



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 91/05

(Aktenzeichen)

Verkündet am
20. Juni 2007

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 67 945.3

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 20. Juni 2007 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 30. November 2004 angemeldete Wortmarke

TRIUNITY

ist für folgende Dienstleistungen in Klasse 41 bestimmt:

Ausbildung, Erziehung, Unterhaltung, Unterricht; Veranstaltung von Seminaren zur Persönlichkeits- und Charakterbildung.

Seitens der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts ist die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung, der mehrere Internet-Ausdrucke zum Beleg einer beschreibenden Verwendung der angemeldeten Bezeichnung beigefügt waren, mit Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes vom 2. August 2005 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen worden.

Der Begriff „TRIUNITY“ gebe einen beschreibenden Hinweis auf die Themen der Dienstleistungen, nämlich dass diese Körper, Seele und Geist gleichermaßen beeinflussten. In dieser Bedeutung werde er bereits seitens Dritter verwendet. In interessierten Kreisen sei bekannt, dass z. B. in der Esoterik und der Psychoanalyse davon ausgegangen werde, beim Menschen müsse für Wohlbefinden und Gesundheit eine Harmonie zwischen Körper, Geist und Seele bestehen. In Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen sei keine Mehrdeutigkeit ersichtlich; eher fernliegende Bedeutungen, z. B. die göttliche Dreieinigkeit, müssten außer Betracht bleiben. Der Markenbegriff sei nicht geeignet, die Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders.

Er stellt den Antrag,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 vom 2. August 2005 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Bereits der Umstand, dass das angemeldete Markenwort „TRIUNITY“, anders als die ähnlichen Begriffe „Trinity“ und „Trinität“, lexikalisch nicht nachweisbar sei, belege das Vorhandensein einer gewissen Unterscheidungskraft. Für diese spreche weiterhin die Mehrdeutigkeit, da „TRIUNITY“ ganz allgemein eine Einheit von Drei bezeichne, wobei unklar bleibe, wofür die „Drei“ stehe. Bekannt und verbreitet sei vor allem der religiöse Sinngehalt (= Dreifaltigkeit). An der Aussagekraft der seitens der Markenstelle getätigten Internet-Recherchen seien Zweifel angebracht. Neuere Abfragen führten zu anderen Ergebnissen, wobei der religiöse Hintergrund des Begriffs dominiere, der aber auch im Bereich des Designs verwendet werde. Ein Freihaltebedürfnis bestehe nicht; die Markenstelle habe auch nicht belegt, dass die angemeldete Bezeichnung für sämtliche Dienstleistungen, einschließlich „Unterhaltung“, glatt beschreibend sei.

In der mündlichen Verhandlung wurden seitens des Anmelders Ausdrücke von Internet-Fundstellen zu den Begriffen „TRIUNITY“ und „TRINITY“ vorgelegt, außerdem Auszüge aus dem Markenregister zu eingetragenen Marken, welche „Trinity“ lauten oder dieses Wort als Bestandteil enthalten. Weiterhin waren Gegenstand der Erörterung mehrere vom Senat ermittelte Internet-Seiten zur Verwendung des Begriffs „TRIUNITY“ sowie ein Auszug aus Langenscheidts Großwörterbuch Englisch-Deutsch, Muret-Sanders, Teil I, S. 1167.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde des Anmelders ist zulässig, jedoch in der Sache nicht begründet, weil einer Registrierung der angemeldeten Bezeichnung die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

Wenngleich im Mittelpunkt des angefochtenen Beschlusses der Markenstelle die fehlende Unterscheidungskraft der angemeldeten Bezeichnung (gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) steht, erfolgte die Zurückweisung der Anmeldung ausdrücklich aus den Gründen des vorangegangenen, mit Belegen zur tatsächlichen Verwendung versehenen Beanstandungsbescheids, der auch auf den dienstleistungsbeschreibenden Charakter und somit die Freihaltebedürftigkeit des Begriffs „TRIUNITY“ abgestellt hatte; mithin ist der Senat nicht gehindert, dieses Eintragungshindernis vorrangig zu berücksichtigen. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung u. a. der Art, der Beschaffenheit und der Bestimmung der beanspruchten Dienstleistungen (und Waren) dienen können, von der Eintragung als Marke ausgeschlossen. Derartige unmittelbar beschreibende Angaben unterliegen vor allem im Hinblick auf die Bedürfnisse von Konkurrenzunternehmen dem Allgemeininteresse an der Freihaltung von Monopolrechten (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 176).

