



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 66/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 51 558.5

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. Juni 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist

Soccerdome

für die Dienstleistungen der Klassen 35, 41 und 43

Klasse 35: „Werbung; Nutzung von Räumlichkeiten insbesondere für Messen, Ausstellungen und/oder Produktpräsentationen; Nutzung von Räumen als Pressezentrum; Geschäftsführung; Vertrieb von Sportartikeln und/oder Fanartikeln, insbesondere im Bereich Fußball; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Vermietung von Fußball-Plätzen und/oder Fußballhallen, insbesondere von Fußball-Kunstrasenplätzen bzw. für Kinder, Schüler, Studenten, Freizeitfußballer, Betriebssportmannschaften, Fußballschulen, Vereine und/oder Proficlubs.

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; Mottoveranstaltungen, insbesondere Sommerfeste, Karnevalsfeiern; sportliche und/oder kulturelle Aktivitäten, insbesondere Ausrichtung, Organisation und/oder Veranstaltung/Durchführung von Fußballturnieren, insbesondere für Schulen, Universitäten und/oder öffentliche Einrichtungen; Veranstaltung von Konzerten und/oder Showevents; Veranstaltung und/oder Durchführung

von Messen und/oder Ausstellungen sowie Durchführung von Seminaren;

Klasse 43: Verpflegung und/oder Beherbergung von Gästen; Ausrichtung, Organisation und/oder Durchführung von Feiern, insbesondere von Betriebsfeiern und/oder von Kindergeburtstagen; Einbindung von Platzvermietungen, insbesondere von Fußball-Vermietungen im Rahmen der zuvor genannten Dienstleistungen; Nutzung von Räumlichkeiten für öffentliche Partyveranstaltungen und/oder Feste; Verkauf von Speisen und/oder Getränken im Rahmen einer Sportsbar, insbesondere einer Sportsbar mit Monitor- und/oder Großbildleinwand.“

Die Markenstelle für Klasse 43 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und als Freihaltungsbedürftige beschreibende Angabe zurückgewiesen mit der Begründung, sie werde von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres in ihrer deutschen Übersetzung „Fußballhalle“ als Sachhinweis auf ein modernes, mit einer speziellen Überdachung ausgerüstetes Fußballstadion verstanden, das als Angebotsstätte der beanspruchten Dienstleistungen diene. In einer solchen Sachangabe erblicke der Verkehr auch keinen betrieblichen Herkunftshinweis.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders, der sich auf bereits früher eingetragene, ähnlich gebildete Marken beruft und weiter zur Begründung ausführt, dass dem fremdsprachlichen, lexikalisch nicht nachweisbaren Markenwort lediglich eine unscharfe Bedeutung ohne präzise Zuordnung zu einem einzigen Sinngehalt zukomme; jedenfalls ergebe sich hieraus keine für die beanspruchten Dienstleistungen beschreibende Bedeutung, so dass weder ein aktuelles noch ein zukünftiges Freihaltungsbedürfnis zu erkennen sei, nachdem auch die spärlichen

Internet-Fundstellen keinen Rückschluss auf einen allgemein verständlichen beschreibenden Begriff zuließen. Dementsprechend könne der Marke auch nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden.

Die Gelegenheit zur Stellungnahme hinsichtlich der weiteren Unterlagen mit Internet-Fundstellen, die der Senat dem Anmelder vor der abschließenden Beratung zugesandt hat, hat der Anmelder nicht wahrgenommen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde des Anmelders ist nicht begründet. Nach Ansicht des Senats unterliegt die angemeldete Wortfolge sowohl dem Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als auch dem einer Freihaltungsbedürftigen beschreibenden Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Die beanspruchte Wortkombination stellt sich auch für den Senat als bloßer Sachhinweis dar, da sie eine im Kontext der konkreten Dienstleistungen ohne weiteres verständliche Aussage vermittelt, nämlich dass es sich um einen für Fußball geeigneten bzw. bestimmten Veranstaltungsraum handelt, in welchem bzw. für welchen die beanspruchten Dienstleistungen angeboten werden. Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, sind die englischsprachigen Einzelbegriffe „soccer“ (= Fußball) und „dome“ (= Kuppel, Halle), aus denen die Wortfolge zusammengesetzt ist, auch den hiesigen Verkehrskreisen aus diversen Veranstaltungen in Deutschland hinlänglich bekannt. Ohnehin sind die angesprochenen Verkehrskreise an vergleichbare Begriffsbildungen und Sachaussagen für Veranstaltungsorte und -hallen bereits gewöhnt, angefangen vom Tivoli (Aachen) über Arena (München, Köln, Dortmund, Hamburg), Camp (Barcelona), Madison Square Garden, Royal Albert Hall, etc.. Wie die dem Anmelder vom Senat übersendeten Internet-Fundstellen zeigen, wird mittlerweile auch für Veranstaltungsräume in

