



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 74/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 75 122.0

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, des Richters Viereck und der Richterin Dr. Kober-Dehm in der Sitzung vom 7. Mai 2008

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortfolge

Europäische Tourenwagen Masters

ist am 14. Dezember 2005 zur Eintragung als Marke für folgende Waren und Dienstleistungen beim Deutschen Patent- und Markenamt angemeldet worden:

- „Klasse 3: Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen; Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer, Zahnputzmittel

- Klasse 4: Technische Öle und Fette; Schmiermittel; Staubabsorbier-, Staubbenetzungs- und Staubbindemittel; Brennstoffe (einschließlich Motorentreibstoffe) und Leuchtstoffe; Kerzen und Dochte für Beleuchtungszwecke

- Klasse 7: Maschinen und Werkzeugmaschinen; Motoren (ausgenommen Motoren für Landfahrzeuge); Kupplungen und Vorrichtungen zur Kraftübertragung (ausgenommen solche für Landfahrzeuge);

nicht handbetätigte landwirtschaftliche Geräte;
Brutapparate für Eier

Klasse 9: Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Feuerlöschgeräte

Klasse 12: Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser

Klasse 14: Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, so weit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente

Klasse 16: Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, so weit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibma-

schinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, so weit es nicht in anderen Klassen enthalten ist; Drucklettern; Druckstöcke

Klasse 18: Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, so weit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen

Klasse 26: Spitzen und Stickereien, Bänder und Schnürbänder; Knöpfe, Haken und Ösen, Nadeln; künstliche Blumen

Klasse 28: Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel, so weit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Christbaumschmuck

Klasse 32: Biere; Mineralwässer und kohlensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten

Klasse 36: Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte;
Immobilienwesen

Klasse 38: Telekommunikation

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung, Unterhaltung; sportliche
und kulturelle Aktivitäten“.

Anmelder ist ein Verein, der nach eigenen Angaben seit vielen Jahren eine automobilsportliche Veranstaltung unter dem Namen „DEUTSCHE TOURENWAGEN MASTERS“ ausrichtet.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung, der einige Belegstellen aus dem Internet (zu den Begriffen „Masters“ und „German Masters“) beigefügt waren, mit Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes vom 22. Mai 2006 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die um Schutz nachsuchende Marke sei sprachüblich und regelgerecht gebildet und in ihrer Bedeutung (europäisches Turnier im Tourenwagenfahren) für die angesprochenen Verkehrskreise leicht verständlich. Die beanspruchten Waren könnten teils bei solchen Turnieren unmittelbar zum Einsatz kommen, teils als Merchandisingartikel mit dem Wettkampf in Zusammenhang stehen; die beanspruchten Dienstleistungen könnten in Verbindung mit der Veranstaltung und Ausrichtung eines europäischen Tourenwagenturniers stehen. Ergänzend wird auf den Beschluss des Bundesgerichtshofs zu „FUSSBALL WM 2006“ (GRUR 2006, 850) hingewiesen, der wegen des eindeutigen Bezugs dieser Bezeichnung zu der betreffenden Veranstaltung die Löschung für sämtliche Waren und Dienstleistungen, auch soweit kein unmittelbarer Zusammenhang mit der so bezeichneten Sportveranstaltung vorhanden sei, bestätigt habe.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders, mit der er bei sach- und interessengerechter Auslegung die Aufhebung des Beschlusses der Markenstelle erstrebt.

Zur Begründung bezieht er sich auf sein Vorbringen im patentamtlichen Verfahren und trägt ergänzend vor, wegen des Erfordernisses einer einzelfallbezogenen Prüfung der Unterscheidungskraft könne auf die Entscheidung des Bundesgerichtshofs zu „FUSSBALL WM 2006“ nicht ohne weiteres abgestellt werden. Die Struktur der vorliegend beanspruchten Marke und die angesprochenen Verkehrskreise seien unterschiedlich. Während es in jener Entscheidung um den Volkssport Fußball gegangen sei, betreffe die angemeldete Marke eine „zukünftige Rennwagenserie“, wobei als Zuschauer und Interessenten rennsportbegeisterte, überwiegend männliche Durchschnittsverbraucher in Betracht kämen. Diese sähen in der angemeldeten Bezeichnung einen betrieblichen Herkunftshinweis auf den Anmelder als Veranstalter der Rennserie. Zudem habe der Bundesgerichtshof in seiner Entscheidung zu „WM 2006“ bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft danach differenziert, ob die jeweiligen Waren und Dienstleistungen in einem unmittelbaren Zusammenhang mit dem so bezeichneten Sportereignis stünden oder nicht. Die Ausführungen der Markenstelle zu den beanspruchten Dienstleistungen seien unklar; eine „beschreibende Wirkung“ lasse sich insoweit nicht feststellen.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Inhalt der Amts- und Gerichtsakten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders bleibt in der Sache ohne Erfolg.

