



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 30/08

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 305 48 945.3

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 28. Januar 2009 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Fuchs-Wisseemann, den Richter Reker und die Richterin Kopacek

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I

Die Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der für die Dienstleistungen

„39: Dienstleistungen einer Reiseagentur, nämlich Reservierungen und Buchungen von Beförderungen; Beförderung, Lagerung und Verpackung von Gütern; Veranstaltungen von Reisen; Beförderung von Fluggästen, Luftpost und Luftfracht; Reisebürodienste, nämlich Organisation von Flugreisen und Beförderung im Namen Dritter und Beratung von Dritten zu Flugreisen und Lufttransport;

Organisation von Flugreisen und Beförderung von, Luftpost und Luftfracht im Namen Dritter; Dienstleistungen von Spediteuren, nämlich Organisation der Beförderung von Luftfracht im Namen Dritter und Beratung Dritter zur Beförderung von Luftfracht; Beratung zu Flugreisen und Beförderung von Passagieren und Frachten; Flughafendienste, nämlich Reise- und Transportdienste;

Luftfahrt- und Reisedienstleistungen, nämlich Verwaltung und Ausstellung von Flugtickets (blanco) und Abwicklungsdienstleistungen auf dem Gebiet der Luftfahrt; Veranstaltung und Vermittlung von Reisen in Urlaubsanlagen, nämlich Clubdörfern, Ferienanlagen und Hotels, Reisebegleitung;

41: Bereitstellung von Informationen zu Reisen und verwandten Themen im Internet; Bereitstellung von Leitfäden, Reisenachrichten, Landkarten, Städteverzeichnissen und Listen zur Verwendung für Reisende, auf die elektronisch über

Computernetze, globale Informationsnetze und drahtlose Netze zugegriffen werden kann; Bereitstellung von Reiseinformationen über Computernetze, globale Informationsnetze und drahtlose Netze;

- 43: Dienstleistungen einer Reiseagentur, nämlich Reservierungen und Buchungen von Unterkünften; Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen“

bestimmten Wortmarke

### **TRADEFAIRS**

mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen, weil die angemeldete Marke zur Beschreibung der in der Anmeldung aufgeführten Dienstleistungen dienen könne (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Zur Begründung hat sie ausgeführt, die angemeldete Marke bestehe aus dem englischsprachigen Begriff „TRADEFAIRS“, der die Bedeutung „Handelsmessen“ habe. Dieser Begriff sei nicht nur in Fachwörterbüchern der Messebranche aufgeführt, sondern auch in allgemeinen Nachschlagewerken, wie zum Beispiel dem Internetlexikon „LEO“. Außerdem würden bedeutende deutsche Messestädte in ihren Internetauftritten mit Überschriften wie „The Leipzig Trade Fair“, „Munich Trade Fair Team“ oder „International Trade Fair Hamburg“ werben. Aber selbst dann, wenn die angemeldete Bezeichnung den maßgeblichen Verkehrskreisen insgesamt noch nicht begegnet sei, werde sie ohne weiteres in der Bedeutung „Handelsmessen“ verstanden, weil die Begriffe „TRADE“ (= Handel, Geschäft) und „FAIR“ (= Ausstellung, Messe) zum englischen Grundwortschatz zählten. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen sei der Begriff „TRADEFAIRS“ geeignet, darauf hinzuweisen, dass diese Dienstleistungen für Handelsmessen bestimmt und geeignet seien bzw. im Zusammenhang mit solchen Handelsmessen erbracht würden. Wegen seiner Beschreibungseignung sei

er von der Eintragung als Marke für die in der Anmeldung aufgeführten Dienstleistungen ausgeschlossen.

Hiergegen wendet sich die Anmeldein mit ihrer Beschwerde. Sie räumt die von der Markenstelle dargelegte, der Zurückweisung zugrunde gelegte Bedeutung der angemeldeten Marke ein, vertritt jedoch die Ansicht, diese Bedeutung sei den von den beanspruchten Dienstleistungen angesprochenen Verkehrskreisen nicht bekannt, weshalb die Bezeichnung „TRADEFAIRS“ in der Bundesrepublik Deutschland nicht zur Beschreibung von Eigenschaften der in der Anmeldung aufgeführten Dienstleistungen geeignet sei. Es handele sich bei dem Wort „TRADEFAIRS“ auch nicht um eine adjektivische Beschreibung, sondern um ein Substantiv, das zunächst nur eine „Messe des Handels“ bzw. eine „Messe für den Handel“ bezeichne, ohne die Art der Messe, insbesondere deren Thema oder deren Veranstalter, näher zu bezeichnen. Auch angesichts dieser begrifflichen Unschärfe verfüge die angemeldete Marke über die Fähigkeit, die beanspruchten Dienstleistungen hinreichend konkret zu beschreiben.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die angegriffenen Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben.

## II

Die zulässige Beschwerde erweist sich als unbegründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke steht das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Nach dieser Bestimmung ist ein Wortzeichen von der Eintragung als Marke ausgeschlossen, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (EuGH

MarkenR 2008, 160, 162, Tz. 35 – Hairtransfer). Dies ist, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, bei der angemeldeten Marke in Bezug auf alle in der Anmeldung benannten Dienstleistungen der Fall.

