



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 85/05

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 00 904.4

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. Mai 2007 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker, der Richterin Dr. Mittenberger-Huber und des Richters am Oberlandesgericht Kärcher

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

EU Times

soll für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 16: Druckerzeugnisse, insbesondere Bücher, Zeitungen, Zeitschriften und andere Periodika;

Klasse 35: Werbung, insbesondere in Printmedien und im Internet sowie in Rundfunk und Fernsehen;

Klasse 38: Verbreitung von Informationen und Nachrichten unterhaltender und unterrichtender Natur über das Internet;

Klasse 41: Zusammenstellung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung des Zeichens mit Beschluss vom 18. Mai 2005 zurückgewiesen, da dem angemeldeten Zeichen jegliche Unterscheidungskraft fehle. Es handele sich um eine sprachübliche Wortzusammensetzung aus der Abkürzung für „Europäische Union“ und „Times“ als Titel einer bekannten Zeitung wie der „New York Times“. Der Verkehr werde das Zeichen daher nur als beschreibende Angabe für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen auffassen und nicht einem bestimmten Unternehmen zuordnen.

Der Anmelder hat dem mit Schriftsatz vom 13. Juni 2005 widersprochen und dargelegt, dass der Verkehr lediglich das Wort „Times“ mit einer Zeitung oder Zeitschrift assoziiere und den aus einer örtlichen und einer sachlichen Angabe zusammengesetzten Begriff „EU Times“ als Eigennamen erkenne, der als unverwechselbare und damit seine Herkunft kennzeichnende Bezeichnung verstanden werde.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle vom 18. Mai 2005 aufzuheben.

Das Ergebnis der vom Senat durchgeführten Recherche zur Verwendung der Wortfolge „EU Times“ sowie deren beider Bestandteile wurde dem Anmelder übersandt.

II.

Die gem. § 66 Abs. 1 und 2 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, da der Wortfolge „EU Times“ für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen Schutzhindernisse gem. §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 MarkenG entgegenstehen.

1. Nicht schutzfähig nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG sind solche Zeichen, denen die konkrete Eignung fehlt, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Die Hauptfunktion der Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr.; EuGH GRUR 2006, 229 - Rn. 27 ff. - BioID; GRUR 2004, 1027 - Rn. 42 ff. - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; GRUR 2003, 604 - Rn. 62 - Libertel; BGH GRUR 2005, 257 - Bürogebäude; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; BGH GRUR 2001, 1153, 1154 - antiKALK).

Die Unterscheidungskraft ist dabei zum einen im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen für die das Zeichen angemeldet worden ist, und zum anderen im Hinblick auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise zu beurteilen, die sich aus den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchern der Waren bzw. Empfängern der Dienstleistung zusammensetzen (st. Rspr.; EuGH GRUR 2006, 233 ff. - Rn. 25 - Standbeutel). Die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt einer Wortmarke nur dann, wenn das Zeichenwort eine für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehende Sachaussage ist, oder es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom angesprochenen Publikum stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (BGH GRUR 1999, 1089 - YES; GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Dies gilt auch für Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung nicht unmittelbar betreffen, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen hergestellt wird und der Verkehr deshalb den beschreibenden Aussagegehalt auch ohne weiteres hinsichtlich dieser Waren oder Dienstleistungen erfasst (BGH GRUR 2006, 850 - Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; BPatG MarkenR 2007, 36, 37 - BuchPartner).

1.1.1. „EU“ in der Schreibweise mit zwei Großbuchstaben ist die allgemein bekannte Abkürzung für „Europäische Union“ (Wahrig, 2002, Universalwörterbuch

Rechtschreibung, S. 359). Weiter steht es als deutsches Kfz-Kennzeichen für die Stadt Euskirchen und in Groß- und Kleinbuchstaben für das chemische Element „Europium“ (www.abkuerzungen.de/). Im Verzeichnis des Wortschatzes der Universität Leipzig (<http://wortschatz.uni-leipzig.de/abfrage/>) ist es ebenfalls verzeichnet als Akronym für „Europäische Union“ und „European Union“ („Es geht darum, wie viel Geld die EU dann ausgeben darf.“ oder „Weiter sagte Juschtschenko, ... 'Putin darf unseren Weg in die EU nicht blockieren.'“).