1. Der Bezeichnung „Europäische Tourenwagen Masters“ fehlt für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen von Hause aus, d. h. vor und unabhän-

gig von jeder Benutzung, das für eine Eintragung als Marke erforderliche (Mindest-)Maß an Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Das Schutzhindernis der mangelnden Unterscheidungskraft ist wie die anderen Eintragungsverbote des § 8 Abs. 2 MarkenG im Hinblick auf das Allgemeininteresse zu beurteilen, das ihm zugrunde liegt (vgl. EuGH GRUR 2002, 804, 809 [Nr. 77] - Philips; GRUR 2003, 514, 518 [Nr. 71] - Linde, Winward und Rado; GRUR 2003, 604, 607 [Nr. 50] - Libertel; GRUR 2004, 943, 944 [Nr. 25] - SAT.2). Dabei ist im Falle des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG das Allgemeininteresse eng verwoben mit der Eignung zur individuellen betrieblichen Herkunftsangabe als Hauptfunktion einer Marke (vgl. EuGH GRUR 2004, 943, 944 [Nr. 27] - SAT.2; GRUR Int. 2005, 1012 [Nr. 27 ff.] - BioID). Es geht dahin, dass Zeichen, denen wegen ihres beschreibenden Charakters oder aus sonstigen Gründen die Eignung zur betrieblichen Herkunftsindividualisierung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen fehlt, zu jedermanns freier Verfügung bleiben müssen (vgl. hierzu Hacker, GRUR 2001, 630, 633).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist die Auffassung und das Verständnis der mit den Waren und Dienstleistungen angesprochenen inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Sicht des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 428, 431 [Nr. 50] - Henkel; GRUR 2004, 943, 944 [Nr. 24] - SAT.2; GRUR Int. 2005, 135 [Nr. 19] - Maglite). Die Prüfung, ob das erforderliche Maß an Unterscheidungskraft vorliegt, muss streng, vollständig, eingehend und umfassend sein (vgl. EuGH GRUR 2003, 604 [Nr. 59] - Libertel; GRUR 2004, 674 [Nr. 123] - Postkantoor; GRUR 2004, 1027, 1030 [Nr. 45] - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT).

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ist einer angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen, wenn deren Wortbestandteile lediglich einen beschreibenden

Begriffsinhalt aufweisen, der für die betreffenden Waren und Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird (GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel, d. h. als Hinweis auf die Herkunft der Waren und Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen, versteht (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die Waren und Dienstleistungen selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt eine (hinreichende) Unterscheidungskraft, wenn durch diese ein enger beschreibender Bezug zu den beanspruchten Erzeugnissen und Dienstleistungsangeboten hergestellt wird und deshalb die Annahme naheliegt, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel in Bezug auf die Herkunft sieht (vgl. BGH GRUR 1998, 465, 468 - BONUS). Unterscheidungskraft kommt ferner solchen Angaben nicht zu, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, welche - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2006, 850, 854 [Nr. 19] - FUSSBALL WM 2006).

Um eine solche nicht unterscheidungskräftige Angabe kann es sich auch bei der sprachüblichen Bezeichnung eines Ereignisses handeln. Diese Beurteilung gilt für das Ereignis selbst (z. B. wie im vorliegenden Fall für einen motorsportlichen Wettbewerb) ebenso wie für Waren und Dienstleistungen, die vom Verkehr mit dem Ereignis in Zusammenhang gebracht werden können, oder wenn - unabhängig von einem produktspezifischen Bezug zu der Durchführung eines derartigen sportlichen Wettbewerbs - die angemeldete Bezeichnung immer nur als glatt beschreibende Sachangabe für diese Veranstaltung aufgefasst wird (BGH GRUR 2006, 850, 857 [Nr. 45] - FUSSBALL WM 2006). Der durch den Sinngehalt der angemeldeten Marke vermittelte Hinweis auf das Sportereignis kann in sol-

chen Fällen derart im Vordergrund stehen, dass der Verkehr überhaupt nicht auf den Gedanken kommt, die betreffende Bezeichnung könne oder solle die Herkunft einer so gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung aus einem bestimmten Unternehmen identifizieren (BGH - FUSSBALL WM 2006, a. a. O.).

Nach diesen Grundsätzen muss die erforderliche Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen verneint werden.

