



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 66/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

betreffend die Markenmeldung 303 39 947.3

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. Februar 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie des Richters Kraft und der Richterin Eder

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die für die Dienstleistungen

"Transportwesen, Veranstaltung von Reisen/Tagesfahrten, sportliche und kulturelle Aktivitäten"

angemeldete Marke

POWER
TAGESFAHRTEN

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, entgegen der Argumentation des Anmelders handele es sich bei dem Begriff "powertagesfahrten" um eine Bezeichnung, die aufgrund ihrer konkreten Wortbildung und ihres im Vordergrund stehenden Bedeutungsgehalts vom inländischen Verkehr nur als beschreibender Sachbegriff aufgefasst werde, denn sie sei ausschließlich aus geläufigen beschreibenden Angaben zusammengesetzt.

Der englische Begriff "power" sei seit langem in die deutsche Umgangs- und Werbesprache eingegangen. Der inländische Verkehr sei zudem auf dem hier einschlägigen Dienstleistungssektor an vergleichbare Sachbezeichnungen wie zB "Power-Urlaub", "Power-Ferien" oder "Powertouren" gewöhnt und messe derartigen Wortverbindungen nur einen werbemäßig beschreibenden Aussagegehalt bei, mit dem auf ein branchentypisches Angebot von Transport- und Unterhaltungsdienstleistungen mit starken Events hingewiesen werde.

Dagegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders mit dem Antrag, den angefochtenen Beschluß aufzuheben. Seiner Ansicht nach steht der begehrten Eintragung kein Schutzhindernis entgegen. Der Markenbestandteil "power" sei ein mehrdeutiger englischer Begriff. Aufgrund dieser Mehrdeutigkeit bedürfe er der Interpretation, weshalb ihm der unbefangene Durchschnittsverbraucher nicht ohne weiteres eine beschreibende Sachangabe entnehmen könne, zumal er ein als Marke verwendetes Zeichen in der Regel ohne nähere Analyse aufnehme. Dies gelte insbesondere für Kombinationen mit fremdsprachigen Begriffen, bei denen ein beschreibender Gehalt nur durch grammatikalische Überlegungen und Übersetzungen konstruiert werden könne.

II.

Die zulässige Beschwerde erweist sich als unbegründet, denn der angemeldeten Bezeichnung "**POWER** TAGESFAHRTEN" fehlt in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft iSd vorgenannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom maßgeblichen Publikum als betriebliches Herkunfts- und Unterscheidungsmittel für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden und damit die betriebliche Zuordnung dieser Waren oder Dienstleistungen zu ermöglichen (BGH GRUR 2001, 1153, 1154 – antiKALK; BIPMZ 2004, 30 f – Cityservice). Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Warenverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2002, 804, 805 und 809 – Philips; GRUR Int 2004, 943 – Farbe Orange). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 – BRA-

VO). Kann demnach einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst 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 ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH aaO – Cityservice). Die Prüfung muß grundsätzlich streng und vollständig sein, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu vermeiden (EuGH GRUR, 604 – Libertel).

Wie bereits die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, ist der aus den Worten "POWER" und "TAGESFAHRTEN" zusammengesetzten Anmeldung in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft abzusprechen. Das ursprünglich englische Wort "power" wird in der deutschen Werbung und Umgangssprache nachweisbar für ein kraftvolles, engagiertes Agieren verwendet (vgl. "powern" und die vergleichbaren Begriffe wie "Power-Urlaub" oder "Power-Ferien"). In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen wie "Transportwesen, Veranstaltung von Reisen" etc werden die angesprochenen breiten Verkehrskreise, denen die genannten Dienstleistungen angeboten werden, die Gesamtbezeichnung "POWER TAGESFAHRTEN" deshalb ohne weiteres (nur) als werbemäßigen Hinweis auf ein Angebot von "Tagesfahrten" verstehen, das besondere Leistungen oder Möglichkeiten beinhaltet, die zum Beispiel ein volles, aktives Ausnutzen eines Ski- oder sonstigen Urlaubstages ("perfekter Aktivurlaub") gewährleisten. Dementsprechend bietet die zB Fa. Sport-Scheck im Internet unter www.power-tagesfahrten.de zum Paket-Preis Tages-Skifahrten an, die neben der Busfahrt und dem Tagesliftpass ein umfangreiches Service-Paket umfassen.

Der Einwand des Anmelders, der Zeichenbestandteil "POWER" sei mehrdeutig, rechtfertigt keine andere Beurteilung, denn bei der Feststellung des beschreibenden Charakters ist nicht mechanisch auf Wörterbuchdefinitionen, sondern vorrangig auf den Kontext abzustellen, in dem die Marke benutzt werden soll, weshalb

auch die Mehrdeutigkeit einer beschreibenden Angabe diese nicht schutzfähig machen kann (vgl zB EuGH MarkenR 2003, 450 – DOUBLEMINT).

Da der angemeldeten Bezeichnung mithin die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt, musste die Beschwerde zurückgewiesen werden.

Albert

Richterin Eder kann
wg Urlaubs nicht un-
terschreiben.

Kraft

Albert

Pü