



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 68/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 21 043.1

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 18. Januar 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler sowie der Richterinnen Pagenberg und Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 25. April 2002 die Wortmarke

Musikmesse-Pro Light & Sound

für folgende Dienstleistungen zur Eintragung in das Register angemeldet worden:

Klasse 35:

Werbung, Marketing; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Personalberatung; Büroarbeiten; Organisation und Durchführung von Messen, Ausstellungen und Kongressen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Vermietung von Werbeflächen und Werbematerial;

Klasse 41:

Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Organisation und Veranstaltung von Kongressen, Seminaren, Konferenzen und Symposien.

Die Markenstelle für Klasse 35 hat die Anmeldung durch Erstprüferbeschluß vom 19. Januar 2004 gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, daß die Marke in ihrer konkreten Zusammenstellung einen beschreibenden Hinweis auf eine Musikmesse mit dem Thema „Light und Sound“ vermittele. Zwar könne der Markenteil „Pro“ im vorliegenden Fall sowohl im Sinne von „für, zugunsten von“ verstanden werden als auch als Kurzform von „professionell“. Beide Deutungsmöglichkeiten des Markenteiles seien dem Verkehr jedoch bekannt und im vorliegenden Fall beschreibend. Die für die Marken bean-

spruchten Dienstleistungen seien alle derart, daß sie einen sachlichen bzw. thematischen Bezug zu einer Musikmesse mit den Themen „Light & Sound“ haben könnten.

Gegen diese Entscheidung des Patentamts hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Sie trägt vor, daß sich eine Unterscheidungskraft der begehrten Marke bereits daraus ergebe, daß der angesprochene Verkehr mit der Kombination verschiedener Sprachen innerhalb des Kennzeichens konfrontiert werde. Daher sei der Sinngehalt nicht ohne weiteres erkennbar. Dies werde dadurch verstärkt, daß die Begriffe „Pro“, „Light“ und „Sound“ jeweils verschiedene und voneinander abweichende Bedeutungen hätten, die in ihrer Kombination einen keinesfalls eindeutigen Sinngehalt vermittelten. Es seien neben der von der Markenstelle genannten Bedeutung diverse andere Interpretationsmöglichkeiten für die angemeldete Marke denkbar.

Der Senat hat die Anmelderin mit der Terminladung auf Bedenken hinsichtlich der Erfolgsaussichten der Beschwerde unter Übersendung von Ermittlungsunterlagen hingewiesen. Die Anmelderin hat mitgeteilt, daß sie den Verhandlungstermin nicht wahrnehmen könne, und um eine Entscheidung nach Aktenlage gebeten.

Im übrigen wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet. Die angemeldete Marke ist von der Eintragung ausgeschlossen, weil es ihr im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistun-

gen an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Die Markenstelle des Patentamts hat die Anmeldung daher zu Recht gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft als der einer Marke innewohnenden konkreten Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden, ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, d.h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (st.Rspr. vgl BGH WRP 2001, 1082 - marktfrisch; GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann demnach einer Wortmarke kein für die beanspruchten Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort, 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 dem Zeichen die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH GRUR 1999, 1089 - YES).

Das angemeldete Gesamtzeichen bildet insgesamt eine beschreibende Aussage, wobei auch jeder einzelne der verwendeten Begriffe für sich allein beschreibend ist.

Für den deutschsprachigen Markenbestandteil „Musikmesse“ gilt dies ohne weiteres, da sich bereits aus dem ersten Teil des zusammengesetzten Wortes der Inhalt der Messe ableiten läßt. Auch die englischsprachigen Begriffe „Light“ und „Sound“ verbunden durch das Zeichen „&“ vermitteln im Zusammenhang mit einer Musikmesse den eindeutigen Begriffsinhalt „Licht und Ton“, auch wenn beide Begriffe - wie von der Anmelderin dargelegt - im Englischen jeweils durchaus meh-

rere verschiedene Bedeutungen haben können (Light: „Feuer“, „Lichtöffnung“, „Verstand“; Sound: „Klang“, „Ton“, „Meerenge“ aber auch als Adjektiv „gesund“, „fehlerfrei“ - vgl. Langenscheidts Handwörterbuch Englisch-Deutsch 1999, Seite 378 bzw. 606).

Die angemeldete Marke ist insbesondere deshalb in dem genannten Sinne ohne weiteres verständlich, weil im Zusammenhang mit Musik und insbesondere auch Musikanlagen die Verwendung der englischen Begriffe „Light“ und „Sound“ vielfach gebräuchlich ist. So bietet beispielsweise eine „Mobildisco“ einen "Light & Sound Musikservice" an (www.hochzeit-ks.de), ein Vertreiber von Musik- und Lichtenanlagen wirbt mit einem „Light & Sound Concept“ (www.orpheus.at) und ein Vermieter und Verkäufer von Musik-/Lichtenanlagen bietet ebenfalls „Sound-Light-Systems" an (direktory.google.com).

Der weitere Markenbestandteil „Pro“ kann zum einen der lateinische Ausdruck für „für“ sein (vgl. insoweit BPatG 24 W (pat) 290/94 - PRO NATURA, HABM R0127/99-1 - PROECO); „Pro“ kann jedoch auch eine Abkürzung für „professionell“ oder „Profi“ darstellen (so ua HABM R0402/00-3 - PRO PLAYER; R0305/99-1 - PROLINE; BPatG, 27 W (pat) 273/00 - ProRaid). In beiden Bedeutungen besteht im Zusammenhang mit den anderen Begriffen der begehrten Marke ein beschreibender Begriffsinhalt. Soweit „Pro“ mit „für“ zu übersetzen ist, bringt die Marke für die angesprochenen Verkehrskreise, hier teils Fachkreise, teils das allgemeine Publikum, zum Ausdruck, daß es sich um eine Messe „für Licht und Technik“ handelt, wobei durch „pro“ eine Verbindung zum Gegenstand der Messe hergestellt wird. Sofern „pro“ im Sinne von „professionell“ übersetzt wird, läßt sich der Marke der Inhalt entnehmen, daß auf der Messe professionelle Licht- und Tontechnik gezeigt wird.

Zu berücksichtigen ist zwar, daß der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit all seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer zergliedernden Betrachtungsweise zu unterziehen, so daß

bei aus mehreren Wörtern bestehenden Marken das Vorliegen des Schutzhindernisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG für die Wortfolge in ihrer Gesamtfolge festzustellen ist (BGH MarkenR 2000, 420 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Das Gesamtzeichen hat aber im vorliegenden Fall bezogen auf die angemeldeten Dienstleistungen einen rein beschreibenden Begriffsinhalt. Den potentiellen Kunden der Anmelderin wird vermittelt, daß diese eine Musikmesse anbietet die sich mit den Themen „Licht und Klang“ beschäftigt. Ein beschreibender Bezug besteht dabei ohne weiteres zu den speziellen Messedienstleistungen der Klassen 35 und 41. Jedoch auch die beanspruchten übrigen Dienstleistungen der Klassen 35 und 41 können mit der Veranstaltung der Musikmesse im Zusammenhang stehen.

Insgesamt werden die angesprochenen Verkehrskreise daher den beschreibenden Charakter des Gesamtzeichens ohne weiteres erkennen und dieses nicht als betriebskennzeichnend auffassen.

Winkler

Pagenberg

Dr. Hock

Cl