen sowie kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, soweit in Klasse 41 enthalten; Bereitstellen von elektronischen Publikationen (nicht herunterladbar); Online-Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften;

Erstellen von Dokumentationen im Rahmen einer redaktionellen Betreuung von Internetauftritten; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Sammeln, Speichern, zur Verfügung stellen und Aktualisieren von Daten und sonstigen Informationen; Erstellen und Design von Programmen für die Datenverarbeitung (Computer-Software); Pflege und Aktualisierung von Programmen für die Datenverarbeitung sowie Online-Updating-Service; Konfiguration von Computer-Netzwerken durch Software; Erstellung, Design und Einrichtung von Internetpräsentationen; Konzeption, Wartung und Pflege von Internet-Inhalten“

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen worden.

Die angemeldete Bezeichnung erschließe sich den angesprochenen Verkehrskreisen unmittelbar ohne nähere Erläuterungen und analysierende Denkprozesse im Sinne von „traumhaft schöner Garten“ als beschreibender Hinweis auf ein breitgefächertes Angebot von Waren und Dienstleistungen, welche sich speziell mit der Thematik „Garten“ beschäftigten. Die Bezeichnung sei nicht mehrdeutig (im Hinblick auf im Schlaf auftretende Träume von Gärten), weil die beschreibende Aussage im Vordergrund stehe. Zwar möge sie sich als Werktitel eignen, werde aber bezüglich der versagten Waren und Dienstleistungen nicht als betriebliche Herkunftskennzeichnung aufgefasst. Dem Beschluss waren zahlreiche Internetausdrucke beigelegt.

Die Erinnerung der Anmelderin ist durch Beschluss der Markenstelle - Beamter des höheren Dienstes - vom 9. April 2003 zurückgewiesen worden. Es liege eine gebräuchliche Wortkombination vor, die im Sinne von „traumhaften Vorstellungen entsprechenden Gärten“ verstanden werde. Die vorhandene begriffliche Unschärfe führe nicht zur erforderlichen Unterscheidungskraft.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie stellt den Antrag,

die Beschlüsse der Markenstelle vom 9. April 2003 sowie vom 12. Februar 2003 aufzuheben und die angemeldete Marke auch für die abgelehnten Waren und Dienstleistungen einzutragen.

Die Beschwerdebegründung erörtert zunächst eingehend die - von der Markenstelle offen gelassene - Frage, ob es sich um eine die versagten Waren und Dienstleistungen beschreibende Angabe handelt, was nach Ansicht der Anmelderin nicht der Fall ist. Die mehrdeutige und im deutschen Sprachgebrauch nicht übliche Wortkombination „GartenTräume“ sei in der Gesamtheit auch unterscheidungskräftig. Die Zusammenfassung sei grammatisch unüblich, was Aufmerksamkeit erzeuge, und weise vier verschiedene Bedeutungen auf, nämlich

- traumhafte Gärten
- der Vorgang des Träumens in Gärten
- Träume über Gärten im Generellen
- Träume von einem eigenen Garten.

Ähnliche Marken seien für entsprechende Waren und Dienstleistungen registriert worden.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, jedoch nur hinsichtlich der in der Beschlussformel genannten Waren und Dienstleistungen begründet; im Übrigen ist ihr der Erfolg zu versagen.

1. Für die sonstigen, d. h. die nicht im Tenor aufgeführten beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen fehlt der als Marke angemeldeten Bezeichnung jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

a) 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 einer Marke ist es, die Ursprungsidentität der so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten. Die Prüfung, ob das erforderliche, aber auch ausreichende Mindestmaß an Unterscheidungskraft vorliegt, muss - seitens der Markenstelle ebenso wie in der Beschwerdeinstanz - eingehend und umfassend sein (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, Nr. 59 - Libertel; GRUR 2004, 674, Nr. 123 - Postkantoor). Kann einer Wortmarke (aus einem oder mehreren Wörtern) 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 Wortkombination) 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 diese jeglicher Unterscheidungseignung und damit jeglicher Unterscheidungskraft (st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2004, 30 - Cityservice).

b) In Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen ist die angemeldete Bezeichnung nicht so ungewöhnlich oder interpretationsbedürftig,

dass Anlass bestünde, in die Traumdeutung einzusteigen (vgl. Schriftsatz der Anmelderin vom 13. Januar 2003, S. 3), auch nicht im 150. Jahr der Geburt von Sigmund Freud. Dafür soll an dieser Stelle daran erinnert werden, dass vor 60 Jahren ein Schriftsteller deutscher Sprache den Literaturnobelpreis zuerkannt bekommen hat, nämlich Hermann Hesse, der - im Gegensatz zu manch Anderen - in seiner Person und seinem Werk literarische Qualität und moralische Integrität in vorbildlicher Weise vereinigt hat. In seinem Gedicht „September“ (vertont von Richard Strauss in den „Vier letzten Liedern“) findet sich folgende Strophe:

Golden tropft Blatt um Blatt
Vom hohen Akazienbaum.
Sommer lächelt erstaunt und matt
In den sterbenden Gartentraum.