Die Bezeichnung „Europäische Tourenwagen Masters“ entspricht in der Struktur ihrer Begriffsbildung durchaus der Bezeichnung „FUSSBALL WM 2006“. Das Wort „Tourenwagen“ benennt - ebenso wie „FUSSBALL“ - in unmissverständlicher Weise die Sportart (hier: Automobilrennsport, insbesondere Rallyes), die Wörter „Europäische ... Masters“ zeigen - in entsprechender Weise wie die Abkürzung „WM“ für Weltmeisterschaft - an, dass es um eine europäische Meisterschaft geht. Die Kombination von englischsprachigen und deutschen Wörtern stellt - gerade auf dem Gebiet des Sports - keine Seltenheit dar. Der Verkehr hat allein deshalb keinen Anlass, in der angemeldeten Bezeichnung eine Marke (d. h. einen betrieblichen Herkunftshinweis für so gekennzeichnete Waren und Dienstleistungen, welcher Art auch immer) zu sehen. Diese Beurteilung gilt umso mehr, als vergleichbare Bezeichnungsgepflogenheiten auf dem Gebiet des Automobilrennsports bereits belegbar sind. Der Anmelder hat im patentamtlichen Verfahren selbst vorgetragen, dass er seit vielen Jahren Ausrichter einer Rennserie unter dem Namen „DEUTSCHE TOURENWAGEN MASTERS“ ist. Im Übrigen wird auf die bereits von der Markenstelle ermittelten Belegstellen (zu anderen Sportarten) Bezug genommen, die zeigen, dass der Begriff „Masters“ (für Meisterschaften) in Deutschland verbreitet ist und dem Publikum keine Verständnisschwierigkeiten bereitet.

Der Senat vermag der Argumentation des Anmelders auch insoweit nicht zu folgen, als geltend gemacht wird, die Grundsätze der „FUSSBALL WM 2006“-Entscheidung des Bundesgerichtshofs könnten vorliegend keine Anwendung finden, weil sich die jeweiligen Verkehrskreise unterschieden. Es mag zwar sein, dass der Automobilrennsport nicht ganz so populär ist wie Fußball. Aber auch Automobilwettbewerbe - nicht nur in der Formel 1 - ziehen im Allgemeinen große Zuschauermengen an und können durchaus den Charakter eines „Events“ aufweisen. Regelmäßig wird über Tourenwagenmeisterschaften und sonstige Rallyes in den Medien, vor allem auch im Fernsehen, berichtet. Die betreffende Sportart wird zwar - was in der Natur der Sache liegt - nur von vergleichsweise wenigen Aktiven ausgeübt, findet aber auf der Zuschauerseite große Resonanz. Der mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen, auch soweit diese keinen Bezug zum Automobilrennsport aufweisen, angesprochene Durchschnittsverbraucher wird daher den Bedeutungsgehalt der angemeldeten Wortfolge nicht verkennen; er wird in dieser nur die Bezeichnung des Sportereignisses selbst sehen, nicht aber den Hinweis auf die betriebliche Herkunft so gekennzeichnete Erzeugnisse und Dienstleistungsangebote.

Dass die Bezeichnung „Europäische Tourenwagen Masters“ - anders als „FUSSBALL WM 2006“ - keine Jahreszahl enthält, mithin nicht eine einzelne (konkrete) Veranstaltung benennt, sondern, wie der Anmelder selbst vorträgt, eine im Zeitpunkt der Anmeldung erst geplante Serie von Automobilwettbewerben (in unterschiedlichen Jahren), stellt gleichfalls keinen Grund für eine abweichende Beurteilung der Unterscheidungskraft dar. Der Verkehr wird die Bezeichnung eben mit dieser Serie, vorzugsweise mit der zuletzt stattgefundenen oder der als nächsten bevorstehenden Rallye, in Verbindung bringen. Sofern bisher eine Veranstaltung unter dieser Bezeichnung noch nicht stattgefunden haben sollte, kann zwar nicht ohne weiteres von ihrer „allgemeinen Bekanntheit“ (vgl. BGH GRUR 2006, 850, Leitsatz 1 - FUSSBALL WM 2006) ausgegangen werden - wenngleich die Parallelität zu der als solchen bekannten „DEUTSCHE TOURENWAGEN MASTERS“ offensichtlich ist -, wohl aber von der „begrifflichen Eindeutigkeit“ (BGH, a. a. O.,

FUSSBALL WM 2006) dieser Angabe, der deshalb - wie ausgeführt - die Eignung fehlt, als betriebliches Unterscheidungsmittel für Waren und Dienstleistungen jeglicher Art zu dienen.

2. Unabhängig von der insgesamt fehlenden Unterscheidungskraft stellt „Europäische Tourenwagen Masters“ für solche Waren und Dienstleistungen, die einen engen Bezug zum Automobilsport aufweisen, eine schutzunfähige Angabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar. Nach dieser Bestimmung sind von der Eintragung u. a. solche Marken ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen dienen können. Derartige, die betreffenden Erzeugnisse und Angebote beschreibende Angaben unterliegen, vor allem im Hinblick auf die Bedürfnisse von Mitbewerbern, dem Allgemeininteresse an der Freihaltung von Monopolrechten eines einzelnen Unternehmens bzw. - wie hier - eines Vereins (vgl. Ströbele in: Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 176 m. w. N. zur Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs).