Das englischsprachige Hauptwort „triunity“ - ebenso wie das zugehörige Adjektiv „triune“ - ist, wie in der mündlichen Verhandlung anhand eines englisch-deutschen Großwörterbuchs belegt, in der Bedeutung „Dreieinigkeit, Dreifaltigkeit“ (sinngleich mit dem wohl verbreiteteren Begriff „trinity“) lexikalisch nachweisbar; dies bestreitet nunmehr auch der Anmelder nicht mehr. Sein Vorbringen, „TRIUNITY“ könne unterschiedliche Sachverhalte bezeichnen, wobei im Allgemeinen die religiöse Bedeutung des Wortes im Vordergrund des Verständnisses stehe, mag zwar generell zutreffen. Im Rahmen der Beurteilung der Schutzfähigkeit eines Markennamens nach § 8 Abs. 2 MarkenG ist aber stets zu fragen, welchen Sinngehalt dieses in Bezug zu den konkret beanspruchten Dienstleistungen (und ggf. Waren)

aufweist, wobei das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG bereits dann eingreift, wenn der Begriff in einer Bedeutung unmittelbar dienstleistungsbeschreibend ist (vgl. z. B. EuGH GRUR 2004, 146, 147, Nr. 32 - DOUBLEMINT; Ströbele/Hacker, a. a. O. § 8 Rdn. 195, 197 m. w. Nachw.).

Aufgrund der vorliegenden Belegstellen aus dem Internet, welche teils bereits die Markenstelle, teils der Senat ermittelt und dem Anmelder zur Kenntnis gegeben hat, steht fest, dass „TRIUNITY“ als Bezeichnung einer esoterischen bzw. spirituellen Denkrichtung, die zugleich Lebenshilfe vermitteln will, seitens mehrerer Unternehmen bzw. Anbieter im Inland Verwendung findet. „Triunity-Seminare“, „Triunity-Foren“ und „Triunity-Abende“ werden im Internet angeboten, über die „Triunity Theory“ sind Bücher, auch in deutscher Sprache, erschienen. Das angemeldete Markenwort wird somit schon nach Art eines Fachbegriffs international und auch in Deutschland benutzt, so dass sein Gebrauch sämtlichen Anbietern derartiger Lebenshilfe-Dienstleistungen auf esoterischer oder spiritueller Grundlage - dem Anmelder selbst ebenso wie allen anderen - unbehindert von Monopolrechten eines Einzelnen möglich sein muss.

Da im Rahmen der Beurteilung des Freihaltungsinteresses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG vor allem auf die Bedürfnisse der Konkurrenten auf dem Markt abzustellen ist, kommt dem Verständnis der Fachkreise größere Bedeutung zu als dem der mit den Dienstleistungen angesprochenen Interessenten. Ob sich letzteren die im vorliegenden Zusammenhang naheliegende Bedeutung von „TRIUNITY“ - als Einheit von Körper, Geist und Seele, wie die Markenstelle ausgeführt hat - durchweg erschließt, kann von daher dahingestellt bleiben. In Fachkreisen, d. h. den Veranstaltern von Seminaren zur Persönlichkeits- und Charakterbildung, wird ganz weitgehend bekannt sein, was sich hinter der Bezeichnung „TRIUNITY“ verbirgt, wobei es bei fremdsprachigen Bezeichnungen, die im Inland bereits beschreibend verwendet werden, ohnehin nicht darauf ankommt, ob die - ungebrauchliche - deutsche Übersetzung ebenfalls Bekanntheit genießt (vgl. BPatG GRUR 2005, 675 - JIN SHIN JYUTSU).