1.1.2. Der Begriff „Times“ ist zum einen als Bezeichnung für eine Zeitung üblich geworden und wird vom Verkehr daher allgemein als Hinweis auf eine anspruchsvolle und niveauvolle Zeitung oder Zeitschrift aufgefasst. Als Printmedium oder „online“ im Internet (Recherche vom 9./10.8.2007 www.google.de Suchwort: Times Ergebnisse 1 - 100) gibt es nicht nur die „Munich Times“, die „St. Petersburg Times“ oder die „New York Times“, die durch den geografischen Hinweis und die Zusammensetzung mit „Times“ auf ihren Erscheinungsort hinweisen oder sich mit Themen rund um das geografisch benannte Gebiet beschäftigen. Es gibt auch die „IT-Times“ („IT-Times bietet aktuelle Informationen rund um Halbleiter, Telekommunikation und Internet.“), die „Armageddon Times“ („Reggae-Magazin. Reportagen, Videos, Fotos ...“), die „Paintball 7 Times“ („Berichte, Aktuelles, Hintergründe und Informationen aus der Szene sowie Suchmaschine und Kleinanzeigenmarkt“), die „Webstyle-Times“ („Nach langem Winterschlaf meldet sich die Webstyle-Times zurück und versorgt Webdesigner zukünftig wieder mit Stuff & News ...“), die „SimTimes“ („Auf SimTimes findest du neben den aktuellsten News aus der Sims-Szene auch umfangreiche Informationen ...“), die „Mobile Times“ („Mobile Times berichtet über Mobile Technik für kommunikative Menschen ...“), die „Osho Times“ („Osho Times, monatlich erscheinende Zeitschrift über Osho, seine Meditationen ...“) usw., die sachbezogen zu dem jeweiligen Themengebiet, nach dem sie benannt sind, den Leser mit Informationen versorgen. Die „Wine-Times“ ist das aktuelle Online-Weinmagazin, das Kontakte vermittelt, Buchtipps bietet über Winzer und ihre Weine berichtet (www.winetimes.at/winetimes), wohingegen „PETA's

Animal Times“ „das Sprachrohr der Tiere“ sein will (www.peta.de/animal-times/animal_times.80.html).

Zum anderen hat sich „TIMES“ als beschreibende Bedeutung für einen bestimmten Marktbereich, und zwar für „Telekommunikation, Informationstechnologie, Medien, Entertainment, Sicherheit“ etabliert (www.abkuerzungen.de). Dazu gibt es im Auftrag der Europäischen Union, Generaldirektion Beschäftigung und Soziales, eine Studie zum Thema: „Ausschöpfung und Entwicklung des Arbeitsplatzpotenzials im kulturellen Sektor im Zeitalter der Digitalisierung“ von Juni 2001, die auf S. 8 den EU-TIMES-Sektor näher definiert. Im Jahr 2006 hat ein Deutsch-Chinesisches TIMES Symposium zum Auf- und Ausbau der Geschäftsbeziehungen in der TIMES-Branche stattgefunden, auf dem es um Telekommunikation, Informationstechnologie und Medien ging (www.coremedia.com/property=Data/id=113438.pdf-/Agenda+TIMES-Symposium.pdf).

1.1.3. Das Zeichen „EU-Times“ ist für den Verkehr in seiner Gesamtheit daher eine im Vordergrund stehende Angabe für irgendeine Zeitschrift oder Zeitung, die sich mit der Europäischen Union in all ihren Facetten beschäftigt. Es kann aber im Bereich der Telekommunikation, Informationstechnik und Medien auch eine Sachangabe für dieses Marktsegment auf dem Gebiet der Europäischen Union sein. Es ergeben sich damit zwei Bedeutungen, je nachdem in welchem Segment „EU-Times“ verwendet wird. Beide Sinnrichtungen sind dem inländischen Verkehr - im IT-Bereich jedenfalls dem Fachverkehr (EuGH GRUR 2006, 411 ff. - Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla) - bekannt.