Entscheidendes Kriterium für den Ausschluss der Registrierung ist allein die *Eignung* einer Bezeichnung zur beschreibenden Verwendung. Diese Eignung kann sich bereits - wie im vorliegenden Fall - aus dem unmittelbar verständlichen Sinngehalt einer Bezeichnung ergeben (vgl. Ströbele in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8 Rdn. 194). Nicht maßgeblich ist demgegenüber, ob bereits eine tatsächliche beschreibende Verwendung der konkret angemeldeten Bezeichnung (die hier möglicherweise noch nicht vorliegt) erfolgt ist. Die in § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG enthaltene Formulierung „dienen können“ verlangt auch die Berücksichtigung eines im Hinblick auf eine künftige beschreibende Verwendung anzunehmenden Allgemeininteresses an der Freihaltung der betreffenden Angabe. Unabhängig von den Absichten und Planungen des Anmelders selbst kann eine beschreibende Verwendung der angemeldeten Bezeichnung in der Zukunft vernünftigerweise erwartet werden (vgl. zu diesem Kriterium EuGH GRUR 1999, 723, 726 [Nr. 35] - Chiem-

see; GRUR 2004, 674, 676 [Nr. 56] - Postkantoor). Ein deutlicher Anhaltspunkt hierfür ist, dass Rallyes unter sehr ähnlichen Bezeichnungen (z. B. „Deutsche Tourenwagen Masters“ bzw. „German Tourenwagen Masters“) bereits ausgerichtet werden.

Bei Anwendung der vorstehend aufgezeigten Kriterien kommt eine Eintragung der angemeldeten Marke für die Dienstleistungen „Ausbildung; Unterhaltung; sportliche Aktivitäten“ sowie für die Waren „technische Öle und Fette; Schmiermittel; Staubabsorbierungs-, Staubbeneetzungs- und Staubbindemittel; Brennstoffe (einschließlich Motorentreibstoffe); Maschinen und Werkzeugmaschinen; Vermessungs-, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Feuerlöschgeräte; Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung auf dem Lande; aus Edelmetallen und deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren; Uhren und Zeitmessinstrumente; Druckereierzeugnisse; Fotografien; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Spiele, Spielzeug; Sportartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind“ nicht in Betracht. Bezüglich der Dienstleistungen beschreibt „Europäische Tourenwagen Masters“ unmittelbar die Art der Veranstaltung, nämlich, dass es sich um eine (rennsportliche) Meisterschaft auf europäischer Ebene für Tourenwagen (= Wagen für Rallyes, meist in beschränkter Serie hergestellt; vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl., S. 1590) handelt. Die genannten Waren können bei einem derartigen Wettkampf bzw. bei dessen Vorbereitung (z. B. im Rahmen der Fahrerschulung) zum Einsatz kommen (wie technische Geräte und Materialien), dort Verwendung finden (wie Bekleidung), Informationen über einen solchen vermitteln (wie Druckerzeugnisse; Fotografien), als Trophäen oder Andenken in Betracht kommen (aus Edelmetallen hergestellte Waren, Juwelier- und Schmuckwaren) oder in einem sonstigen Bezug zu diesem stehen (wie Spiele, Spielzeug).

3. Entgegen der vom Anmelder im patentamtlichen Verfahren geäußerten Auffassung bleibt die Registrierung der Wortmarke „DTM“ für teilweise ähnliche Waren und Dienstleistungen, wie die vorliegend beanspruchten, ohne Auswirkungen auf die Beurteilung der (konkreten) Schutzfähigkeit der angemeldeten Bezeichnung. Zum einen ist eine Buchstabenfolge (bei der zudem fraglich ist, ob sie vom Verkehr ohne weiteres als Abkürzung für „DEUTSCHE TOURENWAGEN MASTERS“ verstanden wird) mit einer - hier verfahrensgegenständlichen - Mehrwortmarke nicht vergleichbar, zum anderen entfalten Voreintragungen generell keine rechtliche Bindungswirkung (st. Rspr.; vgl. EuGH GRUR 2004, 428 [Nr. 63] - Henkel; GRUR 2004, 674 [Nr. 43, 44] - Postkantoor; BGH BIPMZ 1998, 248 - Today; BPatG GRUR 2007, 333 - Papaya; BIPMZ 2007, 236 - CASHFLOW).

Prof. Dr. Hacker

Dr. Kober-Dehm

Viereck

br/Cl