

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 456/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 09 580.2

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 4. April 2001 durch die Vorsitzende Richterin Winkler und die Richter Dr. Albrecht und Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 - vom 26. Juli 1999 aufgehoben.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortfolge

United Promoters

für

Magnetaufzeichnungsträger, insbesondere bespielte und unbespielte audio- und Videobänder, Schallplatten, CD'S; Computerprogramme (soweit in Klasse 9 enthalten); Kameraschutzhüllen

Werbung; Marktforschung, Präsentationen von Projekten zu Werbungs- und Aquisitionszwecken

Künstlervermittlung; Konzertdirektion; Musikdarbietungen;

Theateraufführungen; Filmproduktion; Filmvorführung; Filmvermietung;

Veranstaltung sportlicher Wettbewerbe; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung teilweise, und zwar für die Dienstleistungen

Werbung, Präsentation von Projekten zu Werbungs- und Akquisitionszwecken; Künstlervermittlung; Konzertdirektion; Musikdarbietungen; Theateraufführungen; Filmproduktion; Filmvorführung; Filmvermietung; Veranstaltung sportlicher Wettbewerbe

zurückgewiesen.

Zur Begründung wurde ausgeführt, daß die angemeldete Marke keine Unterscheidungskraft innehat, da es sich lediglich um einen gattungsmäßigen Hinweis auf eine Eigenart der Tätigkeit handele. "United Promoters" sei englisch und bedeute "vereinigte Förderer"; Begriffe dieser Art seien dem Verkehr in Form von "United States", "United Nations", "Manchester United", "United Hackers" und "United Airlines" bekannt, weshalb keine Zuordnung zu einem bestimmten Anbieter erfolge.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie nimmt die Anmeldung hinsichtlich der Dienstleistung "Veranstaltung sportlicher Wettbewerbe" zurück und trägt vor, daß "Promoter" in der Film- und Theaterszene unbekannt seien und nur Förderer im Sportbereich so bezeichnet würden. Die Feststellungen der Markenstelle träfen demzufolge nicht zu.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) noch das eines Freihaltebedürfnisses (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG) entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne der Vorschrift des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Bereits eine geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl Begründung zum Regierungsentwurf, BT-Drucksache XII/6581, S 70 = BIPMZ 1994, Sonderheft, S 64). Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Dienstleistungen im Vordergrund stehender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort 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 gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß ihr die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH BIPMZ 2000, 332, 333 - Logo mwNachw). Diese kann der Marke für die noch beanspruchten Dienstleistungen nicht abgesprochen werden, denn ihr kommt insoweit nicht ohne weiteres ein beschreibender Begriffsinhalt zu. Die Verwendung von "United Promoters" ist als beschreibende Angabe für die in Rede stehenden Dienstleistungen nicht nachweisbar. Der Verkehr nimmt ein als Marke verwendetes Zeichen in der Regel so auf wie es ihm entgegentritt und unterzieht es keiner analysierenden Betrachtungsweise (BGH BIPMZ 2000, 190, 191 - St. Pauli Girl mwNachw). "United Promoters" ("Vereinigte Förderer") weist vielmehr auf ein ganz bestimmtes Unternehmen hin. Dies legt die Bekanntheit der von der Markenstelle herangezogenen Beispiele "United Nation", "United States", "Manchester United" nahe, da die genannten Vereinigungen ganz bestimmte Organisationen, Staaten oder Sportvereine sind.

Bei "United Promoters" handelt es sich – nach Herausnahme des Sportbereichs – für die noch beanspruchten Dienstleistungen auch nicht um eine Sachangabe im Sinne der Vorschrift des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG. Danach sind von der Eintragung solche Marken ausgeschlossen, die im Verkehr (unter anderem) zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der Dienst-

leistungen dienen können. Dabei ist bei der Prüfung dieses Schutzhindernisses auch ein aktuell noch nicht bestehendes, jedoch aufgrund konkreter Tatsachen mit hinreichender Sicherheit prognostizierbares zukünftiges Freihaltebedürfnis zu beachten (BGH BIPMZ 2001, 55, 56 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION mwNachw). Wie oben dargelegt, kann nicht festgestellt werden, daß sich "United Promoters" zu einer Sachangabe entwickelt hat. Auch konnten keine Tatsachen ermittelt werden, die eine Entwicklung in diese Richtung erwarten lassen.

Winkler

Dr. Albrecht

Sekretaruk

Mü/Ko