



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 82/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 32 663.4

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 13. Dezember 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Dr. Hock und des Richters Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 3. Juli 2002 die Wortmarke

Garden Visions

für folgende Waren und Dienstleistungen zur Eintragung in das Register angemeldet worden (Waren- und Dienstleistungsverzeichnis in der Fassung vom 30. Januar 2003):

”Fotografieren; Fotografien; Systematisierung, Zusammenstellen von Daten in einer Computerdatenbank zum Zwecke des Betriebs einer Bildagentur.”

Die Markenstelle für Klasse 35 hat die Anmeldung durch Beschluss vom 19. Januar 2004 gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen. Sie hat ausgeführt, dass die mit den deutschen Begriffen ”Garten” und ”Visionen” eng verwandten Markenbestandteile ”Garden” und ”Visions” von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres verstanden würden. Das Publikum werde die begehrten Waren und Dienstleistungen in dem Zusammenhang sehen, dass sie bestimmt und geeignet seien, Träume oder Zukunftsbilder für eine Gartenanlage hervorzurufen. Es handle sich daher insgesamt um eine rein beschreibende Angabe, die von den Beteiligten nicht als betriebliches Kennzeichen zur Unterschei-

dung der Dienstleistungen und Waren hinsichtlich der Unternehmen eingestuft werde.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Dieser beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Er trägt vor, dass die Marke als lexikalischer Begriff mit einem eindeutigen Sinngehalt nicht existent sei. Bereits der Begriff "Vision" sei mehrdeutig, ein Bezug zu den begehrten Waren und Dienstleistungen sei nicht ersichtlich. Selbst wenn die angesprochenen Verkehrskreise den Gesamtbegriff als "Gartenvision" auffassen würden, handle es sich nicht um eine beschreibende Aussage. Denn die "Vision" von einer Sache sei keine Abbildung, d. h. keine optische Festlegung real existierender Dinge, wie es etwa bei einer Fotografie der Fall sei.

Er verweist auf Voreintragungen mit den Bestandteilen "Garden" bzw. "Visions".

Der Senat hat den Anmelder unter Übersendung von Ermittlungsunterlagen auf Bedenken hinsichtlich der Erfolgsaussichten der Beschwerde hingewiesen.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet. Nach Auffassung des Senats fehlt der als Marke angemeldeten Bezeichnung hinsichtlich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, so dass die Markenstelle die Anmeldung im Ergebnis zu Recht gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen hat.

Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft als der einer Marke innewohnenden konkreten Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren und 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 GRUR 2002, 540 – OMEPRAZOK; MarkenR 2005, 145 – BerlinCard). 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 Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender 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 GRUR 1999, 1089 - YES).

Die angemeldete Marke ist aus den englischsprachigen Begriffen "Garden" und "Visions" zusammengesetzt. "Garden" ist mit dem deutschen Begriff "Garten" eng verwandt, gehört zum Grundwortschatz der englischen Sprache und ist daher den angesprochenen Verkehrskreisen, hier teils Fachkreise, teils das allgemeine Publikum ohne weiteres verständlich. "Visions", schriftbildlich identisch mit dem deutschen Ausdruck "Vision", bedeutet im Englischen "Sehkraft", "Phantasie", "Vision" aber auch "Traum/Wunschbild" (vgl. Langenscheidts Handwörterbuch Englisch-Deutsch, 1999, S. 711 f.; ähnlich auch BPatG, 24 W (pat) 68/02 - technical visions).

Zu berücksichtigen ist zwar, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit all seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entge-

gentritt, 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 Gesamtheit festzustellen ist (BGH MarkenR 2000, 420 – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Das Gesamtzeichen hat aber im vorliegenden Fall bezogen auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen rein beschreibenden Begriffsinhalt.

Es bringt zum Ausdruck, dass es sich um "Visionen" bzw. "Zukunftsideen" für Gärten und deren Gestaltung handelt. Ein beschreibender Bezug besteht dabei zu sämtlichen begehrten Waren und Dienstleistungen. Denn die Fotografien und "das Fotografieren" können sich inhaltlich mit Gartengestaltung befassen. Auch die Informationen, die zum Zwecke des Betriebs einer Bildagentur systematisiert und zusammengestellt werden, können die Gartengestaltung zum Inhalt haben.

Der Senat konnte bei seiner Internetrecherche die Verwendung des Gesamtbegriffs "Garden Visions" auch mehrfach nachweisen:

- www.amazon.com: Thomas Hobbs "Innovative Garden Vision"
- www.candystations.com: "Garden Vision" im Zusammenhang mit einem Bild
- www.star-thrower.com: "A Garden Vision"
- www.pbs.org/perennialgardener/guide: "A New Garden Vision".

Auch im deutschen Sprachraum ist die Verwendung des Begriffes "Vision" im Zusammenhang mit der Gestaltung von Gärten gebräuchlich:

- www.werner-garten.de: "Wir wollen Ihnen auf diesen Seiten zeigen, wie sie mit uns aus einer "grünen Vision" einen Garten entstehen lassen könnten".
- www.schleitzer.de: "Erlebnispark Schleitzer – Geburtsstunde einer Vision".

- www.ausfahrten.com: "... wurde eine gartenkünstlerische Vision für die Ausgestaltung des Mösle Stadions präsentiert".
- www.gartentechnik.de: "Am Anfang stand eine Vision: der Garten als Ruhe-oase ...".
- www.gartenpyramide.de: "Eine meiner Visionen ist es ... große Pyramiden im kleinen landwirtschaftlich genutzten Garten zu bauen".
- www.fundus.org: "Im Garten wird die Vision vom Einklang des Menschen mit der Natur gesehen".

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

Schließlich kann sich die Anmelderin zur Frage der Schutzfähigkeit nicht auf eingetragene Drittzeichen berufen. Selbst eine Reihe von Eintragungen gleicher oder ähnlicher Marken - die Anmelderin nennt jedoch nur Marken die entweder den Bestandteil "Garden" oder "Visions" enthalten - kann nicht zu einer Selbstbindung des Deutschen Patent- und Markenamts führen und ist erst Recht für das Bundespatentgericht unverbindlich (BGH GRUR 1999, 420 – K-SÜD).

Der Senat neigt im Übrigen zur Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, was hier jedoch keiner abschließenden Beurteilung mehr bedarf.

Winkler

Kätker

Dr. Hock

CI