



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 66/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung DE 305 76 920.0

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 2. April 2008 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker und der Richterinnen Fink und Dr. Mittenberger-Huber

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 16 vom 12. April 2006 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Die Wortmarke Nr. 305 76 920.0

YM

soll für die Waren der

Klasse 16: Druckereierzeugnisse; Buchbindeartikel;

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung des Zeichens mit Beschluss vom 12. April 2006 teilweise, nämlich für die Waren „Druckereierzeugnisse“ zurückgewiesen. Für diese stelle das angemeldete Zeichen wegen fehlender Unterscheidungskraft eine nicht schutzfähige Angabe dar. „YM“ sei eine beschreibende Angabe, die vom Verkehr auch als solche verstanden werde. Es handle sich bei der Buchstabenkombination um den Hinweis auf die Zielgruppe, nämlich junge Frauen, bezeichnet als „Young Miss“ bzw. junge und moderne Frauen, also „young and modern“. Im Bereich der Printmedien sei es üblich Abkürzungen zu verwenden. Das angemeldete Zeichen werde daher ohne Weiteres als entsprechende Abkürzung verstanden. Eine Mehrdeutigkeit sei nicht ersichtlich, da andere Bedeutungen wie Kleidergröße, Längeneinheit etc.

fern lägen. Hinzu komme, dass die Abkürzung „YM“ für „Young Miss“ bzw. „Young & Modern“ bereits verwendet werde.

Die Anmelderin hat gegen diesen Beschluss Beschwerde eingelegt und ausgeführt, dass das angemeldete Zeichen für die zurückgewiesenen Waren „Druckereierzeugnisse“ unterscheidungskräftig und nicht freihaltebedürftig sei. „YM“ stelle - entgegen der Auffassung der Markenstelle - nicht zweifelsfrei eine Abkürzung für „YOUNG MISS“ oder „Young & Modern“ dar. Es könne sich auch um die Abkürzung für eine Kleidergröße oder eine Längeneinheit oder um eine Phantasiebezeichnung handeln. Eine solche Vieldeutigkeit spreche aber für die Schutzfähigkeit des Buchstabenzeichens, da es sich nicht zur beschreibenden Verwendung eigne. Insbesondere bei Abkürzungen genüge bereits die Mehrdeutigkeit in den zwei vom Deutschen Patent- und Markenamt genannten Varianten für die Eintragungsfähigkeit. Auf die Bezeichnung „YOUNG MISS“ werde der Durchschnittsverbraucher allenfalls deshalb schließen, weil er unter diesem Titel die Zeitschrift „BRIGITTE YOUNG MISS“ aus dem Hause der Anmelderin kenne und in diesem Zusammenhang die Abkürzung „YM“ für das Produkt der Beschwerdeführerin bekannt sei.

Die Anmelderin beantragt daher sinngemäß,

den Beschluss vom 12. April 2006 aufzuheben.

II.

1. Die gem. § 66 Abs. 1 und 2 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg, da dem Zeichenwort „YM“ für die zurückgewiesenen Waren „Druckereierzeugnisse“ kein Schutzhindernis gem. §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1, Nr. 2 MarkenG entgegensteht.

2. Nicht schutzfähig nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG sind nur 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 08.05.2008, C-304/06 - Rn. 66 - EUROHYPO; 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 21.02.2008, I ZB 24/05 - Rn. 12 - VISAGE; GRUR 2006, 850 ff. - Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 257 - Bürogebäude; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; BGH GRUR 2001, 1153, 1154 - anti KALK). Die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt einer Wortmarke nur dann, wenn das Zeichenwort eine für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehende Sachaussage darstellt, 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).