1.2. Für die beanspruchten Waren der Klasse 16 „Druckerzeugnisse, insbesondere Bücher, Zeitungen, Zeitschriften und andere Periodika“ bedeutet dies, dass das angemeldete Zeichen inhaltsbeschreibend als Werktitel verstanden wird, nicht aber als Hinweis auf einen bestimmten Hersteller. Gem. § 5 Abs. 3 MarkenG sind die Bezeichnungen von Druckschriften grundsätzlich als Werktitel schutzfähig. Zusätzlich sind sie - was auch für Buch- oder Zeitschriftentitel gilt - dem Markenschutz zugänglich (BGH GRUR 2000, 882 f. - Bücher für eine bessere Welt;

GRUR 2001, 1042 f. - REICH UND SCHOEN). Die Zielrichtung von Titel- und Markenschutz ist dabei unterschiedlich. Während der Titel im Allgemeinen inhaltsbezogen ist, ist es die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Ob ein Titel im Einzelfall einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb oder nur auf den Inhalt enthält, ist im Rahmen der Unterscheidungskraft zu klären. Da die angesprochenen Verkehrskreise diverse Druckerzeugnisse wie Zeitschriften oder Magazine kennen, die als Bezeichnung typischerweise eine Verbindung von geografischer Angabe und einem sachbezogenen Begriff wie „Kurier“, „Bote“, „Anzeiger“ haben, wozu auch die Bezeichnung „Times“ zu rechnen ist, wird das verfahrensgegenständliche Zeichen daher als nichts anderes gesehen als der Titel eines Druckerzeugnisses, das sich mit Vorgängen politischer, wirtschaftlicher, kultureller, sportlicher oder sonstiger Art in Europa beschäftigt (BPatG 29 W (pat) 316/00 - Hofer Anzeiger; 29 W (pat) 107/01 - Neckarbote; 29 W (pat) 251/02 - Isar Anzeiger).

1.3. Ebenfalls nicht schutzfähig ist die Dienstleistung „Werbung, insbesondere in Printmedien und im Internet sowie in Rundfunk und Fernsehen“. Die angemeldete Wortfolge ist nämlich insoweit ein Hinweis auf das Medium, in dem geworben wird. In Zeitungen, Zeitschriften, Magazinen werden von deren Herausgebern für jeden beliebigen Kunden, der öffentlichkeitswirksam auf seine Produkte oder Dienstleistungen aufmerksam machen will, entgeltlich Werbung getrieben. Je nach Marktsegment des Druckerzeugnisses oder der Rundfunk-/Fernsehsendung wird zielgruppenorientiert der Personenkreis angesprochen, der sich für den Inhalt des Druckerzeugnisses interessiert. In einer Tierzeitschrift wird Werbung für Tierfutter platziert, wohingegen in einer Wirtschaftszeitschrift Unternehmensberatungen neue Kunden gewinnen wollen. Es besteht daher ein enger beschreibender Bezug zwischen dem inhaltsbeschreibenden Titel „EU Times“ und der beanspruchten Dienstleistung „Werbung“, da der Verkehr davon ausgehen wird, dass Werbekampagnen, die sich an einen großen Kreis europäischer Kunden richten sollen, in derartigen Print- oder Onlinemedien platziert werden können.

1.4. Für die Dienstleistungen „Verbreitung von Informationen und Nachrichten unterhaltender und unterrichtender Natur über das Internet“ in Klasse 38 kann das angemeldete Zeichen dagegen nicht nur ein Hinweis auf eine „online“ erscheinende Zeitschrift über Europa sein. Es kann auch eine im Vordergrund stehende Sachangabe zum „TIMES“-Sektor, d. h. das europäische Telekommunikations- und Multimediasegment (s. o.) sein. Auch wenn den Sinngehalt dieser Abkürzung nur der Fachverkehr als ein Teil der gesamten Verkehrskreise versteht und nicht als Titel einer Zeitung, ist „EU-Times“ nicht unterscheidungskräftig. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften steht der Schutzfähigkeit einer Anmeldung nämlich schon entgegen, wenn entweder der Fachverkehr oder der normal informierte, angemessen aufmerksame Durchschnittsverbraucher in dem beanspruchten Zeichen eine im Vordergrund stehende, beschreibende Aussage erkennt (EuGH GRUR 2006, 411 ff. - Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla; i. Ü. GRUR 2003, 55 - Rn. 56 - Arsenal; BGH GRUR 2004, 947 - Gazoz; GRUR 2002, 814, 815 - Festspielhaus I; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 2. Aufl., § 14 Rn. 101).

