



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 24/09

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 58 043.4

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 9. Dezember 2009 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Fuchs-Wissemann sowie die Richter Reker und Lehner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Zur Eintragung in das Markenregister für die Dienstleistungen

- „35 Werbung, nämlich Dienstleistungen einer Werbeagentur; Onlinewerbung in einem Computernetzwerk, nämlich Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Sponsoring in Form von Werbung; Werbung im Internet für Dritte, Kundengewinnung und -pflege durch Versandwerbung (Mailing); Verbreitung von Werbeanzeigen; Verfassen von Werbetexten für Dritte; Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet (Bannerexchange); Zusammenstellung und Vermittlung von Adressen, auch in Computerdatenbanken
- 38 Nachrichtenwesen, insbesondere Sammeln, Auswerfen, Bereitstellen und Übermitteln von Nachrichten aller Art an Internetadressen; internetbezogene Dienstleistungen, nämlich Bereitstellen eines Zuganges zu Texten, Graphiken, audiovisuellen und Multimedia-Informationen, Dokumenten, Datenbanken und Computerprogrammen; Bereitstellung und Betrieb von Internet-Chatrooms, Plattformen und Portalen im Internet; Dienstleistungen einer Presseagentur; elektronische Nachrichtenübermittlung
- 41 Unterhaltung, auch über das Internet; online angebotene Spieldienstleistungen; Herausgabe von Verlags- und Druckereierzeugnissen in elektronischer Form, auch im Internet; Bereitstellen von elektronischen Publikationen; Dienstleistungen eines Verlages; digitaler Bilderdienst; Dienstleistungen

eines Zeitungsreporters; Erstellen von Bildreportagen; Herausgabe von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form, auch im Internet

- 42 Dienstleistungen eines Onlineanbieters, nämlich Vermietung von Zugriffszeiten zu und Betrieb von Datenbanken sowie Sammeln, Speichern, Verarbeiten und Liefern von Daten, Nachrichten und Informationen jeder Art; Datenverwaltung auf Servern: digitale Bildbearbeitung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; redaktionelle Betreuung von Internetauftritten; Vermietung und Wartung von Speicherplätzen zur Benutzung als Websites für Dritte (Hosting)“

ist die Wortmarke

krassnews

angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung zunächst mit Beschluss vom 21. Februar 2006 vollumfänglich zurückgewiesen, weil ihr für alle in der Anmeldung aufgeführten Dienstleistungen die Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Auf die Erinnerung der Anmelderin hin hat sie diesen Zurückweisungsbeschluss teilweise aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen

„Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet (Bannerexchange); Zusammenstellung und Vermittlung von Adressen, auch in Computerdatenbanken; Unterhaltung, auch über das Internet; Datenverwaltung auf Servern; digitale Bildbearbeitung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Vermietung und

Wartung von Speicherplätzen zur Benutzung als Websites für Dritte (Hosting)“

zurückgewiesen wurde. Im Übrigen hat sie die Erinnerung zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, der angemeldeten Bezeichnung komme für die weiterhin versagten Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft zu, weil sie in Bezug auf diese Dienstleistungen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt aufweise. Sie sei ersichtlich aus den Begriffen „krass“ und „news“ zusammengesetzt. Das Wort „krass“ habe die Bedeutung „extrem“ und werde, wie sich aus dem Duden-Universalwörterbuch ergebe, in der Jugendsprache im Sinne von „besonders gut“ bzw. „großartig“ verwendet. Der ursprünglich englischsprachige Begriff „news“ habe mit seiner Bedeutung „Nachrichten, Neuigkeiten“ Eingang in den deutschen Sprachschatz gefunden. Die angemeldete Marke werde daher von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen als „krasse News“ erkannt und im Sinne von „großartige Neuigkeiten“ verstanden. Dass es sich bei der Marke in der angemeldeten Form möglicherweise um eine neue, lexikalisch nicht belegbare Wortverbindung handle, sei für die Beurteilung der Unterscheidungskraft unerheblich, weil der Verkehr - insbesondere aus der Werbung - daran gewöhnt sei, stets mit neuen Begriffsbildungen konfrontiert zu werden, durch die ihm neue Sachverhalte in einprägsamer Form übermittelt würden. Die Wortverbindung „krassnews“ entspreche zwar nicht den Regeln der deutschen Grammatik. Das ändere aber nichts an der Erkennbarkeit des beschreibenden Begriffsgehalts der angemeldeten Marke. Dabei sei auch zu berücksichtigen, dass das Wort „krass“ durch die bekannten Comedians „Erkan und Stefan“ sehr populär geworden sei. Diese hätten einen besonderen Sprachstil geprägt, der sich u. a. durch eine grammatikalisch inkorrekte Satzbauweise auszeichne. Deshalb sei die angemeldete Marke für große Teile der angesprochenen Verkehrskreise nicht mehr außergewöhnlich. Wie sich aus diversen Internetseiten entnehmen lasse, die der Anmelderin zusammen mit dem Erinnerungsbeschluss übermittelt worden sind, würden mit der angemeldeten Marke vergleichbare Begriffe, wie z. B. „Krass-

