



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 203/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 64 296.2

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 25. September 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister als Wort/Bildmarke ist



für die Waren

Bespielte Ton- und Bildträger; Druckereierzeugnisse; Bekleidungsstücke; Lederwaren

angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 09 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung in zwei Beschlüssen, einen davon im Erinnerungsverfahren ergangen, wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. „Gayzone“ bedeute „Schwulenbereich“; es handele sich damit um einen beschreibenden Hinweis auf Waren, die im Bereich homosexueller Menschen angesiedelt seien. Die graphische Gestaltung wirke nur als schmückendes Hervorhebungsmittel; das verwen-

dete Männlichkeitssymbol als Werbehinweis auf Waren und Dienstleistungen für Männer sei verbraucht.

Hiergegen hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt und im Wesentlichen ausgeführt, die in der angemeldeten Bezeichnung verwendeten englischen Worte hätten jeweils eine Vielzahl von Bedeutungen, auch der Sinngehalt der Kombination sei mehrdeutig. Selbst bei Annahme der Bedeutung „Waren im Bereich der homosexuellen Menschen“ sei der Bedeutungsgehalt mehrdeutig und unbestimmt.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 28. Januar 2004 und 1. Juli 2004 aufzuheben.

Ergänzend wird auf das schriftsätzliche Vorbringen und den Inhalt der patentamtlichen Beschlüsse Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist in der Sache ohne Erfolg.

Die angemeldete Marke ist für die beanspruchten Waren nach den Vorschriften des Markengesetzes von der Eintragung ausgeschlossen, da sie eine beschreibende Angabe im Sinne von § 8 Absatz 2 Nr. 2 MarkenG ist.

Nach dieser Vorschrift sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen können.

Auch Wortneubildungen kann der Versagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegenstehen, wenn sie sprachüblich gebildet sind und ihr beschreibender Aussagegehalt so deutlich und unmissverständlich ist, dass sie ihre Funktion als Sachbegriffe erfüllen können. Dies ist dann der Fall, wenn sich den angesprochenen Abnehmern eine konkret beschreibende Angabe ohne die Notwendigkeit besonderer Denkprozesse unmittelbar erschließt, wobei auch bei der Kombination fremdsprachiger Wörter die Verständnisfähigkeit des inländischen Publikums vor allem durch den gemeinsamen europäischen Markt nicht zu gering veranschlagt werden darf (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 253, 260).

Insbesondere hat eine Marke, die sich aus einem Wort mit mehreren Bestandteilen zusammensetzt, von denen jeder Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen beschreibt, selbst einen die genannten Merkmale beschreibenden Charakter im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, es sei denn, dass ein merklicher Unterschied zwischen dem Wort und der bloßen Summe seiner Bestandteile besteht. Dabei führt die bloße Aneinanderreihung solcher beschreibenden Bestandteile ohne Vornahme einer ungewöhnlichen Änderung, insbesondere syntaktischer oder semantischer Art, nur zu einer Marke, die ausschließlich aus beschreibenden Zeichen oder Angaben besteht (EuGH GRUR Int. 2004, 410, 413 - BIOMILD; EuGH GRUR Int. 2004, 500, 507 – KPN-Postkantoor).

Auf die Frage der Mehrdeutigkeit der Wortzusammensetzung kommt es bei § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG grundsätzlich nicht an. Ein Wortzeichen ist nämlich von der Eintragung ausgeschlossen, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (vgl. EuGH MarkenR, 2003, 450 - DOUBLEMINT). Dabei spielt es keine Rolle, ob es Synonyme oder gebräuchlichere Zeichen oder Angaben zur Bezeichnung dieser Merkmale gibt, da es nicht erforderlich ist, dass diese Zeichen oder Angaben die ausschließliche Bezeichnungsweise der fraglichen Merkmale sind (vgl. EuGH a. a. O. S. 410, 412 - BIOMILD; EuGH a. a. O. S. 500, 507 - Postkantoor).

Es ist zudem nicht erforderlich, dass die Zeichen oder Angaben, aus denen die Marke besteht, zum Zeitpunkt der Anmeldung bereits tatsächlich zu beschreibenden Zwecken für Waren oder Dienstleistungen wie die in der Anmeldung aufgeführten oder für Merkmale dieser Waren oder Dienstleistungen verwendet werden. Es genügt, wie sich schon aus dem Wortlaut des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ergibt, dass die Zeichen oder Angaben zu diesem Zweck „dienen können“.

Die angemeldete Bezeichnung setzt sich – durch die unterschiedliche graphische Gestaltung deutlich erkennbar - aus den beiden Bestandteilen „Gay“ und „Zone“ zusammen.

