



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 395/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
23. Juni 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 17 033.2

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 23. Juni 2004 durch den Richter Viereck als Vorsitzenden, Richter Sekretaruk und Richter Kruppa

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes – Markenstelle für Klasse 41 – vom 10. September 2002 aufgehoben.

Gründe

I

Die Anmeldung der Wortmarke

TierBILD

wurde vom Deutschen Patent- und Markenamt teilweise, und zwar für die Waren und Dienstleistungen

Druckereierzeugnisse, insbesondere Prospekte, Kataloge, Bücher, Zeitungen und Zeitschriften; Photographien;
Ausstrahlung von Film-, Fernseh-, Rundfunk-, BTX-, Videotext-, Teletext-, Internet-Programmen oder Sendungen; Sendung und Weitersendung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, auch durch Draht-, Kabel-, Satellitenfunk, Videotext, Internet und ähnliche technische Einrichtungen; Informations- und Promotion-Hotlines; Unterhaltung, Produktion von Film-, Fernseh-, Rundfunk-, BTX-, Videotext, Teletext-, Internet-Programmen oder Sendungen, insbesondere von interaktiven Programmen oder Sendungen (bildender, unterrichtender und unterhaltender Art; Rundfunk- und Fernseh- und Internetunterhaltung; Produktion von Fernsehinhalten, Fernsehsendungen, Fernsehserien, Fernsehshows und Fernseh-Spielserien, Drehbücher

wegen Fehlens der erforderlichen Unterscheidungskraft der Marke zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, dass die zu prüfende Marke bekannte Begriffe zu einer aus sich heraus verständlichen Sinneinheit verbinde und damit für die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen unmittelbar beschreibenden Charakter habe.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie nimmt die Anmeldung hinsichtlich der Waren "Photographien" zurück und weist darauf hin, dass die Marke im Bedeutungsinhalt unscharf sei, weshalb nicht jegliche Unterscheidungskraft fehle. Es bestehe auch kein Freihaltebedürfnis, da TierBILD die angemeldeten Waren und Dienstleistungen nicht aktuell und unmittelbar beschreibe.

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 einer Produktmerkmalsbezeichnung im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

1. Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache, das vom Verkehr – auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es

keinen tatsächlichen Anhaltspunkt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2002, 85 – INDIVIDUELLE).

Die beanspruchten Waren und Dienstleistungen richten sich an die allgemeinen deutschen Verkehrskreise. Für diese enthält "TierBILD" weder für Druckereierzeugnisse in Form von Prospekten, Katalogen, Büchern, Zeitungen und Zeitschriften, noch für Dienstleistungen im Bereich von Film, Rundfunk und Telekommunikation einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt. Ein Tierbild ist nach allgemeinem Sprachverständnis eine zeichnerische oder photographische Tierabbildung. Waren dieser Art beansprucht die Anmelderin jedoch im Beschwerdeverfahren nicht mehr. Somit beschreibt "TierBILD" im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nichts im Vordergrund stehendes. Sicher kann es sein, dass zum Beispiel in Zeitschriften Tierbilder enthalten sein können. Anhaltspunkte für einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt, der für die Feststellung des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft Voraussetzung wäre, liefert dieser lose und willkürliche Bezug allein nicht.

Es fehlt auch jeglicher Anhaltspunkt für die Annahme, dass der Verkehr die Wortfolge stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel der betrieblichen Herkunft versteht. Bei Eingabe des als Marke beanspruchten Begriffs in übliche Suchmaschinen des Internets (hier: ... am 23. Juni 2004) finden sich bei den ersten zehn Treffern in vier Fällen Hinweise auf eine Zeitschrift der Anmelderin mit diesem Titel. Hinzu kommt, dass die Anmelderin auf dem Gebiet der Zeitschriften zumindest drei weitere bekannte Titel, nämlich SportBILD, AutoBILD und ComputerBILD verwendet, dies lässt es zusätzlich als unwahrscheinlich erscheinen, dass der Verkehr die angemeldete Marke nicht als Unterscheidungsmittel auffassen wird.

2. Die Marke ist auch nicht nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Wie oben dargelegt, war nicht feststellbar, dass "TierBILD" eine Angabe ist, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen kann. Tatsachen, die eine Tendenz in diese Richtung belegen könnten, waren ebenfalls nicht auffindbar.

Viereck

Sekretaruk

Kruppa

Pü