Deutschland der Begriff „DOME“ eingesetzt, etwa in Köln, Bremen oder für das Vulkanmuseum in Mendig (der „Lava-Dome“) (vgl. www.lava-dome.de/magazin). Sogar die beanspruchte Wortkombination wird auf anmelderfremden Internetseiten beschreibend verwendet, etwa wenn für eine Fußballveranstaltung mit den Worten geworben wird: „... SOCCER wird auf einem tennisplatzgroßen Feld gespielt - im SPORTLAND DORNBERG, im KROMBACHER SOCCER DOME. Die 1.300 qm große Traglufthalle bietet optimale Voraussetzungen zum Fußballspielen. ...“ (vgl. www.sportland-dornberg.de/soccerdome.html); auf den beigefügten Bildern ist die Traglufthalle mit der Außenaufschrift „SOCCER DOME BIELEFELD“ bzw. „SOCCER DOME“ zu sehen. Mithin werden die beteiligten Verkehrskreise auch den „soccerdome“ lediglich als weitere Bezeichnung für einen Veranstaltungsraum identifizieren, zumal es sich nicht um ein Wortneuschöpfung handelt. Ob die Angabe - wie der Anmelder behauptet - lexikalisch nicht nachweisbar ist oder in verschiedener Richtung verstanden werden kann, spielt dabei keine Rolle. Für das Freihaltungsbedürfnis reicht es, wenn die Angabe sprachüblich gebildet ist und lediglich eine der Bedeutungen vom Verkehr als Sachhinweis benötigt wird (vgl. EuGH MarkenR 03, 450 - DOUBLEMINT; Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl. 2006, § 8 Rdn. 195, 199 m. w. N.). Die beschreibende Angabe braucht sich auch nicht - anders als offenbar der Anmelder meint - in einer Synonymfunktion des Dienstleistungsbegriffs zu erschöpfen, vielmehr enthält das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG eine Reihe von Beschreibungsvarianten, die bis zu besonderen bedeutsamen Umständen bezüglich der Dienstleistungen reichen, die bei deren Inanspruchnahme eine Rolle spielen können. Hierzu gehört zweifellos auch der die Angebotsstätte. Angesichts des zunehmenden Interesses an Sport- und Großveranstaltungen, wie sich z. B. auch anlässlich der Fußballweltmeisterschaft in Deutschland gezeigt hat, ist ein Freihaltungsinteresse an der Angabe erst recht für die Zukunft zu bejahen. Dies gilt auch für alle im beanspruchten Verzeichnis aufgeführten Dienstleistungen, weil diese nämlich sämtlich im Zusammenhang mit Fußballveranstaltungen, wo offensichtlich der Schwerpunkt der Tätigkeit des Anmelders liegt, angeboten werden können und damit gewissermaßen ein Paket bilden (vgl. dazu Ströbele/Hacker,

a. a. O. Rdn. 205). Dies hat die Markenstelle im Einzelnen zutreffend ausgeführt. Auch die vom Anmelder in der Beschwerde konkret angesprochenen Dienstleistungen „Werbung, Erziehung, Ausbildung“ können ohne weiteres in einem „Soccerdome“, etwa im Zusammenhang von Fußballturnieren, die gerade auf Jugendliche eine große Anziehungskraft ausüben, erbracht werden.

Im Übrigen fehlt der Anmeldung in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen aber auch jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG. Diese liegt vor, wenn die Marke dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die Dienstleistungen verschiedener Hersteller genügt. Unterscheidungskraft fehlt nach ständiger Rechtsprechung Bezeichnungen, die entweder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt haben oder z. B. in der Umgangssprache oder Werbung derart „verbraucht“ sind, dass sie vom Verkehr nicht als Unterscheidungsmittel akzeptiert werden. Wie bereits oben festgestellt, steht der beschreibende Bedeutungsgehalt der beanspruchten Wortfolge so deutlich im Vordergrund, dass sie von erheblichen Verkehrskreisen nicht als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden wird. Vielmehr nimmt der durchschnittlich informierte Verbraucher, der es gewohnt ist, dass wichtige Informationen in einer ansprechenden und modernen Form präsentiert werden, die Wortfolge mit ihrer klaren schlagwortartigen Aussage so hin, wie er es bei anderen ähnlichen Dienstleistungsbeschreibungen gewohnt ist. Von diesen weicht die beanspruchte Marke weder durch Wortwahl noch sonst wie in erkennbarer Weise ab.

Aus den vom Anmelder geltend gemachten Voreintragungen mit dem Bestandteil „soccer“ lässt sich ebenfalls kein Eintragungsanspruch herleiten, da - abgesehen von deren grundsätzlichen Unbeachtlichkeit - durchgehend grafisch gestaltete Marken betroffen und auch die Begriffsbildungen mit dem vorliegenden Fall nicht vergleichbar sind.

Nach alledem war die Beschwerde des Anmelders zurückzuweisen.

gez.

Unterschriften