



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 94/06

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 305 12 502.8**

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 12. März 2008

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Am 2. März 2005 wurde die Bezeichnung

### **PAIX**

zur Eintragung als Wortmarke für folgende Waren und Dienstleistungen angemeldet:

- „16: Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Photographien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Drucklettern; Druckstöcke;
- 30: Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz; Senf; Essig, Saucen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis;
- 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten.“

Seitens der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts ist die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung in einem ersten Beschluss vom 2. Februar 2006 teilweise, nämlich für die Waren und Dienstleistungen

„Druckereierzeugnisse; Erziehung; Ausbildung; sportliche und kulturelle Aktivitäten“

zurückgewiesen worden. Einer Eintragung stehe die Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen. Das französische Wort „PAIX“ weise die Hauptbedeutungen „Frieden, Eintracht“ auf und könne den Gegenstand und Inhalt von Druckereierzeugnissen beschreiben. Aus der Eintragung anderer, nach Ansicht der Anmelderin vergleichbarer Marken lassen sich auch unter dem Gesichtspunkt der Gleichbehandlung kein Eintragungsanspruch herleiten.

Die - nicht näher begründete - Erinnerung der Anmelderin ist durch Beschluss derselben Markenstelle, besetzt mit einer Beamtin des höheren Dienstes, vom 2. Juni 2006 zurückgewiesen worden.

Gegen diese Entscheidungen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie bei sach- und interessengerechter Auslegung die Aufhebung der Beschlüsse der Markenstelle im Umfang der Versagung erstrebt. Eine - zunächst angekündigte - Beschwerdebegründung ist nicht zur Gerichtsakte gelangt.

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

## II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin bleibt in der Sache ohne Erfolg. Einer Eintragung der als Marke angemeldeten Bezeichnung stehen bezüglich der von der Markenstelle versagten Waren und Dienstleistungen die Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung u. a. der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen können, von einer Eintragung als Marke ausgeschlossen. Derartige beschreibende Angaben bzw. Produktmerkmalsbezeichnungen unterliegen vor allem im Hinblick auf Bedürfnisse des Wettbewerbs dem Allgemeininteresse an der Freihaltung von Monopolrechten eines Einzelnen (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 176).

Das französische Wort „PAIX“ weist im Deutschen die Hauptbedeutung „Frieden“ auf (vgl. Langenscheidts Handwörterbuch Französisch, Teil I, 21. Aufl., S. 417). Die französische Sprache ist im Welthandel und in den internationalen Beziehungen von großer Bedeutung; zentrale Begriffe dieser Sprache, zu denen auch „PAIX“ zählt, werden in ihrem Sinngehalt von maßgeblichen inländischen Verkehrskreisen (d. h. von den Herstellern und Anbietern entsprechender Erzeugnisse und Dienstleistungsangebote) verstanden und beim - vor allem grenzüberschreitenden - Vertrieb benötigt.

Was die versagten Waren „Druckereierzeugnisse“ anbetrifft, so können diese (z. B. Bücher, Broschüren, Zeitschriften, Zeitungen, Flugblätter usw.) das Thema „Frieden“ zum Gegenstand haben. Somit handelt es sich insoweit um eine inhaltsbezogene beschreibende Angabe (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt). Wie etwa die Proteste gegen den Irakkrieg vor einigen Jahren aufgezeigt haben, ist es durchaus üblich, die Forderung nach Frieden mehrsprachig

zu artikulieren, vor allem auch mit den entsprechenden englischen („peace“), italienischen („pace“) und französischen („paix“) Wörtern. Mithin ist bereits ein aktuelles Bedürfnis an der Freihaltung des angemeldeten Markennamens von Ausschließlichkeitsrechten eines einzelnen Unternehmens vorhanden, welches - wie ausgeführt - die ratio legis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG darstellt.

Was die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen anbetrifft, so können diese sämtlich einen Bezug zum Thema „Frieden“ aufweisen. Der Begriff „Friedenserziehung“ ist durchaus geläufig. Kinder und Jugendliche, z. B. unterschiedlicher ethnischer Herkunft oder religiöser Orientierung, sollen zu einem friedlichen (d. h. Konflikte vermeidenden) Umgang angehalten werden. Bei der Dienstleistung „Ausbildung“ kann „PAIX“ das Ziel, im Sinne einer Bestimmungsangabe, bezeichnen, etwa im Rahmen der Vorbereitung auf friedenswahrende oder friedensstiftende Aktivitäten bei Auslandseinsätzen internationaler Hilfsorganisationen (nicht nur in frankophonen Staaten Schwarz-Afrikas). „Sportliche und kulturelle Aktivitäten“ können ebenfalls unter diesem Motto stehen. So gibt es etwa im Radsport bereits eine „Friedensrundfahrt“, für die im französisch-sprachigen Ausland durchaus mit der Bezeichnung „PAIX“ geworben werden kann. Auch Konzerte, Theateraufführungen, Ausstellungen usw. können sich in vielfältiger Weise dem Wunsch nach Frieden widmen.

Wenngleich die Markenstelle - entgegen ihrer sonstigen, im Allgemeinen durchaus rechtlich gebotenen Praxis - sich im vorliegenden Fall nicht ausdrücklich (zusätzlich) auch auf das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) gestützt hat (was bei einem geläufigen fremdsprachigen Begriff wie „PAIX“ erstaunt), ist der Senat nicht gehindert, diesen Schutzversagungsgrund ebenfalls zu berücksichtigen. Denn nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs fehlt einer Wortmarke, die Merkmale von Waren und Dienstleistungen - also auch Art, Beschaffenheit und Bestimmung - beschreibt, aus diesem Grunde zwangsläufig die Unterscheidungskraft in Bezug auf diese Erzeugnisse und Dienstleistungsangebote (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, Nr. 86 - Postkantoor).

Auch nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs kommt Angaben, welche aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache oder - wie hier - einer bekannten Fremdsprache bestehen, die etwa wegen einer Verwendung in der Werbung oder in den Medien stets nur als solche und nicht als Unterscheidungs mittel verstanden werden, nicht die Eignung zu, Produkte und Dienstleistungsangebote ihrer betrieblichen Herkunft nach zu identifizieren (vgl. z. B. BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006).

Wie bereits die Markenstelle zutreffend dargelegt hat, vermag die Anmelderin aus der Eintragung anderer - vermeintlich ähnlicher - Marken keinen Anspruch auf Registrierung im vorliegenden Fall herzuleiten. Voreintragungen -selbst identischer Marken - 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. EuGH GRUR 2004, 428, Nr. 63 - Henkel; GRUR 2004, 674, Nr. 43, 44 - Postkantoor; BGH BIPMZ 1998, 248 - Today; BPatGE 32,5 - CREATION GROSS; BPatG GRUR 2007, 333 - Papaya; BPatG BIPMZ 2007, 236 - CASHFLOW).

Prof. Dr. Hacker

Dr. Kober-Dehm

Viereck

CI