



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 98/05

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 14 987.3

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 18. Juni 2008 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker sowie die Richterinnen Fink und Dr. Mittenberger-Huber

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortfolge

Paten für Toleranz

ist für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 36, 38 und 41 zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 22. Juni 2005 als nicht unterscheidungskräftige Angabe teilweise zurückgewiesen für die Waren und Dienstleistungen

Druckereierzeugnisse, Druckschriften, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher, Poster, Aufkleber, Kalender; Schilder und Modelle aus Papier und Pappe; Fotografien und Lichtbilderzeugnisse; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate);

Sammeln von Spenden für Dritte; Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke;

Übermittlung von Informationen an Dritte, Verbreitung von Informationen über drahtlose oder leitungsgebundene Netze; Ausstrahlung von Rundfunksendungen; Online-Dienste, nämlich Übermittlung von Nachrichten und Informationen aller Art; E-Mail-

Datendienste (= elektronischer Postversand); Internet-Dienstleistungen, nämlich Bereitstellen von Informationen im Internet, jeweils soweit in Klasse 38 enthalten;

Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen, insbesondere von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern sowie von Lehr- und Informationsmaterial jeweils einschließlich gespeicherter Ton- und Bildinformationen, auch in elektronischer Form und auch im Internet; Online-Publikationen, insbesondere von elektronischen Büchern und Zeitschriften (nicht herunterladbar); Dienstleistungen eines Ton- und Fernsehstudios, nämlich Produktion von Ton- und Bildaufzeichnungen auf Ton- und Bildträgern; Vorführung und Vermietung von Ton- und Bildaufzeichnungen; Produktion von Fernseh- und Rundfunksendungen; Zusammenstellen von Fernseh- und Rundfunkprogrammen; Unterhaltung, insbesondere Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Durchführung von Unterhaltungsveranstaltungen, kulturellen und sportlichen Live-Events, Schulungsveranstaltungen, Bildungsveranstaltungen sowie kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, soweit in Klasse 41 enthalten.

Zur Begründung ist im Wesentlichen ausgeführt, der Verkehr erfasse die sprachlich gebildete Wortfolge ohne Weiteres als sloganartigen Hinweis auf Waren und Dienstleistungen in Zusammenhang mit Aktionen, bei denen Paten für Toleranz gewonnen werden sollten. Entsprechende Ausdrücke wie Paten für Kinder, für Bäume, für Tiere usw. seien bereits gebräuchlich. Dass sich der Begriff „Paten für Toleranz“ lexikalisch nicht belegen lasse, sei unerheblich.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie vertritt die Auffassung, dass es sich um eine sprachunübliche Wortfolge handele, der sich für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen kein beschreibender Aussage-

gehalt zuordnen lasse. Ausweislich der vom Senat übermittelten Rechercheunterlagen werde der Begriff „Pate für“ üblicherweise nicht mit Eigenschaftsangaben kombiniert, sondern mit Personen, Aktionen und Produkten. Das Zeichen werde ausschließlich zur Kennzeichnung einer Initiative der Münchener Bürger und Medienhäuser für den Bau des Jüdischen Zentrums Jakobsplatz verwendet und weise damit eindeutig auf die Anmelderin hin.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss vom 22. Juni 2005 aufzuheben.

II.

Die nach § 66 Abs. 1 und 2 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Der Eintragung der beanspruchten Wortfolge steht das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegen (§ 37 Abs. 1 i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Sie entspricht der Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Die Beurteilung der Unterscheidungskraft hat sich daher einerseits an den beanspruchten Waren und Dienstleistungen und andererseits an der Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise zu orientieren (vgl. EuGH GRUR 2008, 608, Rn. 66 f. - EUROHYPO; GRUR 2004, 674, Rn. 34 - POSTKANTOOR; BGH GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2006, 850, Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006). Enthalten die Bestandteile einer Bezeichnung einen beschreibenden Begriffsinhalt, den das angesprochene Publikum für die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen ohne Weiteres erfasst, ist der

angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen (vgl. BGH GRUR 2001, 1153 - anti KALK; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; a. a. O. Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006). Dies gilt auch für Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen nicht unmittelbar betreffen, wenn zu diesen durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug hergestellt wird und der Verkehr deshalb den beschreibenden Aussagegehalt auch unmittelbar hinsichtlich dieser Waren oder Dienstleistungen erfasst (vgl. BGH GRUR 2006, 850, Tz. 19 - FUSSBALL WM 2006; BPatG MarkenR 2007, 36, 37 - BuchPartner).