Dass Internet-Recherchen, in jedem Verfahrensstand, ein wichtiges Hilfsmittel für die Markenstellen des Deutschen Patent- und Markenamts und die Beschwerdesenate des Bundespatentgerichts - neben Informationen aus der Fachliteratur - zur Beurteilung der Schutzfähigkeit von Marken darstellen, wobei allerdings im Einzelfall eine gründliche Auswertung (d. h. eine Differenzierung nach beschreibendem bzw. marken- oder firmenmäßigem Gebrauch) erforderlich ist, ist in der Rechtsprechung des Bundespatentgerichts anerkannt (vgl. z. B. Senatsbeschlüsse 32 W (pat) 53/03 - NetProject und 32 W (pat) 121/05 - SLOW-CARB). Sofern das Vorbringen des Anmelders so zu verstehen sein sollte, es dürften nur Belegstellen aus dem Internet berücksichtigt werden, die zeitlich vor der Markenmeldung liegen, könnte dem nicht gefolgt werden. Denn maßgeblicher Zeitpunkt für die Beurteilung der Frage, ob Schutzhindernisse nach den Bestimmungen des § 8 Abs. 2 Nrn. 1, 2 und 3 MarkenG vorliegen, ist nicht nur der Zeitpunkt der Anmeldung, sondern auch der (abschließenden) Entscheidung über die Eintragbarkeit (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8 Rdn. 12). Mithin sind auch die Ergebnisse neuerer Recherchen, wie der vom Senat getätigten und in der mündlichen Verhandlung mit dem Anmelder erörterten, beachtlich.

Für eine Differenzierung innerhalb des Dienstleistungsverzeichnisses der angemeldeten Marke ist kein Raum. Sämtliche beanspruchten Dienstleistungen in Klasse 41 können den von der Markenstelle aufgezeigten Bezug zu esoterischen Denkrichtungen aufweisen. Diese Beurteilung gilt - entgegen der Auffassung des Anmelders - auch für „Unterhaltung“, da Lebenshilfe auf religiöser oder spiritueller Grundlage durchaus auch in unterhaltender Form vermittelt werden kann.

Im Ergebnis ist der Markenstelle auch insoweit zu folgen, als diese der angemeldeten Bezeichnung jegliche betriebskennzeichnende Hinweiskraft abgesprochen hat (gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Denn nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. GRUR 2004, 674, Nr. 86 - Postkantoor) fehlt einer Wortmarke, die Merkmale von Dienstleistungen - also auch Art, Beschaffenheit und Bestimmung - beschreibt, aus diesem Grunde zwangsläufig die Unterscheidungskraft in Bezug auf diese Dienstleistungsangebote.

Die in Umsetzung von Art. 6 Abs. 1 Markenrichtlinie ergangene Regelung des § 23 Nr. 2 MarkenG ist nicht geeignet, ein vorhandenes Eintragungshindernis im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu relativieren oder die Anforderungen an die erforderliche strenge und vollständige Prüfung herabzusetzen (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, Nr. 58 - Libertel). Der Regelungsgehalt beider Bestimmungen ist nämlich verschieden. Zweck des Eintragungsverbots nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist es, bereits im Registerverfahren die Entstehung von Fehlmonopolisierungen an unmittelbar beschreibenden Angaben zu verhindern. § 23 Nr. 2 MarkenG stellt demgegenüber eine zusätzliche Sicherung der Mitbewerber bei der Verwendung derartiger beschreibender Angaben dar. Die negativen Folgen einer etwaigen Fehleintragung sollen abgemildert werden, die Regelung stellt aber keine Rechtfertigung dafür dar, die gebotene gründliche und umfassende Prüfung der Schutzhindernisse im Registrierungsverfahren zu beschränken (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O. § 8 Rdn. 246, § 23 Rdn. 15 m. w. Nachw.).

Aus der Eintragung und Schutzgewährung für andere (deutsche, ausländische und europäische) Marken, welche der angemeldeten Bezeichnung nahekommen, vermag der Anmelder keinen Anspruch auf Registrierung im vorliegenden Fall abzuleiten. Voreintragungen - selbst identischer Marken und somit auch ähnlicher Marken, wie hier solcher mit dem Bestandteil „Trinity“ - führen weder für sich, noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Eintragung zu befinden haben. Denn die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke stellt keine Ermessens-, sondern

eine Rechtsfrage dar (vgl. z. B. BGH BIPMZ 1998, 248 - Today; BPatGE 32, 5 - CREATION GROSS; BPatG GRUR 2007, 333 - Papaya; BPatG BIPMZ 2007, 236 - CASHFLOW; EuGH GRUR 2004, 674, Nr. 43, 44 - Postkantoor; GRUR 2004, 428, Nr. 63 - Henkel).

Nach allem war der Beschwerde des Anmelders der Erfolg zu versagen.

gez.

Unterschriften