Da „GartenTräume“ nichts Anderes verkörpert als die Pluralform von Gartentraum (in besonderer Schreibweise), liegt hier also keineswegs eine unbekanntere oder gar neue Wortverbindung vor. Die Schreibweise von „GartenTräume“ ist entgegen der Auffassung der Anmelderin als solche nicht geeignet, ein Mindestmaß an betriebskennzeichnender Hinweiskraft zu bewirken. Im Deutschen ist die Zusammenschreibung von Wörtern sprachüblich. Dass der zweite Wortbestandteil mit dem Großbuchstaben T beginnt, stellt ein in der Werbung gebräuchliches Mittel dar, um zusätzliche Aufmerksamkeit zu erregen (vgl. BGH GRUR 2003, 963, 965 - AntiVir/AntiVirus).

c) Der Anmelderin ist zwar ohne Weiteres in ihrer Auffassung zu folgen, dass das Wort Gartenträume, je nachdem in welchem Sprachzusammenhang es in Erscheinung tritt, unterschiedliche Bedeutungen aufweisen kann, darunter - wie das Gedichtzitat belegt - eher metaphorisch poetische als konkrete. Im prosaischen Bereich der Warenwirtschaft und der Dienstleistungsgesellschaft ist aber eine andere, nüchternere Betrachtungsweise geboten. Gartenträume weist ebenso wie die - noch häufiger anzutreffende - Wortbildung Traumgärten auf besonders

schöne (gleichsam „traumhafte“) Gärten hin. So wird etwa im Land Sachsen-Anhalt in diesem und dem kommenden Jahr eine ganze Reihe von gartenbezogenen Veranstaltungen, Ausstellungen und Musikdarbietungen unter diesem Titel durchgeführt bzw. angekündigt. Daneben kann das Wort Gartenträume auch den Wunsch nach einem eigenen (schönen) Garten evozieren, so wie etwa in der folgenden Anzeige:

Wohnpark Lankwitz: Hier werden Wohn- und Gartenträume wahr!

(Der Tagesspiegel, 25. Februar 2006, Immobilienseite)

Die Markenmeldung „PRIVATE WOHNTRÄUME“ (z. T. für gleiche Waren wie hier) hat der Senat erst im letzten Jahr (Beschluss vom 27. Juli 2005, 32 W (pat) 254/03) nicht für schutzfähig erachtet. Generell gilt, dass einer Verneinung des erforderlichen Mindestmaßes an Unterscheidungskraft nicht entgegensteht, wenn eine Bezeichnung vage ist und dem Verbraucher wenig Anhalt dafür bietet, welche konkreten Inhalte vermittelt werden sollen (vgl. z. B. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt).

d) Die angemeldete Bezeichnung ist von daher nicht schutzfähig für Publikationsmittel aller Art - unabhängig davon, ob sie nun in gedruckter, elektronischer oder sonstiger Form in Erscheinung treten -, weil „GartenTräume“ hier naheliegenderweise inhaltsbezogen (im Sinne einer Behandlung von Themen, die sich auf schöne Gärten beziehen) verstanden wird.

Gleichfalls nicht schutzfähig ist die Marke für sämtliche auf Publikationen bezogene Dienstleistungen. Der gegenständliche Begriffsinhalt von „GartenTräume“ betrifft nicht nur das Druckerzeugnis, den Datenträger, die Software usw. als solche, sondern gleichermaßen auch die Dienstleistungen, mittels derer die Werke entstehen und verbreitet werden (vgl. BGH GRUR 2003, 342 - Winnetou; z. T. abweichend von GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHOEN).

Einen inhaltsbezogenen Hinweis enthält „GartenTräume“ auch für Modelle aus Papier und Pappe, Lehr- und Unterrichtsmittel sowie Schulungs- und Bildungsveranstaltungen, die sich etwa an Gärtner oder Gartenliebhaber richten können. Auch bezüglich der weiterhin zu versagenden Dienstleistungen „Verkaufsförderung; Öffentlichkeitsarbeit“ kann dem angemeldeten Begriff ein inhaltlicher Bezug entnommen werden. Entsprechendes gilt für sämtliche Dienstleistungen, welche Unterhaltungsangebote aller Art sowie kulturelle und sportliche Veranstaltungen zum Gegenstand haben.

