

BUNDESPATENTGERICHT

Leitsatz

Aktenzeichen:	27 W (pat) 139/09
Entscheidungsdatum:	18. November 2009
Rechtsbeschwerde zugelassen:	nein
Normen:	§ 8 MarkenG

German Poker Players Association

Typische Verbandsnamen bezeichnen regelmäßig einen ganz bestimmten Verband, den es in der angegebenen Kombination aus geographischem Wirkungsfeld und Sachgebiet/Sportart nur einmal gibt. Die angesprochenen Verkehrskreise nehmen solche Verbandsnamen als betrieblich individualisierendes Kennzeichen, so dass die erforderliche Unterscheidungskraft vorliegt.

Solange die Angabe keine unmittelbare, konkrete Aussage über die Beschaffenheit, Bestimmung oder sonstige Merkmale von Waren und Dienstleistungen enthält, besteht auch kein Freihaltungsbedürfnis.



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 139/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 33 556.5

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 18. November 2009 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Schwarz und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschlüsse der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. November 2006 und vom 13. Januar 2009 werden aufgehoben.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

German Poker Players Association

für Spiele, Spielzeug, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Unterhaltung, Erziehung und Ausbildung; Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen

hat die Markenstelle mit Beschluss vom 7. November 2006 und die dagegen eingelegte Erinnerung mit Beschluss vom 13. Januar 2009, wobei letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen.

Das ist damit begründet, in Bezug auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen verfüge das Zeichen nicht über die gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft und könne auch zur Bezeichnung der in § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG genannten Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen.

German Poker Players Association sei aus gängigen Ausdrücken der Welthandels-sprache Englisch gebildet. Zwar seien auch deutsche Durchschnittsverbraucher maßgeblich. Deren Verständnisfähigkeit dürfe aber nicht als zu gering veranschlagt werden. Es bestehe daher für den deutschsprachigen Durchschnittsverbraucher keine Veranlassung, unter der Bezeichnung „German Poker Players

Association" etwas anderes zu verstehen als eine Vereinigung deutscher Pokerspieler, zumal es sich um eine Aneinanderreihung von englischen Worten handelt, die zum englischen Grundwortschatz gehörten. „German“, „Player“ und „Association“ im Sinn von „Deutsch“, „Spieler“ bzw. „Vereinigung“ seien allgemein geläufig. Ebenso kenne auch das breite Publikum das Kartenspiel Poker. Folglich werde ein angemessen aufmerksamer verständiger Durchschnittsverbraucher in der angemeldeten Wortfolge lediglich einen sachbezogenen Hinweis darauf erblicken, dass die Marke Waren und Dienstleistungen bezeichne, die von einer Vereinigung deutscher Pokerspieler stammten oder erbracht würden (vgl. BPatG, Beschluss vom 4. Oktober 2006, Az: 32 W (pat) 230/04 - German Pain Association e.V.).

Solche Sachhinweise würden von den Mitbewerbern ebenfalls zur Beschreibung ihrer Konkurrenzprodukte bzw. -dienstleistungen benötigt.

Markenschutz und Schutz geschäftlicher Bezeichnungen stünden nebeneinander und folgten jeweils eigenen Regeln. Während die Marke eine Ware oder Dienstleistung als solche eines bestimmten Unternehmens individualisiere und allenfalls mittelbar einen Hinweis auf das Unternehmen selbst gebe, liege es beim Unternehmenskennzeichen genau umgekehrt. Es individualisiere in erster Linie das Unternehmen und höchstens mittelbar auch die von dem Unternehmen hergestellten und auf den Markt gebrachten Waren und Dienstleistungen.

Mehrdeutigkeit oder Interpretationsfähigkeit der Bezeichnung seien nicht erkennbar. Dass der Anmelder möglicherweise der einzige sei, der nach namensrechtlichen Bestimmungen die angemeldete Bezeichnung führen dürfe, spiele für die Beurteilung der markenrechtlichen Schützfähigkeit keine Rolle, da diese grundsätzlich unabhängig von der Person des Anmelders zu erfolgen habe (BGH GRUR 2006, 503 – Casino Bremen).

Soweit der Anmelder auf die Eintragung vergleichbarer Marken mit ein oder mehreren der Bestandteile „German“ oder „Poker“ oder „Association“ verweise, rechtfertige dies nicht die Eintragung der vorliegenden Anmeldung. Voreintragungen führten weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung. Im Übrigen sei die vom Anmelder angeführte an-

geblich vergleichbare Marke „German Poker Ranking“ ebenfalls nicht eingetragen worden.

Der Erinnerungsbeschluss ist dem Anmelder am 26. Januar 2009 zugestellt worden.

Der Anmelder hat am 17. Februar 2009 Beschwerde eingelegt und dazu vorgetragen, mit der Anmeldung solle eigentlich der Firmenname eines seit 1996 als Einzelunternehmen ausgeübten Gewerbebetriebes, der im gesamten Bundesgebiet bekannt sei, geschützt werden.

Er beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben und die Marke einzutragen.

II.

1) Die Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache Erfolg; einer Registrierung der angemeldeten Marke stehen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine Schutzhindernisse aus § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen.

Die angesprochenen breiten deutschen Verkehrskreise werden die englischsprachige Anmeldemarke in der Regel - selbst ohne Englischkenntnisse - ohne weiteres in ihrer Bedeutung „Deutsche Pokerspieler Vereinigung“ verstehen. Die Bezeichnung ist in einer für solche Vereinigungen üblichen Weise gebildet (vgl. Verbände, Behörden, Organisationen der Wirtschaft, Deutschland und Europa 1999, 49. Auflage, Darmstadt 1999, S. 987 ff.; Wennrich/Spillner, Internationale Enzyklopädie der Abkürzungen und Akronyme von Organisationen, 3. Auflage, München 1994, Bd. 10, S. 308 ff.). So gibt es beispielsweise:

United States Football Association

Deutscher Amateur-Box-Verband

Deutscher Badminton-Verband
Deutscher Basketball-Bund
Deutscher Bob- und Schlittensportverband
Deutscher Eissport-Verband
Deutscher Fechter-Bund
Deutscher Fußball-Bund
Deutscher Golf Verband
Deutscher Hockey-Bund
Deutscher Leichtathletik-Verband etc..

Die in der Anmeldemarke genannte Vereinigung existiert tatsächlich und führt die angemeldete Bezeichnung als Firmennamen. Solche typischen Verbandsnamen bezeichnen in der Regel jeweils einen ganz bestimmten Verband, den es in der angegebenen Kombination aus geographischem Wirkungsfeld und Sachgebiet der Sportart nur einmal gibt. Dass es mehrere Pokerspieler-Vereinigungen in Deutschland geben kann, verhindert es nicht, dass der Gesamtbegriff eine davon eindeutig individualisiert. Damit weist der Begriff aber für das Publikum erkennbar auf ein bekanntes Unternehmen hin, welches die beanspruchten Waren und Dienstleistungen anbietet; in dieser Funktion kann ihm somit die Eignung als Marke kaum abgesprochen werden.

Die Anmeldemarke ist in ihrer Gesamtheit auch keine freihaltungsbedürftige beschreibende Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, denn sie kann nicht unmittelbar als konkrete Aussage über die Beschaffenheit, Bestimmung oder sonstige Merkmale der Waren und Dienstleistungen verstanden werden.

2) Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

Bb