



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 66/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 86 841.3

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. September 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richterin Pagenberg und die Richterin k.A. Fink

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 8. Januar 2003 wird aufgehoben.

G r ü n d e

I.

Die Wortmarke

XtraTime

ist am 27. November 2000 für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 9:

Elektrische und elektronische, optische, Mess-, Signal-, Kontroll- oder Unterrichtsapparate und –instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild und/oder Daten; maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger, Chip-Karten; Datenverarbeitungsgeräte und Computer;

Klasse 35:

Werbung; Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten;

Klasse 38:

Telekommunikation; Betrieb und Vermietung von Geräten und Einrichtungen für die Telekommunikation;

Klasse 41:

Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten;

Klasse 42:

Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Vermietung von Datenverarbeitungsgeräten und Computern; Projektierung und Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 8. Januar 2003 als freihaltebedürftige und nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen. Der Verkehr erkenne in dem Bestandteil „Xtra“ ohne weiteres die werbeübliche Schreibweise des Wortes „extra“. Aus der Kombination mit dem weiteren Bestandteil „Time“ ergebe sich ein einheitlicher Gesamtbegriff, der ohne weiteres im Sinne von „Extra Time“ bzw. „extra, zusätzliche Zeit“ verständlich sei. In Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen weise das Zeichen daher ausschließlich darauf hin, dass diese ua dazu dienen, dem Kunden ein kostenloses Extra-Zeitguthaben zur Verfügung zu stellen.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Bei dem Bestandteil „Xtra“ handele es sich nicht um eine gebräuchliche Abwandlung des Wortes „extra“. Im Übrigen sei „extra“ im englischen Sprachgebrauch auch im Sinne von „zusätzlich, speziell“ gebräuchlich. Mangels eindeutigen Sinngehalts sei „XtraTime“ daher weder freihaltebedürftig noch fehle dem Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft. Dementsprechend gebe es sowohl hinsichtlich des Bestandteils „Xtra“ als auch hinsichtlich des Bestandteils „Time“ einschlägige Voreintragungen.

Sie beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Die angemeldete Marke ist weder als beschreibende Angabe gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG noch auf Grund fehlender Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

1. Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind die Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr insbesondere zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen oder dienen können. Nach dieser Vorschrift ist die Eintragung auch dann zu versagen, wenn die Benutzung des angemeldeten Zeichens als Sachangabe noch nicht zu beobachten ist, eine solche Verwendung aber in Zukunft jederzeit erfolgen kann. Denn auch in diesem Fall ist die Voraussetzung erfüllt, dass die in dem Zeichen enthaltene Aussage als Sachangabe dienen kann (vgl. BGH GRUR 2002, 64 - INDIVIDUELLE – mwN.). Nach Auffassung des Senats stellt die angemeldete Marke für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine in diesem Sinne unmittelbar beschreibende Angabe dar, denn es lässt sich weder feststellen, dass die Bezeichnung „Xtra-Time“ im beanspruchten Waren- und Dienstleistungsgebiet als Sachangabe verwendet wird, noch finden sich hinreichende Anhaltspunkte für die Annahme, dass sie zukünftig als solche benötigt wird.

2. Als offensichtliche Verbindung der beiden Begriffe „Xtra“ und „Time“ ist die angemeldete Marke ohne weiteres im Sinne von „Extrazeit“ verständlich. Die Verbindung der beiden Bestandteile entspricht sowohl den deutschen als auch den eng-

lischen Sprachregeln. Dass „Time“ das englische Wort für „Zeit“ ist, haben Anmelderin und Markenstelle insoweit übereinstimmend ausgeführt. Bei „Xtra“ handelt es sich um eine werbeübliche Abwandlung des Wortes „extra“. Die Verkürzung der Vorsilbe „Ex“ auf den Buchstaben „X“ ist ein in der Werbesprache häufig verwendetes Gestaltungsmittel (vgl BPatG 24 W (pat) 270/97 - XPERTWARE; 26 W (pat) 46/01 – X-TRA; 27 W (pat) 153/97 – X-tra; 28 W (pat) 159/99 – XTREME; 28 W (pat) 59/00 – XPERT; 30 W (pat) 3/02 - PlantXpert). In Kombination mit Substantiven kennzeichnet der Begriff „Extra“ eine Sache als etwas Zusätzliches, Besonderes, zB Extrablatt, Extraklasse, Extrawurst (vgl Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl 2001, CD-ROM) und gehört damit zu einem der sehr häufig in der Allgemeinsprache vorkommenden und in ihr verwurzelten Wortbildungselemente.