2. Die angesprochenen Verkehrskreise entnehmen der beanspruchten Wortfolge ohne Weiteres den Hinweis auf ein patenschaftliches Engagement für Toleranz. Der Begriff Pate ist lexikalisch belegt als Bezeichnung für die Person, die bei der Taufe eines Kindes als Zeuge anwesend und für die christliche Erziehung des Kindes mitverantwortlich ist (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch. 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]). Über diese lexikalische Bedeutung hinaus findet die Kombination des Ausdrucks „Pate für“ mit einer Sachangabe im allgemeinen Sprachgebrauch zunehmend Verwendung für Personen, die unabhängig von beruflichen und familiären Pflichten für andere Menschen bzw. für bestimmte Projekte oder Dinge ideelle oder finanzielle Mitverantwortung übernehmen, z. B. „Paten für Straßenkids - Kampagne zur Gewinnung von symbolischen Patenschaften, um Hamburger Straßenkindern die Angebote von Basis e. V zu sichern.“ - www.strassenkids.de; „Paten für Kinder - Berlin e. V. vermittelt Patenschaften zwischen sich freiwillig engagierenden Erwachsenen und Kindern, die Unterstützung im Alltag gebrauchen können.“ - www.hauptstadtblog.de; „Paten für Jugendliche“ - <http://www.wdr.de>; „Paten für internationale Studierende“ - [idw-online.de](http://www.idw-online.de); „Paten für Ausbildung - Patinnen und Paten betreuen an PfAu interessierte Schülerinnen und Schüler individuell und helfen ihnen, den roten Faden im Auge zu behalten.“ - <http://pfau-sankt-augustin.de>; „Paten für Arbeit“ - <http://www.paten-fuer-arbeit-essen.de>; „Paten für Taufengel - Zur Zeit werben wir mit unseren Aktion erfolgreich Spenden für die Rettung der rund 200 Taufengel in der Landeskirche ein.“ -

<http://www.monumente-online.de>; „Paten für Bäume und Grünfläche - Wir suchen engagierte Bürgerinnen und Bürger, die eine Patenschaft übernehmen für ein Stück Grün, einen Baum oder den Bereich rund um einen Baum [...].“ - <http://www.stadt-koeln.de>. In diesem Sinne verwendet auch die Anmelderin die beanspruchte Wortfolge zur Bezeichnung einer Initiative Münchner Bürger und Medienhäuser zur Unterstützung des Baus des Jüdischen Zentrums Jakobsplatz, z. B. „Werden auch Sie Pate für Toleranz.“ - <http://www.paten-fuer-toleranz.de>.

3. Aufgrund dieser Verwendungen erkennt das angesprochene Publikum in der angemeldeten Wortfolge in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen „Sammeln von Spenden für Dritte; Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke“ nur den Hinweis auf deren Zweckbestimmung, nämlich ein patenschaftliches Engagement für Toleranz. Dieser Beurteilung steht nicht entgegen, dass sich die unter 2. aufgeführten Beispiele auf konkrete Personengruppen (Kinder, Jugendliche, Studierende) oder Begriffe (Ausbildung, Arbeit, Bäume, Taufengel), nicht hingegen auf abstrakte Eigenschaftsangaben beziehen. Das Wort „Toleranz“ ist im gesellschaftlichen Kontext als Schlagwort für eine tolerante Geisteshaltung allgemein verbreitet und beschreibt damit trotz seiner begrifflichen Unbestimmtheit die inhaltliche Ausrichtung der Patenschaft präzise und treffend (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt). Dieser beschreibende Aussagegehalt des Zeichens erstreckt sich auch auf die Waren und Dienstleistungen „Druckereierzeugnisse, Druckschriften, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher, Poster, Aufkleber, Kalender; Schilder und Modelle aus Papier und Pappe; Fotografien und Lichtbilderzeugnisse; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Übermittlung von Informationen an Dritte, Verbreitung von Informationen über drahtlose oder leitungsgebundene Netze; Ausstrahlung von Rundfunksendungen; Online-Dienste, nämlich Übermittlung von Nachrichten und Informationen aller Art; E-Mail-Datendienste (= elektronischer Postversand); Internet-Dienstleistungen, nämlich Bereitstellen von Informationen im Internet, jeweils soweit in Klasse 38 enthalten; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen; insbesondere von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern sowie von Lehr- und Informati-

onsmaterial jeweils einschließlich gespeicherter Ton- und Bildinformationen, auch in elektronischer Form und auch im Internet; Online-Publikationen, insbesondere von elektronischen Büchern und Zeitschriften (nicht herunterladbar); Dienstleistungen eines Ton- und Fernsehstudios, nämlich Produktion von Ton- und Bildaufzeichnungen auf Ton- und Bildträgern; Vorführung und Vermietung von Ton- und Bildaufzeichnungen; Produktion von Fernseh- und Rundfunksendungen; Zusammenstellen von Fernseh- und Rundfunkprogrammen; Unterhaltung, insbesondere Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Durchführung von Unterhaltungsveranstaltungen, kulturellen und sportlichen Live-Events, Schulungsveranstaltungen, Bildungsveranstaltungen sowie kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, soweit in Klasse 41 enthalten“. Es handelt sich dabei um Produkte und Dienstleistungen, die typischerweise zur medialen Verwertung einer Spendenaktion erforderlich sind, nämlich einerseits die verschiedenen Printmedien und Werbeträger und andererseits die Dienstleistungen im Bereich der Telekommunikation und Unterhaltung zur Bewerbung der Aktion in Rundfunk, Internet und Fernsehen sowie durch entsprechende Wohltätigkeitsveranstaltungen. Wegen dieses engen funktionalen Zusammenhangs zwischen dem eigentlichen Spendenaufruf und den zu seiner Vermarktung erforderlichen Waren und Dienstleistungen erfasst das angesprochene Publikum auch insoweit den beschreibenden Aussagegehalt des Zeichens ohne weiteres und erkennt darin keinen betrieblichen Herkunftshinweis (vgl. BGH GRUR 2006, 850, Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006).

Die Beschwerde konnte daher keinen Erfolg haben.

Grabrucker

Fink

Dr. Mittenberger-Huber

WA