



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 61/02

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 397 31 751.4**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. März 2003 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Buchetmann und die Richterinnen Winter und Hartlieb

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 2. Februar 1999 und vom 29. Januar 2002 aufgehoben.

## **G r ü n d e**

### **I.**

In das Markenregister eingetragen werden soll die Bezeichnung **Foto Treff** für die Waren und Dienstleistungen

"unbelichtete Filme lichtempfindliche Leinwand sowie chemische Erzeugnisse für die Fotografie, fotografische Papiere;  
Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und/oder Bild, Radiogeräte, auch als Stereogeräte und Hifi-Geräte und Zubehör, nämlich Mikrofone, Lautsprecher und -boxen, Kopfhörer, Verstärker, Tuner, Timer, Mischer, Mischpulte, Equalizer, Synthesizer, Lichtorgeln, bespielte und unbespielte Bänder, Folien oder Platten zur Aufnahme und Wiedergabe von Tönen und/oder Bildern, Fernsehgeräte, Unterhaltungsgeräte als Zusatzgeräte für Fernseher, Videogeräte und -kameras, Datenverarbeitungsgeräte und Computer, Telefone, Telefaxgeräte, Fotokopiergeräte, Fernsehkabel, Fernsehbreitbandkabel, Fernsehverteilerkabel, Antennenkabel, Videokabel, Filmgeräte, Filmvorführgeräte, Videokameras, photographische Instrumente, insbesondere Fotoapparate, Stativ für Fotoapparate, Filmkameras und Zubehör, Blitzlichtapparate, Batterien, CDs, Kassetten, belichtete Filme, Telefonapparate; Fotopapier, photographische Filme, CDs, Kassetten, photographische

Fachliteratur; Entwicklung von photographischen Filmen, Filmbearbeitung, Vergrößerungen, Dienstleistungen eines Fotolabors und eines Fotografen".

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung zurückgewiesen. Begründend ist im Wesentlichen ausgeführt, der Marke fehle jegliche Unterscheidungskraft, weil sie lediglich beschreibend auf einen Geschäftsbetrieb hinweise, in dem die beanspruchten, den Bereich der Fotografie betreffenden Waren und Dienstleistungen angeboten werden.

Der Anmelder hat Beschwerde eingelegt. Mit näheren Ausführungen hält er Schutzhindernisse, die die Anmeldung von der Eintragung ausschließen, nicht für gegeben.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 9 vom vom 2. Februar 1999 und vom 29. Januar 2002 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sachverhalts wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke stehen die absoluten Eintragungshindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

An der angemeldeten Marke besteht in Bezug auf die beanspruchten Waren kein Freihaltebedürfnis iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG; denn es ist nicht ersichtlich, daß

sie als konkrete Angabe über wesentliche Eigenschaften der unter dieser Marke angebotenen Waren und Dienstleistungen dienen könnte und deswegen für die Mitbewerber der Anmelderin freigehalten werden müßte.

Die angemeldete Marke setzt sich aus den Bestandteilen "Foto" und "Treff" zusammen. "Foto/Photo" ist ein Wortbildungselement mit der Bedeutung "Licht" und allgemein die Kurzform des Wortes "Fotografie", das nicht nur ein einzelnes Lichtbild, sondern auch das Verfahren zur Herstellung von Lichtbildern bezeichnet (vgl Duden aaO S 469, 470, 1032, 1033). Unter "Treff" wird ein Zusammentreffen oder ein Treffpunkt verstanden (vgl Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl 2001 S 1598). Die Marke **Foto Treff** bedeutet in der Gesamtheit "Treffpunkt für Fotografie". Damit bezeichnet dieser Begriff aber nicht eine der in § 8 Absatz 2 Nr 2 MarkenG im einzelnen aufgeführten Angaben oder ein sonstiges Merkmal der beanspruchten Waren. Denn von der Bestimmung des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG werden nur Wörter erfaßt, die einen Warenbezug aufweisen (vgl BGH MarkenR 1999, 351 - FOR YOU). Abgesehen davon, daß hier schon ein großer Teil der Waren nicht den Bereich der Fotografie betrifft, stellt aber auch eine Bezeichnung für einen kaufmännischen Betrieb nicht auch eine beschreibende Sachangabe für die in einem solchen Betrieb veräußerten Waren dar (vgl BGH MarkenR 1999, 292, 293 - HOUSE OF BLUES). Dies gilt hier um so mehr, als der Bestandteil "Treff" – wie oben ausgeführt – seiner Bedeutung nach keinen kaufmännischen Betrieb, sondern - nicht kommerzielle, dem Erfahrungsaustausch dienende - Zusammenkünfte bezeichnet. Anhaltspunkte dafür, daß mit einer Marke, die sich nicht einmal auf einen solchen Betrieb, sondern allein auf eine Zusammenkunft oder den Ort einer Zusammenkunft bezieht, auch für die dabei etwa veräußerten Waren als Bezeichnung besonderer Merkmale dienen kann, sind indessen nicht erkennbar. Mit Wörtern wie "Markt, Welt, Haus, Land, Center" ist "Treff" entgegen der Auffassung der Markenstelle daher nicht vergleichbar.

Dies gilt entsprechend auch für die beanspruchten Dienstleistungen, die im Kern auf typische Tätigkeiten eines Fotolabors oder eines Fotografen bezogen sind.

Wenn, wie oben ausgeführt, das Wort "Treff" sich nur auf Zusammentreffen von Gleichgesinnten zum Erfahrungsaustausch bezieht, werden mit "Foto Treff" auch diese speziellen Dienstleistungen nicht beschrieben iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG.

Damit läßt sich nicht feststellen, daß das angemeldete Markenwort freihaltebedürftig im Sinne von § 8 Absatz 2 Nr 2 MarkenG ist.

Der angemeldeten Marke kann auch nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Wenn **Foto Treff** die Waren und Dienstleistungen nicht beschreibt, so gibt es keinen Anhalt dafür, daß dem Zeichen die Eignung fehlt, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden (vgl zB BGH WRP 2001, 1445 - INDIVIDUELLE mwN). Es fehlt an ausreichenden Anhaltspunkten dafür, daß der Verkehr, wenn er die Kennzeichnung auf der Ware bzw in Verbindung mit den Dienstleistungen erblickt, diese nicht als Kennzeichnungsmittel verstehen wird.

Dr. Buchetmann

Winter

Hartlieb

Hu