Das englische Wort „gay“ bedeutet im Deutschen als Adjektiv „bunt, glänzend, heiter, homosexuell“, als Substantiv „der/ein Homosexuelle(r)“, (vgl. LEO-Online Lexikon der TU München) und ist in dieser Bedeutung breiten inländischen Verkehrskreisen bekannt (vgl. Duden-Dt. Universalwörterbuch - CD-ROM).

Das englische Wort „zone“ - bedeutet im Deutschen „Bereich, Gebiet, Zone“ und bezeichnet einen Gebietstreifen oder einen Bereich, der sich von Nachbarregionen durch Verschiedenheit in Aussehen, Eigentum, Zweck oder Beschaffenheit unterscheidet (vgl. Duden a. a. O.). „zone“ wird in zahlreichen Zusammensetzungen für unterschiedliche Bereiche verwendet wie u. a. „pedestrian zone“ (Fußgängerzone), „control zone“ (Kontrollbereich) (vgl. LEO a. a. O.). Insbesondere in der Internetnutzung werden Bereiche mit „zone“ bezeichnet, die sich an eine Gruppe von Nutzern mit gleichen Merkmalen oder gleichen Interessen wenden (vgl. bsp.weise „Asia-Zone“ - „Die Community für Vietnamesen und andere Asiaten ...“; „Kids Zone“ – „Das coole Trendmagazin für alle Kids“; „Compu-Zone“ – „Täglich Hardwarenews...und eine große Community“ unter www.google).

Die angemeldete Bezeichnung bedeutet daher in wörtlicher Übersetzung „Homosexuellenzone, homosexueller Bereich“. Ebenso wie die oben genannten Zusammensetzungen ist auch die Kombination „GAYZONE“ eine sprachübliche und naheliegende Wortverbindung. Beide Markenbestandteile werden dabei entspre-

chend ihrem Sinngehalt verwendet und bilden auch in der Gesamtheit keinen neuen, über die bloße Kombination hinausgehenden Begriff.

Unter Bezugnahme auf die beanspruchten Waren „Bespielte Ton- und Bildträger; Druckereierzeugnisse; Bekleidungsstücke; Lederwaren“ ergibt „Gayzone“ die zur Beschreibung geeignete Sachaussage, dass es sich nach Art, Beschaffenheit und Bestimmung um Waren handelt, die für Personen aus dem Homosexuellenbereich ansprechen sollen, also den Gebrauch durch Homosexuelle bestimmt sind oder von Homosexuellen verwendet werden.

Selbst wenn der Begriff „Gayzone“ auf eine Wortschöpfung durch die Anmelderin zurückzuführen wäre, ändert dies nichts daran, dass er sprachüblich gebildet und deshalb zur Beschreibung der Waren geeignet ist, so dass seine freie Benutzung durch Dritte gewährleistet sein muss (Ströbele/Hacker a. a. O. § 8 Rdn. 262; vgl. auch BGH GRUR 2005, 578, 580 - LOKMAUS).

Wegen des in Bezug auf die beanspruchten Waren im Vordergrund stehenden Begriffsgehalts sowohl der Einzelelemente als auch der daraus gebildeten Kombination, die über den Sinngehalt der Einzelelemente nicht hinaus geht, handelt es sich um eine deutlich und unmissverständlich beschreibende Angabe ohne jegliche begriffliche Ungenauigkeit, die zu einer konkreten beschreibenden Bezeichnung dienen kann.

Auch die graphische Ausgestaltung vermag eine Schutzfähigkeit der schutzunfähigen Wortkombination nicht zu begründen.

Die gestalterischen Elemente wie die Umrandung und der Farbwechsel in den Kontrastfarben Schwarz-Weiß sowie die Darstellung des Vokals „o“ in Form des bekannten Marssymbols, haben keinen hinreichend deutlich hervortretenden, eigenständigen Charakter, sondern dienen lediglich der Unterstreichung und Hervorhebung der schutzunfähigen Wortelemente. Insbesondere die Darstellung des Marssymbols - das in der Biologie für Mann oder männlich steht (vgl. <http://>

de.wikipedia.org/wiki/Marssymbol) - ist allgemein bekannt und wird häufig in der Art eines Piktogramms benutzt, um die ausschließliche Eignung oder Bestimmung für Männer zum Ausdruck zu bringen. Daher stehen die beschreibenden Wortelemente so im Vordergrund, dass der bildlichen Gestaltung daneben keine über das Werbeübliche hinausgehende Besonderheit beigemessen werden kann (vgl. BGH BIPMZ 2001, 397 antiKALK).

gez.

Unterschriften