



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 9/07

Verkündet am
30. Oktober 2007

(Aktenzeichen)

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 23 316.9

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 30. Oktober 2007 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richterin Kirschneck und des Richters Eisenrauch

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 24. Oktober 2006 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Wortmarke

aufrecht

ist nach einer im Beschwerdeverfahren erfolgten Einschränkung noch für das folgende Waren- und Dienstleistungsverzeichnis

„Klasse 35:

Werbung; Geschäftsführung; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, betriebswirtschaftliche Beratung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten;

Klasse 41:

Ausbildung und Vortragswesen in juristischen Bereichen;

Klasse 42:

Dienstleistungen eines Rechtsanwalts, insbesondere Rechtsberatung und -vertretung; Beratung in Fragen gewerblicher Schutzrechte; integrative Beratung von Einzelpersonen und Unternehmen (Mediation)“

zur Eintragung in das vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet.

Mit Beschluss vom 24. Oktober 2006 hat die mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 42 des DPMA die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft nach §§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung ist im Wesentlichen ausgeführt, dass es sich bei dem Adjektiv „aufrecht“ um einen festen Bestandteil der deutschen Sprache handle, welcher synonymartig zu „aufrichtig, unverfälscht, zu Recht, rechtschaffen, redlich“ verwendet werde (mit Hinweis auf Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl. Mannheim 2003, S. 186, und Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache in zehn Bänden, 3. Aufl. Mannheim, Bd. 1, S. 342; sowie mit Zitaten aus der Bibel und aus „Maximen und Reflexionen“ von J. W. von Goethe). Als Adjektiv eigne sich „aufrecht“ seiner Wortnatur nach nicht nur in Wortverbindungen, sondern auch in Alleinstellung zur Beschreibung von Merkmalen und Eigenschaften. Im Zusammenhang mit den konkret beanspruchten Dienstleistungen würden die angesprochenen Verkehrskreise das Wort „aufrecht“ daher in seinem synonymen Sinn von „aufrichtig, redlich, rechtschaffen, zu Recht“ als im Vordergrund stehende Werbebotschaft in Bezug auf besondere Vorteile der beworbenen Dienstleistungen bzw. des Dienstleistungsanbieters und nicht als betrieblichen Herkunftshinweis verstehen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders, der die angemeldete Marke für unterscheidungskräftig erachtet. Das Adjektiv „aufrecht“ sei ein mehrdeutiger interpretationsbedürftiger Begriff, der zulässigerweise nicht auf den Zusammenhang mit „Gerechtigkeit“ unter Auslassung der übrigen Bedeutungen - aufrechter Gang, Haltung, einen Zustand aufrecht erhalten – verengt werden könne. In Alleinstellung ohne Hinzufügung weiterer Angaben wirke das Wort „aufrecht“ ungewöhnlich und vermittle in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen keinen im Vordergrund stehenden beschreibenden oder werblich anpreisenden Aussagegehalt, sondern nur verschwommene mehrdeutige Vorstellungen. Bei

den von der Markenstelle angeführten Verwendungsbeispielen, die sich i. Ü. zu-
meist auf das Wort „aufrichtig“ und nicht auf „aufrecht“ bezögen, handle es sich
insgesamt um historische Fundstellen, die nicht belegten, dass das Wort „auf-
recht“ für die in Rede stehenden angemeldeten Dienstleistungen beschreibend
benutzt werde. Der angefochtene Beschluss lasse auch eine Auseinandersetzung
mit den einzelnen beanspruchten Dienstleistungen vermissen. Es bedürfe erst
mehrerer analysierender Zwischenschritte, um die angemeldete Marke als sachli-
che Beschreibung der jeweiligen Dienstleistungen zu interpretieren.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten verwiesen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache Erfolg. Nach Auffas-
sung des Senats stehen der Eintragung der angemeldeten Marke keine absoluten
Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 MarkenG entgegen, insbesondere kann ihr die
Unterscheidungskraft nicht gänzlich abgesprochen werden.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke
innewohnende (konkrete) Eignung, vom maßgeblichen Publikum, d. h. dem nor-
mal informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der
in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen, als Unterscheidungsmittel für
die betreffenden Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber
solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion ei-
ner Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder
Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2003, 227, 232 f.
„Orange“; GRUR 2004, 428, 429 f. (Nr. 30, 31) „Henkel“; GRUR 2004, 943, 944