1.5. Dies gilt auch für die Dienstleistungen „Zusammenstellung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung“. Sie gehören ebenfalls zum „TIMES“-Sektor und können deshalb zumindest für den Fachverkehr durch das angemeldete Zeichen beschrieben werden. Im Marktbereich „Telekommunikation, Informationstechnologie, Medien, Entertainment und Sicherheit“ spielen nicht nur die Printmedien und der Onlinebereich eine Rolle, sondern auch das Segment der anderen Massenmedien, nämlich Funk und Fernsehen. In der Studie der Europäischen Union findet sich folgende Definition für das zu untersuchende Marktsegment, die dieses verdeutlicht: „Der zunehmend verwendete Begriff TIMES-Sektor (**T**elekommunikation, **I**nternet, **M**ultimedia, **E**lektronischer Handel, **S**oftware und **S**icherheit) wird in dieser Studie verwendet, um den gesamten audio-visuellen Sektor abzudecken, d. h. den Multimedia-Sektor einschließlich kulturwirtschaftlicher Gebiete wie Fernsehen, Verlage und die Musikindustrie. Der

EU-TIMES-Sektor ist von Kleinunternehmen geprägt; ...“ (vgl. oben 1.1.2. Schlussbericht im Auftrag der Europäischen Kommission, S. 8).

Die angemeldete Wortkombination vermittelt daher nur einen sachbezogenen Hinweis, nicht jedoch den Hinweis auf ein bestimmtes Dienstleistungsunternehmen.

2. Von der Eintragung ausgeschlossen sind auch Marken, die gem. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr insbesondere zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können. Dieses Schutzhindernis besteht auch dann, wenn eine Benutzung als Sachangabe noch nicht zu beobachten ist, eine solche Verwendung aber in Zukunft jederzeit erfolgen kann. In soweit bedarf es allerdings der Feststellung, dass eine derartige beschreibende Verwendung vernünftigerweise zu erwarten ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, Rn. 97 - POSTKANTOOR; GRUR 2004, 680, Rn. 38 - BIOMILD; BGH GRUR 2005, 578, 581 - LOKMAUS; GRUR 2003, 343, 344 - Buchstabe Z). Für die Annahme einer beschreibenden Bedeutung genügt es danach bereits, wenn ein Zeichen in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen beschreibt (EuGH GRUR 2004, 146 ff. - Rn. 32 - DOUBLEMINT; GRUR 2004, 674 ff. - Rn. 97 - POSTKANTOOR). Geht man von der Eignung zum beschreibenden Hinweis auf eine Zeitung oder Zeitschrift aus, die über Geschehnisse innerhalb der Europäischen Union berichtet und für alle Unionsbürger bestimmt ist, kann „EU-Times“ wegen der üblichen Verwendung der Bezeichnung „Times“ für Zeitungen, Magazine und Zeitschriften in Verbindung mit dem sachbezogenen und geografischen Hinweis auf die Europäische Union als beschreibend Verwendung finden. Im Interesse des Wirtschaftsverkehrs muss die Bezeichnung daher auch von anderen Mitbewerbern frei verwendet werden können. Gleiches gilt für die anderen beanspruchten Dienstleis-

tungen, allerdings im Hinblick auf die Eignung zur Verwendung des Begriffs für ein europäisches Telekommunikations- und Multimediasegment.

Grabrucker

Dr. Mittenberger-Huber

Karcher

Die Vorsitzende ist wegen Urlaubs an der Unterschriftsleistung verhindert.

Dr. Mittenberger-Huber

CI