Radio“, „Kraß Video Clips“, „Kriegst du kraß Fun“, „Kraß-buch“, „Kraßware“, „kraß produkt“ oder „Kraßteil“, im Verkehr verwendet. Bei der angemeldeten Marke handele es sich vor diesem Hintergrund nur um eine einfache, bereits verkehrsübliche Aneinanderreihung beschreibender Bestandteile, ohne dass eine neue, über die bloße Kombination der Bestandteile hinausgehende Aussage entstehe. Der Verkehr werde in der angemeldeten Marke daher keinen Hinweis auf einen bestimmten Anbieter sehen. Sämtliche Dienstleistungen, für die die Eintragung der angemeldeten Marke versagt worden sei, könnten die Veröffentlichung von Nachrichten bzw. Neuigkeiten zum Gegenstand haben.

Dagegen hat die Anmelderin insoweit Beschwerde eingelegt, als die angemeldete Marke für die Dienstleistungen

„Klasse 35: Werbung, nämlich Dienstleistungen einer Werbeagentur; Online-Werbung in einem Computernetzwerk, nämlich Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Sponsoring in Form von Werbung; Werbung im Internet für Dritte, Kundengewinnung und -pflege durch Versandwerbung (Mailing); Verbreitung von Werbeanzeigen; Verfassen von Werbetexten für Dritte;

Klasse 41: online angebotene Spieldienstleistungen“

zurückgewiesen worden ist.

Sie ist der Ansicht, dass zwar die in den angefochtenen Beschlüssen vertretene Interpretation der Einzelbegriffe „kraß“ und „news“ nicht zu beanstanden sei, dass es sich bei der angemeldeten Wortkombination jedoch entgegen der Annahme der Markenstelle nicht um einen sprachüblichen, sondern um einen sprachregelwidrig gebildeten, zweisprachigen Begriff handele. Entgegen der Annahme der Markenstelle könne nicht davon ausgegangen werden, dass die jugendsprachliche Bedeutung des Wortes „kraß“ dem gesamten inländischen Verkehr bekannt sei.

Die angemeldete Marke weise für die Dienstleistungen, die auf Grund der Beschwerde noch Gegenstand des Verfahrens seien, auch keinen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt auf. Der Begriff „news“ sei als Synonym für Nachrichten bzw. Neuigkeiten nicht mit Werbung gleichzusetzen, obwohl ein nicht unbeachtlicher Teil des Werbebudgets eines Unternehmens zur Platzierung von Produktneuheiten eingesetzt werde. Der maßgebliche Durchschnittsabnehmer von Werbedienstleistungen werde die angemeldete Marke deshalb zwar in ihrer Bedeutung „krasse Nachrichten/Neuigkeiten“ verstehen, aber keinen unmittelbaren Sachbezug zu Werbedienstleistungen herstellen. Auch sei im traditionell konservativ ausgerichteten Werbemarkt Schockwerbung nicht gut gelitten.

