



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 305/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 84 464.6

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 15. Juni 2005 unter Mitwirkung des Richters Dr. Albrecht als Vorsitzender sowie der Richter Kruppa und Merzbach

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Anmeldung der Wortmarke

Neochrist

hat die Markenstelle für Klasse 41 mit Beschluss vom 17. April 2002 für die Waren und Dienstleistungen "Kinofilme, bespielte Audio- und Videobänder, bespielte Audio- und Videokassetten, CD Platten; Druckereierzeugnisse, Photographien, Bänder, Zeitschriften, Druckschriften, Broschüren; Veranstaltung von Tagungen und Seminaren, Durchführung von Lehrgängen, Ausbildung, Erziehung, Unterricht, Veröffentlichung und Herausgabe von Bändern, Zeitschriften, Druckschriften und Broschüren, Organisation und Betriebsberatung anderer Unternehmen auf dem Gebiet des Ausbildungs-, Erziehungs- und Unterrichtswesens sowie der Herausgabe von Druckschriften aller Art; beratende Dienstleistungen zur Verbesserung persönlicher Fähigkeiten des geistigen und spirituellen Bewusstseins und Selbstbewusstseins" zurückgewiesen.

Die dagegen eingelegte Erinnerung des Anmelders hat die Markenstelle mit Beschluss vom 3. September 2003 zurückgewiesen.

Diese Entscheidungen sind damit begründet, der angemeldeten Marke fehle für die versagten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft. Unstrittig habe der Begriff "Neochrist" für die belegte Glaubensrichtung der Neochristen einen beschreibenden Charakter, weshalb die angesprochenen Verbraucher bei Waren oder Dienstleistungen, die mit der Marke bezeichnet seien, annehmen

würden, die Waren oder Dienstleistungen befassten sich thematisch mit dem Neochristentum. Speichermedien könnten inhaltlich darauf bezogen sein. In Veranstaltungen könne der Glaube vermittelt werden; Organisation und Beratungen könnten auf den Ritualen, Grundsätzen und Prinzipien der Neochristen aufbauen. Auf die Eintragung entsprechender Marken könne sich der Anmelder nicht berufen.

Am 22. September 2003 hat der Anmelder Beschwerde eingelegt.

Vor der Markenstelle hat er die Auffassung vertreten, "Neochrist" sei lexikalisch nicht nachweisbar. Keinesfalls habe die angemeldete Marke einen Waren- oder Dienstleistungsbezug. Der Begriff "Neochristen" stehe für die Anhänger einer speziellen Richtung des christlichen Glaubens. Nur insoweit weise "Neochrist" einen beschreibenden Charakter auf. Auch der Begriff "Christ" sei als Marke mehrfach eingetragen.

Die Markenstelle habe keinen Nachweis erbracht, dass der angemeldete Begriff im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen in beschreibender Form verwendet werde. Es fehle daher ein aktuelles Freihaltungsbedürfnis. Der angestrebte Markenschutz hätte nur zur Folge, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen markenmäßig nicht mit "Neochrist" gekennzeichnet werden dürften. Hierfür bestehe bei den Anhängern der relevanten Glaubensrichtung aber keine Notwendigkeit.

Im Übrigen wird auf den Inhalt der Amts- und Gerichtsakte Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde hat im Ergebnis keinen Erfolg. Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht sowohl das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) als auch das nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

a) Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen zu dienen. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Für die Beurteilung der Unterscheidungskraft gilt grundsätzlich ein großzügiger Maßstab. Hat eine Wortmarke keinen für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das die Verbraucher – etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstehen, so fehlt ihr nicht jegliche Unterscheidungseignung und damit nicht jegliche Unterscheidungskraft (stRspr; vgl. BGH BIPMZ 2002, 85 - INDIVIDUELLE).

Bei "Neochrist" steht ein beschreibender Begriffsinhalt im Vordergrund. Im Zusammenhang mit Kinofilmen, bespielten Audio- und Videobändern und -kassetten, CD Platten, Druckereierzeugnissen, Photographien, Bändern, Zeitschriften, Druckschriften und Broschüren sowie deren Herausgabe ist "Neochrist" als Inhaltsangabe geeignet. Dass diese besser "Neochristentum" oder "Neochristen" heißen würde, tut dem keinen Abbruch; auch bei "Neochrist" werden die angesprochenen Verbraucher ohne weiteres auf den thematischen Inhalt der Medienprodukte schließen.

Gleiches gilt für die Veranstaltung von Tagungen und Seminaren, Durchführung von Lehrgängen, Ausbildung, Erziehung, Unterricht. Derartige Dienstleistungen

haben häufig einen Bezug zur weltanschaulichen und religiösen Themata, so dass die angemeldete Bezeichnung diesen beschreibt. Weltanschaulich oder religiös ausgerichtete Dienstleister bieten ferner oft Beratung zur Verbesserung persönlicher Fähigkeiten, wie des geistigen und spirituellen Bewusstseins und Selbstbewusstseins, an, wobei es für den Klienten von Bedeutung ist, welche spirituelle Ausrichtung der Anbieter hat. Diese beschreibt "Neochrist", auch wenn wieder die Bezeichnung "Neochristentum" o.ä. noch geeigneter wäre.