(Nr. 23, 24) „SAT.2“; BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 17) „FUSSBALL WM 2006“). Nicht unterscheidungskräftig sind nach der Rechtsprechung Wortzeichen, denen die maßgeblichen Verkehrskreise einen in Bezug auf die fraglichen Waren oder Dienstleistungen ohne weiters und ohne Unklarheiten fassbaren beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen oder die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen bestehen, welche etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien nur als solche oder als Anpreisung und Werbeaussage allgemeiner Art, nicht aber als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 86) „Postkantoor“; BGH GRUR 2001, 1043, 1044 „Gute Zeiten - Schlechte Zeiten“; GRUR 2001, 1151, 1152 „marktfrisch“; GRUR 2001, 1153 „antiKALK“; GRUR 2005, 417, 418 „BerlinCard“; a. a. O. (Nr. 19) „FUSSBALL WM 2006“). Diese Voraussetzungen vermag der Senat für die vorliegende angemeldete Wortmarke nicht festzustellen.

Zwar handelt es sich bei dem Adjektiv „aufrecht“ um ein geläufiges Wort der deutschen Sprache mit den Bedeutungen (1) „gerade aufgerichtet (eine aufrechte Haltung)“ und (2) „rechtschaffen, redlich, aufrichtig (ein aufrechter Mann, eine aufrechte Gesinnung)“ (vgl. Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM] zu „aufrecht“; Bertelsmann, Wörterbuch der deutschen Sprache, 2004, S. 153). Mit dem in Bezug auf die hier beanspruchten Dienstleistungen allenfalls in Betracht kommenden zweiten Bedeutungsgehalt erschließt sich das Wort den angesprochenen Verkehrskreisen gleichwohl nicht ohne weiteres und ohne Unklarheiten als eine die Dienstleistungen sachlich beschreibende oder werblich anpreisende Angabe. Insoweit erachtet es der Senat nicht für zulässig, das Wort „aufrecht“ mit den in den Wörterbüchern zur Erläuterung von dessen Begriffsgehalt genannten sinnähnlichen Adjektiven, insbesondere mit dem Adjektiv „aufrichtig“, gleichzustellen. Nach dem heutigen Sprachempfinden ist „aufrecht“ ein eher veralteter Ausdruck, der ungeachtet der vorhandenen Bedeutungsparallelen nicht - völlig - sinngleich zu den Wörtern „aufrichtig, rechtschaffen, redlich“ einsetzbar ist. Beispielsweise kann ein Anwalt einen aufrichtigen Rat erteilen, nicht aber einen aufrechten Rat. Es widerspricht dem natürlichen Sprachgefühl, das Attribut

„aufrecht“, welches eine Wesens- und Charaktereigenschaft von Personen bezeichnet, als Eigenschaftswort auf die beanspruchten Dienstleistungen zu beziehen und ihm - anders als etwa auch sachbezogen verwendbaren Ausdrücken wie seriös, solide oder zuverlässig - im Sinn von „aufrechter Werbung, Beratung, Ausbildung etc.“ eine schlagwortartige, die Art der Leistungserbringung beschreibende oder anpreisende Aussage zuzuordnen. Allenfalls kann der Begriff „aufrecht“ mit dem Wesen oder Charakter bzw. der Gesinnung einer die betreffenden Dienstleistungen anbietenden Person in Verbindung gebracht werden. Ein in dieser Hinsicht beschreibender oder werblicher Hinweis auf Dienstleistungen, die von aufrechten Menschen bzw. von Personen mit aufrechter Gesinnung angeboten oder erbracht werden, ist dem alleinstehenden Adjektiv „aufrecht“ jedoch nicht unmittelbar, d. h. ohne weitere Überlegungen und Gedankenverbindungen, zu entnehmen. Das gilt um so mehr, als „aufrecht“ in diesem Sinnzusammenhang eher antiquiert und nicht zu den heutigen Sprachgepflogenheiten im Geschäftsverkehr und der Werbung der einschlägigen Branchen passend und folglich ungewöhnlich erscheint. Dem entspricht auch, dass die Markenstelle eine beschreibende oder werbliche Verwendung des Adjektivs „aufrecht“ im Zusammenhang mit einschlägigen Dienstleistungen, insbesondere auf dem Gebiet der Rechtsberatung, nicht festgestellt hat und eine solche auch vom Senat bei der von ihm durchgeführten Internet-Recherche nicht ermittelt werden konnte.

Aus den dargelegten Gründen ist die angemeldete Marke ferner nicht nach der Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, da ihr kein die beanspruchten Dienstleistungen unmittelbar beschreibender Begriffsgehalt entnommen werden kann.

Dr. Ströbele

Eisenrauch

Kirschneck

Bb