Der Senat hat der Anmelderin vor seiner Entscheidung weitere Recherchenergebnisse zur Bedeutung und Verwendung des Begriffs „krass“ in Alleinstellung bzw. in Verbindung mit verschiedenen Substantiven übersandt und ihr Gelegenheit gegeben, dazu Stellung zu nehmen. Die Anmelderin hat daraufhin ergänzend ausgeführt, dass die Bedeutung des in der Marke enthaltenen Begriffs „krass“ ihrer Ansicht nach eher ins Negative tendiere und vom Verkehr in Verbindung mit dem Wort „news“ im Sinne schockierender Nachrichten aufgefasst werde. Damit sei die angemeldete Marke aber für die Dienstleistungen, für die die Anmeldung mit der Beschwerde weiterverfolgt werde, allenfalls mittelbar beschreibend, was für eine Schutzverweigerung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht ausreiche.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle vom 18. März 2008 und vom 21. Februar 2006 aufzuheben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen

„Klasse 35: Werbung, nämlich Dienstleistungen einer Werbeagentur; Online-Werbung in einem Computernetzwerk, nämlich Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien;

Sponsoring in Form von Werbung; Werbung im Internet für Dritte, Kundengewinnung und -pflege durch Versandwerbung (Mailing); Verbreitung von Werbeanzeigen; Verfassen von Werbetexten für Dritte;

Klasse 41: online angebotene Spieldienstleistungen“

zurückgewiesen worden ist.

II

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, aber unbegründet. Der angemeldeten Marke fehlt auch für die Dienstleistungen der Klassen 35 und 41 die Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne der vorstehend genannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren/Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Auch dieses Eintragungshindernis ist im lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2003, 604, 607 - Libertel). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 - BRAVO). Keine Unterscheidungskraft weisen vor allem solche Marken auf, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt zuordnen (BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT).

Hiervon ausgehend fehlt der angemeldeten Marke für die noch verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen die Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Zutreffend hat die Markenstelle insoweit festgestellt und durch Auszüge aus Internetseiten, die der Anmelderin zugänglich gemacht worden sind, auch nachgewiesen, dass es sich bei dem Markenbestandteil „krass“ um ein deutsches Adjektiv handelt, das in der Umgangssprache vor allem der jüngeren inländischen Verkehrskreise heutzutage im Sinne von „besonders gut“ und „großartig“ verstanden und umgangssprachlich auch als Synonym für die vorstehenden Eigenschaften verwendet wird. Dass der weitere, ursprünglich englischsprachige Markenbestandteil „news“ die Bedeutung „Nachrichten“ bzw. „Neuigkeiten“ hat, stellt auch die Anmelderin nicht in Abrede. Auf Grund der Aufnahme dieses englischen Begriffs in das Duden-Universalwörterbuch (vgl. z. B. bereits die 2. Auflage 1989, S. 1075) steht auch zweifelsfrei fest, dass der Begriff „news“ ein Teil des deutschen Sprachschatzes geworden ist und von den inländischen Abnehmern der hier noch verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen verstanden wird. Die Anmelderin kann deshalb nicht mit Erfolg gelten machen, bei der angemeldeten Marke handele es sich um eine zweisprachige und bereits aus diesem Grunde ungewöhnliche Wortneubildung.

Entgegen der Ansicht der Anmelderin ist auch rechtlich nicht zu beanstanden, dass die Markenstelle die angemeldete Marke insgesamt als eine nicht außergewöhnliche, sondern den Gepflogenheiten der Jugendsprache folgende Begriffsbildung gewertet hat. Dass es sich bei der Kombination des Adjektivs „krass“ in seiner undeklinierten Grundform mit einem nachfolgenden Substantiv um eine in der Jugendsprache verwendete und deshalb als nicht ungewöhnlich empfundene Sprachform handelt, belegen - neben den von der Markenstelle bereits in das Verfahren eingeführten Beispielen - auch die vom Senat ergänzend ermittelten und der Anmelderin zur Kenntnis und Stellungnahme übersandten Beispiele aus dem jugendlichen Sprachgebrauch, wie er dem Internet zu entnehmen ist. Beispielhaft wird insoweit auf die bereits übersandte Überschrift „Hey Einischkeit, voll Recht, krass Freiheit!“ zu einem Artikel aus Anlass des Tags der deutschen