3. Das angemeldete Wortzeichen „YM“ besteht aus den zwei Großbuchstaben „Y“ und „M“. Als Akronym kann es mehrfache Bedeutung besitzen. So steht es als Abkürzung für 1) den IATA-Code für Montenegro, 2) Yahoo Messenger, 3) YM BioSciences, 4) Young Muslims, eine Jugendorganisation oder 5) Yokohama Minatomirai Railway Company (<http://de.wikipedia.org/wiki/YM>). Die deutsche Internet-Abkürzungsmaschine (www.abkuerzungen.de) verzeichnet - in Kleinbuchstaben - lediglich einen Eintrag, nämlich ym = you mean (Chatslang). Die Suchmaschine www.acronymfinder.com kennt dagegen 26 Bedeutungen für „YM“, von Yemen über Young Men, Yardmaster, Your Mum, Young Muslims, Yottameter (Maßeinheit 10 hoch 24), Yucca Mountain, Your Move, Your Magazine, Your Majesty, Yoctometer (Maßeinheit 10 hoch -24), unter anderem aber auch „Young Miss (magazine)“ und „Young & Modern“. Aufgrund der Vielzahl der Bedeutungs-

möglichkeiten von „YM“ wird sich für den Verkehr erst aus dem Kontext, in dem er die zwei Buchstaben wahrnimmt, ergeben, welche der Bedeutungsvarianten im konkreten Fall greift. Eine Google-Recherche (www.google.de/search?...) führt zwar ebenfalls zu der Zeitschrift „Young Miss“, wird aber zugleich als Kennzeichnung eines Produkts von der Firma Samsung verwendet. Das Kürzel „YM“ ist insofern weder ein gebräuchliches Wort der deutschen oder englischen Sprache, noch dient es als im Vordergrund stehende Sachaussage für die zurückgewiesenen Waren „Druckereierzeugnisse“.

4. In Bezug auf Zeitschriften kann nach der Recherche des Senats das Kürzel „YM“ stehen für:

- Die deutsche Young Miss
- das eingestellte amerikanische YM (Magazin)
- Yachting Monthly
- das japanische Young Magazin

(<http://de.wikipedia.org/wiki/YM>). Die Bezeichnung „YM“ erschöpft sich aber gerade nicht in einer beschreibenden, ohne Weiteres verständlichen Aussage, so dass das Publikum das angemeldete Zeichen für die angemeldeten Waren nur als Sachangabe und nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem Unternehmen verstehen könnte (EuGH GRUR 2004, 1027 Rn. 42 ff. – DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Denn erst in der Langform ergibt sich die Bedeutung der Abkürzung. Im Gegensatz zur Entscheidung des Bundespatentgerichts „TRM - Tenant Relocation Management“ (BPatG 33 W (pat) 3/05) wird das Akronym im Wortzeichen selbst nämlich nicht durch eine naheliegende Interpretation der Abkürzung aufgelöst, sondern bleibt als bloße - interpretationsfähige - Buchstabenkombination bestehen. Der 33. Senat (a. a. O.) hat ebenfalls entschieden, dass der Buchstabenfolge „TRM“ für sich betrachtet kein beschreibender Bedeutungsgehalt entnommen werden konnte. Da sie jedoch den Wörtern „Tenant Relocation Management“ direkt vorangestellt sei und mit deren Anfangsbuchstaben überein-

stimme, spreche eine erhebliche Wahrscheinlichkeit dafür, dass der Verkehr die einleitende Buchstabenfolge „TRM“ unwillkürlich als gleichbedeutende Verkürzung der dahinterstehenden Wortfolge auffasse. Diese Konstellation ist im vorliegenden Verfahren jedoch nicht gegeben, da das Wortzeichen lediglich aus den beiden Buchstaben „YM“ ohne eine weitere erklärende Wortfolge besteht.

5. Da die angemeldete Marke für die verfahrensgegenständlichen Waren keinen unmittelbar beschreibenden Begriffsinhalt aufweist, ist nicht erkennbar, welche Merkmale oder Eigenschaften mit der Bezeichnung „YM“ konkret beschrieben werden könnten. Ein Bedürfnis, diese Bezeichnung für den Geschäftsverkehr als Sachangabe gem. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG freizuhalten, besteht daher nicht.

Grabrucker

Fink

Dr. Mittenberger-Huber

Ko