



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 38/09

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 24 621.9

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 25. November 2009 unter Mitwirkung der Richterin Bayer als Vorsitzende sowie des Richters Merzbach und des Richters k. A. Metternich

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

WM 2010

ist am 14. Mai 2003 für die Waren

"Druckerzeugnisse, Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen, Schokolade, Schokoladewaren, Fein- und Dauerbackwaren, Zuckerwaren"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Mit zwei Beschlüssen der Markenstelle für Klasse 30 des DPMA vom 22. Juni 2007 und vom 26. März 2008, von denen Letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wurde die Anmeldung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen.

Der Marke fehle die Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Die Zeichenzusammensetzung "WM 2010" werde generell nur als Bezeichnung der Fußballweltmeisterschaft in dem Jahr 2010 verstanden, nicht jedoch als Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren. Bei diesen Waren handle es sich nicht um solche, bei denen aus einer Buchstabenkombination und einer Zahl gebildete Marken zu den Kennzeichengewohnheiten zählten. Bereits dies erlaube die Prognose, dass das angemeldete Zeichen nicht als Marke, sondern nur als Bezeichnung der Weltmeisterschaft 2010 verstanden werden werde. Diese Einschätzung werde dadurch gestützt, dass zwischen den Waren und der Bedeutung der angemeldeten Marke ein Bezug bestehe. Die Bezeichnung könne für die Waren der Klasse 16

eine Inhaltsangabe darstellen, für die Waren der Klasse 25, zu denen typische Fanartikel zählten, stelle sie eine Angabe über deren Gestaltung, nämlich der Beschriftung dar. Auch die Waren der Klasse 30 zählten zu den Waren, deren Hersteller typischerweise Sponsoren sportlicher Großereignisse seien. Zumindest für die Waren der Klassen 16 und 25 stelle die angemeldete Marke auch eine Angabe über deren Beschaffenheit im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar. Sie gebe an, dass sich die Druckereierzeugnisse inhaltlich mit der "WM 2010" befassten, bzw. dass die Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen mit dem Schriftzug "WM 2010" versehen seien.

Dagegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem Antrag (sinngemäß),

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 30 des DPMA vom 22. Juni 2007 und vom 26. März 2008 aufzuheben.

Desweiteren beantragt sie,

das Beschwerdeverfahren bis zum rechtskräftigen Abschluss des Lösungsverfahrens betreffend die Gemeinschaftsmarke "WM 2006" der FIFA (EuG Case T-446/08) auszusetzen.

Hinsichtlich des Aussetzungsantrags verweist die Beschwerdeführerin auf eine Begründungsschrift der FIFA gegen das Harmonisierungsamt, in der die FIFA von der Schutzfähigkeit der Wortmarke "WM 2006" ausgehe. Weiterhin wird auf die prioritätsjüngere angemeldete Gemeinschaftsmarke "EM 2012" der UEFA verwiesen, wegen der ein Interesse der Beschwerdeführerin bestehe, die Entscheidung über ihre angemeldete Marke erst nach rechtskräftigem Abschluss des Lösungsverfahrens "WM 2006" herbeizuführen. Zur Sache hat sich die Beschwerdeführerin nicht geäußert.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, hat aber in der Sache keinen Erfolg, denn der Eintragung der angemeldeten Marke steht im Hinblick auf die angemeldeten Waren zumindest das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. zur st. Rspr. BGH GRUR 2003, 1050 – Cityservice; EuGH GRUR 2004, 674 – Postkantoor). Für die Beurteilung der Unterscheidungskraft kommt allein der Herkunftsfunktion die maßgebliche Bedeutung zu (Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl. § 8 Rdn. 42).

Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsabnehmers der fraglichen Produkte abzustellen ist. Die angemeldeten Waren richten sich vorliegend an allgemeine Verkehrskreise.

Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Be-

griffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 – Postkantoor). Jedoch hat der EuGH auch darauf hingewiesen, dass eine unmittelbar beschreibende Bedeutung nicht Voraussetzung für die Annahme fehlender Unterscheidungskraft ist. Vielmehr kann die Unterscheidungskraft auch aus anderen Gründen fehlen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 – Postkantoor; GRUR 2004, 680 – Biomild).

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass ein Schutzhindernis bereits dann gegeben ist, wenn es für einen Teil der Waren besteht, die unter die jeweiligen angemeldeten Oberbegriffe fallen. Ansonsten wäre es möglich, ein für bestimmte Waren bestehendes Eintragungshindernis dadurch zu umgehen, dass ein entsprechend weit gefasster Oberbegriff angemeldet wird (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl. § 8 Rdn. 22).