2. Die Anmelderin kann sich auch nicht darauf berufen, Dritte seien durch die Vorschrift des § 23 Nr. 2 MarkenG ausreichend geschützt. Durch die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs zu Art. 6 Abs. 1 Markenrichtlinie, dem im nationalen Recht § 23 MarkenG entspricht, ist abschließend geklärt, dass diese Freistellungstatbestände keinen Einfluss auf die Auslegung und Anwendung der Eintragungshindernisse (hier des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) haben, insbesondere eine restriktive Handhabung der Schutzhindernisse nicht rechtfertigen (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, Nr. 25, 28 - Chiemsee; GRUR 2003, 604, Nr. 57 - 59 - Libertel; GRUR 2004, 946, NR. 32, 33 - Nickols).

3. Aus der Schutzgewährung für andere, vermeintlich ähnliche deutsche ausländische oder europäische Marken vermag die Anmelderin keinen Anspruch auf Registrierung abzuleiten. Die deutsche Rechtsprechung geht von jeher davon aus, dass Voreintragungen - selbst identischer Marken - weder für sich, noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen führen, welche über die Eintragung zu befinden haben (vgl. z. B. BGH BIPMZ 1998, 248 - Today; BPatGE 32, 5 - CREATION GROSS). Die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke stellt keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage dar. Im Recht der Europäischen Gemeinschaft (Markenrichtlinie, GMV) gilt nichts Abweichendes, wie der Europäische Gerichtshof in den letzten Jahren mehrfach festgestellt hat (vgl. z. B. GRUR 2004, 674 - Postkantoor; GRUR 2004, 428, Nr. 63 - Henkel). Eintragungen von Marken in das Gemein-

schaftsmarkenregister oder in die Register einzelner Staaten können zwar Beachtung finden, führen aber nicht zu einer rechtlichen Bindung der nationalen Markenämter.

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

5. Auf Durchsetzung der angemeldeten Darstellung im beteiligten Verkehr infolge Benutzung (§ 8 Abs. 3 MarkenG) hat die Anmelderin ihr Eintragungsbegehren nicht gestützt.

6. Eine andere Beurteilung der Schutzfähigkeit ist nur für die in der Beschlussformel genannten Waren und Dienstleistungen angebracht. Für diese ist „Garten-Träume“ weder glatt beschreibend i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, noch steht eine unmittelbar produktbezogene Vorstellung im Vordergrund des Verständnisses relevanter Publikumskreise, woraus das Vorhandensein des Mindestmaßes an betriebskennzeichnender Hinweiskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG folgt.

„Speicher für Datenverarbeitungsanlagen“ sind technische Bauteile solcher Anlagen und vom Verwendungszweck her nicht auf Informationen beschränkt, welche sich mit (schönen) Gärten befassen. Mithin ist die angemeldete Bezeichnung nicht wirklich geeignet, die Beschaffenheit oder die Bestimmung des Produkts zu beschreiben. Waren aus Papier und Pappe, einschließlich aus diesen gefertigte Schilder richten sich nicht an eine spezielle Zielgruppe (Gartenfreunde, Gärtner) und weisen auch sonst keinen inhaltlichen Bezug zum Markenwort auf.

Bei den Dienstleistungen in Klasse 35, die sich auf Handelsgeschäfte und Werbung aller Art beziehen, ist - sofern sie als selbständige Dienstleistung für Dritte unter der angemeldeten Bezeichnung erbracht werden -, ein inhaltsbezogenes Verständnis, etwa dass nur gartenbezogene Geschäfte angebahnt und getätigt

würden oder die Werbemaßnahmen sich nur an Gartenliebhaber/Gärtner richten, jedenfalls nicht so naheliegend, um die Eignung, einen betrieblichen Herkunftshinweis zu geben, mit der gebotenen Sicherheit ausschließen zu können.

Die Dienstleistung „Telekommunikation“ beinhaltet das Angebot an (zwei oder mehrere) dritte Interessenten, untereinander in Verbindung zu treten, wobei der Anbieter selbst auf den Inhalt der Kommunikation keinen Einfluss nimmt, diesen in den meisten Fällen auch gar nicht kennt. Dass die Nutzer des Dienstleistungsangebots sich gegenständlich unbeschränkt austauschen können, mithin u. U. auch über Gärten oder auf diese bezogene Träume, hat unberücksichtigt zu bleiben (vgl. bereits Senatsbeschluss vom 14. Februar 2004, 32 W (pat) 33/02 - Ü 30 Party). „Telekommunikation“ unterscheidet sich somit maßgeblich von solchen Dienstleistungen in Klasse 38, bei denen der Anbieter selbst bestimmte inhaltsbezogene Informationen an Dritte weiterleitet.

Die „Konfiguration von Computer-Netzwerken durch Software“ stellt eine technische Dienstleistung dar, für welche die angemeldete Bezeichnung nicht beschreibend ist.

gez.

Unterschriften