Auch die Anmelderin stellt nicht in Abrede, dass es sich bei der angemeldeten Marke um einen Begriff der englischen Sprache handelt, der ins Deutsche übersetzt die Bedeutungen „Messe des Handels“ und „Messe für den Handel“ aufweist. Jeder dieser beiden Bedeutungen können die inländischen Verkehrskreise, die eine Reise- oder Beförderungsleistung bzw. eine Beherbergungs- und/oder Verpflegungsdienstleistung buchen bzw. sich hierüber informieren wollen, ohne gedankliche Analyse dieser Bezeichnung entnehmen. Hierin liegt der beschreibende Hinweis, dass es sich um Leistungen handelt, die speziell im Zusammenhang mit einer Handelsmesse angeboten und erbracht werden. Insoweit ist die Bezeichnung „Handelsmessen“ als Bezeichnung für eine bestimmte Art oder Kategorie von Reisen dazu geeignet, die Reisen zu Handelsmessen von anderen Reisen wie z. B. Urlaubs- und Bildungsreisen abzugrenzen und ein bestimmtes, von einem besonderen Interessentenkreis nachgefragtes Reisesegment näher zu bezeichnen. Eine solche Bezeichnungsweise entspricht den Angebots- und Geschäftsgepflogenheiten auf dem Reisesektor, weil Reisen entweder in Spezialkatalogen, auf speziellen Internetseiten oder in umfangreicheren Katalogen nach Kategorien, wie z. B. Urlaubsreisen oder Geschäftsreisen, Flug-, Bahn- oder Autoreisen, geordnet angeboten werden.

Die Eignung zur Bezeichnung des Reiseziels und der Reiskategorie weist entgegen der Ansicht der Anmelderin nicht nur die deutsche Bezeichnung „Handelsmessen“, sondern auch der englische Begriff „TRADEFAIRS“ auf. Wie die Markenstelle insoweit zutreffend festgestellt hat, ist dieser englische Begriff den Besuchern von Handelsmessen, bei denen es sich in der Regel um im Handelsverkehr tätige, der englischen Sprache mächtige Personen handelt, zu deren Aufgaben auch regelmäßige Messebesuche oder die Betreuung von Messeständen des eigenen Unternehmens gehören, entweder aus dem Englischunterricht oder von

vorangegangenen Besuchen größerer, internationaler Handelsmessen bekannt, für die auch im Inland der international gebräuchliche Begriff „trade fair“ verwendet wird. Insoweit kann auf die von der Markenstelle angeführten Beispiele der Bezeichnung inländischer Messen mit diesem Begriff verwiesen werden. Aber auch dem Allgemeinverkehr erschließt sich die Bedeutung des Wortes „TRADEFAIRS“ ohne weiteres auf Grund seiner allgemeinen Englischkenntnisse, da seine Bestandteile „TRADE“ und „FAIR(S)“ zum englischen Grundwortschatz gehören und von einem inländischen normal informierten Durchschnittsverbraucher der fraglichen Dienstleistungen deshalb ohne weiteres verstanden werden.

Auch die Argumentation der Anmelderin, dass es sich bei der angemeldeten Marke um eine begrifflich unscharfe und mehrdeutige Bezeichnung handele, die sowohl eine Messe für den Handel als auch eine Messe des Handels bezeichnen könne und die nichts über das Messethema und den Messeveranstalter aussage, vermag deren Eignung als beschreibende Angabe für eine bestimmte Kategorie von Reisen nicht in Frage zu stellen.

Nicht jede begriffliche Unbestimmtheit steht der Annahme einer beschreibenden Sachangabe entgegen. Vielmehr kommen auch relativ allgemeine Angaben als verbraucherorientierte Sachinformationen in Betracht, wenn sie allgemeine Sachverhalte beschreiben sollen. Bei Oberbegriffen und Sammelbezeichnungen ist eine gewisse Allgemeinheit und Unschärfe sogar unvermeidbar, um den gewünschten weiten Bereich waren- oder dienstleistungsbezogener Eigenschaften beschreibend erfassen zu können (BGH GRUR 2000, 882, 883 – Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2003, 1050 – Cityservice).

Bei Zugrundelegung dieses rechtlichen Maßstabs steht auch die Eignung des Begriffs „TRADEFAIRS“ als beschreibende Sachangabe außer Frage, da mit diesem Oberbegriff auf besondere Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit verschiedenen Handelsmessen stehen können, wie z. B. Reiseangebote und

-informationen zu solchen Messen, hingewiesen werden kann. Die Beschwerde der Anmelderin muss daher erfolglos bleiben.

Da der Eintragung der angemeldeten Marke für die in der Anmeldung aufgeführten Dienstleistungen bereits das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann dahingestellt bleiben, ob dem Begriff „TRADEFAIRS“ für die fraglichen Dienstleistungen auch die Unterscheidungskraft fehlt.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Kopacek

Reker

Bb