3.1. Allerdings hat der Senat nicht feststellen können, dass die Angabe „XtraTime“ bzw der entsprechende deutsche Begriff „Extrazeit“ zur Beschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen hinsichtlich ihrer Art, Beschaffenheit, Menge, Bestimmung oder sonstiger Merkmale dienen kann. Für den deutschen Sprachgebrauch ist „Extrazeit“ zwar nicht lexikalisch belegt, aber ein im Sprachschatz vorhandenes umgangssprachliches Wort, das gebräuchlich ist als Ausdruck für zusätzliche Zeit, die zur Verfügung steht oder benötigt wird. So finden sich zB Sätze wie „Bis zu zwei Stunden Extrazeit ... koste die Felsenstrecke die Schiffer“; „Er murkst euch ab, wenn ihr versucht Extrazeit rauszuschinden“; „Sie ... nutzen die Extrazeit für ein aufgelockertes Verteilen des Unterrichts...“ (vgl Süddeutschen Zeitung 2001 (CD-ROM)). Da es sich um ein englischsprachiges Wort handelt, ist darüber hinaus noch die für den englischen Sprachgebrauch belegte Bedeutung zu berücksichtigen, wonach „extra time“ im Bereich des Sports „Spielverlängerung“ bedeutet (vgl zB Pons, Großwörterbuch Englisch-Deutsch, 1. Aufl 2002).

3.2. Aus diesen Verwendungen ergibt sich aber für die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen kein eindeutiger Aussagegehalt, der aus sich heraus und ohne erläuternde Zusätze verständlich wäre. Für die in Klasse 9 bean-

spruchten Waren ist dies offensichtlich, da Zeit weder hergestellt noch in irgendeiner Weise gespeichert oder verarbeitet werden kann. Bei den verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen kann Zeit zwar als Grundlage der Projektplanung und Kostenkalkulation bedeutsam sein, weil eine Vielzahl von Dienstleistungen nach Zeiteinheiten abgerechnet werden. Der Senat hat aber nicht feststellen können, dass diese Dienstleistungen üblicherweise mit Angaben zu dem für ihre Erbringung notwendigen Zeitaufwand im Sinne von Extrazeit bezeichnet werden, zumal sich derartigen Angaben nichts über die Art, die Bestimmung oder sonstige Merkmale dieser Dienstleistungen entnehmen lässt.

3.3. Dies gilt auch für die von der Markenstelle angenommene Bedeutung im Sinne eines „Extra-Zeitguthabens“, weil insoweit der Zusammenhang zwischen den beanspruchten Waren und Dienstleistungen und dem Entstehen eines Zeitguthabens unklar bleibt. Ein Verständnis der angemeldeten Marke dahingehend, dass mittels der Geräte, Apparate und Datenträger sowie der zugehörigen Dienstleistungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie Extrazeit in Form eines Gesprächsguthabens zur Verfügung gestellt wird, erfordert nach Auffassung des Senats mehrere gedankliche Zwischenschritte. Denn ein Zeitguthaben entsteht nicht durch Waren und Dienstleistungen unmittelbar, sondern wird auf Grund entsprechender vertraglicher Vereinbarungen gewährt. Die insoweit notwendigen zusätzlichen Informationen, ob beispielsweise das Zeitguthaben an eine bestimmte Vertragslaufzeit geknüpft ist oder als Bonus für Vieltelefonierer gewährt wird, sind dem Begriff „XtraTime“ aber nicht zu entnehmen, der daher auch für eine zukünftige Verwendung als Sachangabe ungeeignet erscheint.

3.4. Auch unter Berücksichtigung sonstiger mit dem Bestandteil „Time“ gebildeter Wortverbindungen wie zB „Disco-Time, Swing-Time, Prime-Time“ ergibt sich nichts anderes. In diesen Begriffen bezeichnet der Bestandteil „Time“ einen Zeitpunkt, zu dem das im ersten Bestandteil Genannte stattfindet, veranstaltet oder zB im Fernsehen zu sehen ist (vgl Carstensen/Busse, Wörterbuch der Anglizismen,

2001, Band 3, S 1530). Da es sich aber bei „Extra“ um kein derartiges inhaltsbeschreibendes Wort handelt, ist es auch nicht in der Lage den Bestandteil „Time“ in dieser Hinsicht inhaltlich zu präzisieren. Eine Versagung als beschreibende Angabe gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG scheidet daher aus.

4. Als eine Wortverbindung, die aus den dargelegten Gründen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen weder eine eindeutige im Vordergrund stehende sachlich beschreibende noch eine allgemeine Werbeaussage enthält, fehlt der Bezeichnung „XtraTime“ auch nicht jegliche Unterscheidungskraft.

Grabrucker

Pagenberg

Fink

Cl