Organisation und Betriebsberatung anderer Unternehmen sind zunächst weltanschaulich neutrale Angebote, hier aber sind sie spezifiziert für Ausbildungs-, Erziehungs- und Unterrichtswesen, wo Bezüge zur weltanschaulichen und religiösen Themata gebräuchlich sind.

Dieser Beurteilung steht nicht entgegen, dass die Bezeichnung "Neochrist" vage ist und dem Verbraucher wenig Anhalt dafür bietet, welche konkreten Inhalte vermittelt werden. Eine solche begriffliche Unbestimmtheit steht der Annahme einer beschreibenden Sachangabe nicht entgegen (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt). Dies gilt im vorliegenden Fall insbesondere deshalb, weil der angesprochenen Verbraucher aus "Neochrist" jedenfalls auf eine weltanschaulich oder religiös ausgerichtete Haltung des Anbieters schließen wird.

b) Außerdem ist die angemeldete Marke auch gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG schutzunfähig. Diese Vorschrift schließt Marken von der Eintragung aus, die ausschließlich aus Angaben bestehen, welche u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen können.

Die angemeldete Bezeichnung eignet sich hierzu. Zum einen vermittelt sie den Sachhinweis, dass es in den beanspruchten Medien um Informationen über den Glauben oder um Vermittlung des Glaubens der Neochristen geht, zum andern wird zum Ausdruck gebracht, dass die angebotenen Dienstleistungen auf einer bestimmten Grundhaltung beruhen.

c) Der Anmelder kann sich auch nicht darauf berufen, die beschreibende Verwendung von "Neochrist" bleibe Dritten gemäß § 23 Nr. 2 MarkenG unbenommen. Diese Argumentation verkennt die unterschiedlichen Regelungsgehalte des Eintragungsverbots des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG einerseits und der Schutzschranken des § 23 Nr. 2 MarkenG andererseits. Zwar dienen beide Vorschriften dem Freihaltungsbedürfnis an beschreibenden Angaben. Hierbei enthält aber § 23 Nr. 2 MarkenG als Vorschrift über die Schranken eines bestehenden Markenschutzes (iSv §§ 14 ff MarkenG) lediglich eine Klarstellung und Beschränkung des Markeninhabers ausschließlich im Zivilprozess (vgl. BGH GRUR 1998, 930, 931 - FLÄMINGER). Im Gegensatz dazu liegt der Schutzzweck des Eintragungsverbots gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG darin, bereits im Registerverfahren Fehlmonopolisierungen möglichst zu verhindern. Die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG schränkt § 23 Nr. 2 MarkenG demnach nicht inhaltlich ein; vielmehr stellt diese Vorschrift nur eine zusätzliche Sicherung der Mitbewerber im Verletzungsprozess gegenüber möglicherweise zu Unrecht eingetragenen Marken dar (vgl. STRÖBELE/HACKER, Markengesetz, 7. Aufl., § 23 Rdnrn. 19 ff m.w.Nachw.). Die Eintragung einer für sich gesehen unmittelbar beschreibenden Angabe im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG kann § 23 Nr. 2 MarkenG nicht ermöglichen; vielmehr steht einer solchen Eintragung zwingend das (auf der obligatorischen Vorschrift des Art. 3 Abs. 1 lit. c Markenrechtsrichtlinie beruhende) Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

d) Der Hinweis auf vergleichbare Markeneintragungen kann der Beschwerde nicht zum Erfolg verhelfen. Aus Voreintragungen ähnlicher oder selbst übereinstimmender Marken durch das Deutsche Patent- und Markenamt ergibt sich auch unter dem Gesichtspunkt des Gleichbehandlungsgrundsatzes (Art. 3 GG) grundsätzlich kein Eintragungsanspruch für spätere Markenmeldungen, da es sich bei der Entscheidung über die Eintragbarkeit einer Marke nicht um eine Ermessens-, sondern um eine gebundene Entscheidung handelt, die jeweils einer eigenen Prüfung unterliegt und etwa zu Unrecht erfolgte frühere Eintragungen nicht das Recht verschaffen, auch weiterhin derartige Eintragungen durch das Patentamt zu er-

wirken (vgl. BGH GRUR 1997, 527, 528 - AUTOFELGE; BIPMZ 1998, 248, 249 - TODAY).

Soweit sich der Anmelder auf die Voreintragung von "Christ" beruft, ist außerdem zu beachten, dass "Christ" – ebenso wie "Krist" als Familienname gebräuchlich ist. Dies ist bei "Neochrist" nicht der Fall; die Vorsilbe "Neo-" ist typisch für Fachbegriffe und führt damit zu einem Verständnis als beschreibende Angabe.

Dr. Albrecht

Kruppa

Merzbach

Hu