Der Verkehr hat bei den angemeldeten Waren keinen Anlass in der angemeldeten Bezeichnung eine unterscheidungskräftige Buchstaben- und Zahlenkombination zu sehen, sondern wird "WM 2010" lediglich als Hinweis auf die Weltmeisterschaft im Jahr 2010 verstehen.

Im Jahr 2010 findet - was den Durchschnittsabnehmern der angemeldeten Waren bekannt ist - die Fußballweltmeisterschaft in Südafrika statt. Die Abkürzung "WM" für "Weltmeisterschaft" ist den allgemeinen Verkehrskreisen geläufig, wobei in der Regel der Verkehr dabei an eine Fußballweltmeisterschaft denkt. Dies gilt insbesondere in Verbindung mit der Jahreszahl 2010, da in diesem Jahr die nächste Fußballweltmeisterschaft ausgetragen wird. Erhebliche Verkehrskreise werden die angemeldete Bezeichnung in Verbindung mit den angemeldeten Waren lediglich als Hinweis auf dieses Ereignis sehen, nicht dagegen als Betriebskennzeichen, da insoweit der Verkehr in der Bezeichnung lediglich eine Bezugnahme zu der Veranstaltung sieht.

Für "Druckereierzeugnisse" kann die angemeldete Bezeichnung eine Inhalts- und Themenangabe sein, so dass insoweit ein enger Sachbezug besteht, und die Angabe nicht geeignet ist, als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb zu wirken. Über Fußballweltmeisterschaften werden sowohl im Voraus als auch während und nach der Veranstaltung in verschiedensten Druckereierzeugnissen berichtet und sie werden medial ausgewertet.

Die Waren "Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen" weisen ebenfalls einen engen Sachbezug zu der Weltmeisterschaft auf. So werden anlässlich dieser Veranstaltung spezielle Outfits hergestellt und Kollektionen für das Ereignis von unterschiedlichen Anbietern entworfen.

Auch hinsichtlich der Waren "Schokolade, Schokoladewaren, Fein- und Dauerbackwaren, Zuckerwaren" besteht ein enger Bezug zu der Fußballweltmeisterschaft. Anlässlich einer solchen Veranstaltung werden Lebens- und Genussmittel hergestellt und vertrieben, die durch ihre Gestaltung oder Verpackung einen Bezug zu diesem Ereignis haben. Zudem gibt es entsprechende Erzeugnisse, die durch ihre Inhaltsstoffe besonders auch für Sportler geeignet sind. Auch wird damit geworben, wenn ein Betrieb Lieferant bei den Veranstaltungen ist. Der Verkehr wird daher auch in Verbindung mit diesen Waren in der angemeldeten Bezeichnung lediglich einen Hinweis auf das Ereignis und nicht auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb sehen.

Diese Beurteilung der angemeldeten Marke entspricht auch den Grundsätzen, die in der Entscheidung BGH I ZB 97/05 zu der Marke 30238936 "WM 2006" aufgestellt wurden. Entscheidend kam es bei dieser Marke darauf an, ob der Verkehr Anlass hatte, in der Bezeichnung einen Bezug zu der Fußball WM zu sehen, oder ob er sie als unterscheidungskräftige Buchstaben- und Zahlenkombination versteht. Im Ergebnis führte dies letztlich zur Löschung der Marke 30238936 "WM 2006" u. a. für vergleichbare Waren wie "Bekleidung, Schuhe, Veranstaltungspro-

gramme, gedrucktes Lehrmaterial, Aufkleber" und "Kopfbedeckungen, Kakao, feine Backwaren".

Dem Antrag der Beschwerdeführerin auf Aussetzung des Verfahrens gemäß § 82 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 148 ZPO konnte nicht stattgegeben werden. Das Lösungsverfahren betreffend die Gemeinschaftsmarke "WM 2006" der FIFA (EuG Case T-446/08) ist nicht vorgreiflich. Der Ausgang des Verfahrens zu der Marke "WM 2006" ist keine zu klärende Vorfrage für die Entscheidung zu der vorliegenden Beschwerde. Es handelt sich um voneinander unabhängige Verfahren und zudem um unterschiedliche Zeichen. Die bloße Möglichkeit, dass im Lösungsverfahren die Gemeinschaftsmarke "WM 2006" anders beurteilt werden könnte, reicht nicht aus, eine Vorgreiflichkeit zu begründen, so dass eine Aussetzung sachdienlich wäre.

Bayer

Merzbach

Metternich

Hu