Einheit am 3. Oktober 2006 (vgl. www.samsu.fragworld.de/archives/95-Hey-Einischkeit,-voll-Recht,-krass-Freiheit!.html), auf die Überschrift „Voll krass Latein“ zur Rezension des Buches von Karl-Wilhelm Weeber „Romdeutsch. Warum wir alle Lateinisch reden, ohne es zu wissen“ sowie auf das Suchergebnis „Krass News / Krass Nachrichten“ in der Suchmaschine „google“ für die Internetadresse „news.feed-reader.net/52402-krass.html“ hingewiesen.

Auch die Anmelderin räumt ein, dass ein erheblicher Teil der jugendlichen Durchschnittsabnehmer der hier maßgeblichen Dienstleistungen die angemeldete Marke im Sinne von „krasse News“ versteht. Soweit sie - hiervon ausgehend - die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke deshalb als gegeben erachtet, weil das Wort „krass“ in erster Linie eine ins Negative tendierende, auf Schock und Abschreckung gerichtete Bedeutung aufweise, vermag dies nicht zu überzeugen, denn auch in diesem Sinne stellt die angemeldete Marke nichts anderes als eine die verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen ihrer Art und Beschaffenheit nach als schockierend beschreibende Sachaussage dar. Erst recht weist die angemeldete Marke einen hinreichenden beschreibenden Sachbezug auf, wenn sie in dem der Zurückweisung von der Markenstelle zugrunde gelegten Bedeutung „großartige Neuigkeiten“ verstanden wird.

In Anlehnung an die grundsätzliche Unerheblichkeit einer Mehrdeutigkeit bei beschreibenden Angaben i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erachtet es der BGH (GRUR 2008, 900, 901, Nr. 15 - SPA II) auch für die Verneinung der Unterscheidungskraft als ausreichend, dass die angesprochenen Verkehrskreise der Marke von mehreren in Betracht kommenden Bedeutungen wenigstens eine Aussage mit eindeutig beschreibendem Charakter entnehmen können. Dass die angemeldete Marke verschiedene gleichwertige Bedeutungen haben kann, spricht ebenfalls nicht für ihre Unterscheidungskraft, wenn sich - wie dies vorliegend der Fall ist - alle in Bezug auf die fraglichen Dienstleistungen ernsthaft in Betracht kommenden Deutungsmöglichkeiten als sachbezogen erweisen (BGH a. a. O. - URLAUB DIREKT).

Entgegen der Ansicht der Anmelderin weist die angemeldete Marke auch und gerade für die Werbe- und Spieldienstleistungen, für die sie ihr Eintragungsbegehren mit der Beschwerde noch weiterverfolgt, einen engen beschreibenden Sachbezug auf, weil Werbung in erheblichem Maße neue Produkte und darauf bezogene Informationen, m.a.W. „News“ bzw. „Neuigkeiten“ vermittelt, die in der plakativen Werbesprache regelmäßig als etwas Besonderes herausgestellt werden, wozu - gerade in Bezug auf Produkte und Dienstleistungen, die sich an Jugendliche wenden - nicht so sehr ein konservativer Sprachgebrauch, sondern eher ein Begriff wie „krass“ als besonders geeignet erscheint. Das Gleiche gilt für die noch beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 41, da auch bei online angebotenen Spieldienstleistungen auf besonders großartige Neuigkeiten in der Werbung hingewiesen wird, wobei gerade bei derartigen Spielen, soweit sie sich an Jugendliche richten, der Gebrauch der Jugendsprache regelmäßig besonders naheliegt. Die Beschwerde der Anmelderin kann daher keinen Erfolg haben.

Da der angemeldeten Marke aus den dargestellten Gründen die Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt, kann die Frage, ob sie auch als beschreibende Angabe für die fraglichen Dienstleistungen gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG freizuhalten ist, weiterhin dahingestellt bleiben.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Lehner

Reker

Me