



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 122/06

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

### **betreffend die Markenmeldung 304 17 870.5**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 28. Mai 2009 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Vogel von Falckenstein, die Richterin Winter und den Richter Paetzold

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.



## Gründe

### I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden ist die Bezeichnung **DISPLAYSYNC**. Das Warenverzeichnis lautet nach der im Verfahren vor dem DPMA erfolgten Einschränkung:

„Computer-hardware, nämlich computer displays, plasma displays, liquid crystal displays, electroluminescent displays sowie Teile und Ersatzteile der vorstehenden Waren, soweit in Klasse 9 enthalten; Computer-software für die vorstehenden displays und deren Teile; Computer-software für Radio- und Fernsehpräsentationen und Radio- und Fernsehkommunikation“.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung zurückgewiesen. Begründend ist im Wesentlichen ausgeführt, dass die Marke in der Bedeutung von „Display-Synchronisierung“ eine beschreibende Angabe sei, nämlich eine in üblicher Weise verkürzte Wiedergabe des Fachbegriffs „Display-Synchronisation“.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Eine Begründung ist nicht zu den Akten gelangt. Im Patentamtverfahren hat sie die Auffassung vertreten, dass jedenfalls auf der Grundlage des eingeschränkten Warenverzeichnisses Schutzhindernisse, die die Anmeldung in ihrer Gesamtheit von der Eintragung ausschließen könnten, nicht gegeben seien. Es fehle an einer ausreichend klaren Sachaussage.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 9 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sachverhalts wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist nicht begründet. Die angemeldete Wortmarke ist nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Soweit im Erinnerungsbeschluss der Prüfung noch das ursprünglich eingereichte Warenverzeichnis zugrunde gelegt worden ist, liegt zwar eine fehlerhafte Sachbehandlung vor; dies führt jedoch nicht zu einer Aufhebung ohne Sachentscheidung (vgl. § 70 Abs. 3 Nr. 2); denn mit der Einschränkung des Warenverzeichnisses sind die verwendeten Oberbegriffe lediglich konkretisiert worden, ohne dass etwa ursprünglich beanspruchte Waren aus dem Warenverzeichnis gestrichen worden sind; der Senat sieht deshalb im Sinne einer Verfahrensbeschleunigung von einer Aufhebung ohne Sachentscheidung ab.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG 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 oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2008, 608, 611 (Nr. 66) - EUROHYPO; GRUR 2004, 428, 431 (Nr. 48) - Henkel; GRUR 2003, 514, 517 (Nr. 40) - Linde, Winward u. Rado; BGH GRUR 2008, 710 (Nr. 12) - VISAGE; GRUR 2008, 71, 73 (Nr. 23) - Fronthaube). Die Unterscheidungskraft ist hierbei zum einen im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen, für die die Marke angemeldet worden ist, und zum anderen im Hinblick auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise zu beurteilen (vgl. u. a. EuGH a. a. O. (Nr. 67)

- EUROHYPO; a. a. O. (Nr. 50) - Henkel; GRUR 2004, 943, 944 (Nr. 24) - SAT.2; BGH a. a. O. (Nr. 13) - VISAGE), wobei es auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen ankommt (vgl. u. a. EuGH GRUR Int. 2006, 226 (Nr. 25) - Standbeutel; BGH a. a. O. (Nr. 13) - VISAGE).

Hiervon ausgehend besitzt eine Wortmarke insbesondere dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihr die maßgeblichen Verkehrskreise im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. u. a. EuGH a. a. O. (Nr. 56 ff.) - EUROHYPO; GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 81 u. 86) - Postkantoor; GRUR 2004, 680, 681 (Nr. 19) - BIOMILD; BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 18 f.) - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2005, 417, 419 - BerlinCard; GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten). Das ist vorliegend der Fall.

Das Wort „Display“ stammt aus der englischen Sprache und bedeutet im Deutschen allgemein „Anzeige, Bildschirmanzeige, Bildschirm“ (vgl. Duden Oxford, Großwörterbuch Englisch, 3. Aufl. S 1070; Leo-Online Lexikon, Stichwort „display“); es wird in diesem Sinn auch im Deutschen zur Bezeichnung eines Gerätes oder Bauteils zur optischen Darstellung einer Information verwendet (Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. S. 408).

Dieser Markenbestandteil ist für breite Verkehrskreise, zumal wenn diese, worauf die angemeldeten Waren der Klasse 9 hindeuten, technisch interessiert sind, ohne weiteres verständlich. In Bezug auf diese Waren, die nach der Fassung des Warenverzeichnisses ausdrücklich Displays betreffen bzw. für Displays bestimmt sind, kann das Wort zur Bezeichnung der Ware selbst bzw. ihrer Bestimmung dienen. Auch die Waren „Computer-software für Radio- und Fernsehpräsentationen

und Radio- und Fernsehkommunikation“ können nach ihrer Bestimmung auf in diesem Zusammenhang verwendete Displays bezogen sein.

Unter diesen Umständen fehlt dem Markenbestandteil **DISPLAY** für die beanspruchten Waren jegliche Unterscheidungskraft im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Der weitere, aus der englischen Sprache stammende Markenbestandteil **SYNC** bedeutet im Deutschen „synchron“ (Duden Oxford a. a. O. S. 1607), das Substantiv lautet im Englischen „synchronisation“, das vielfach mit „sync“ abgekürzt wird (vgl. Koblischke, Lexikon der Abkürzungen S. 435; Stahl/Kerchelich, Abbreviation Dictionary, 10. Aufl. 2001 S. 975). Im Deutschen sind die Begriffe „synchron, Synchronisation, Synchronisierung“ im Gebrauch (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch a. a. O. S. 1652). „Synchronisation“ bedeutet „Herstellen von Gleichlauf“ (Online-Lexikon Wikipedia, Stichwort „Synchronisation“). „Synchronisation, Synchronisierung“ ist ein Kernbegriff im Bereich der EDV, der zum Beispiel die gegenseitige Anpassung der einzelnen Computerkomponenten bezeichnet, bei Datenbanken den Vergleich von Kopien mit Originaldatenbeständen, bei Netzwerken die Anpassung der Systemzeit der einzelnen Computer, bei digitalen Wiedergabegeräten die Anpassung der einzelnen Elemente auf dem Wiedergabegerät an eine Datenquelle, was unter Verwendung von Synchronisationssoftware erfolgt (vgl. Winkler, Computer Lexikon 2008 S. 785; Brockhaus, Computer- und Informationstechnologie S. 861; Wikipedia a. a. O.). Unter diesen Umständen ist auch der Markenbestandteil **SYNC** nicht geeignet, für die einzelnen für die Marke beanspruchten Waren herkunftshinweisend zu wirken.

Im Allgemeinen bleibt die bloße Kombination von Bestandteilen, von denen jeder Merkmale der beanspruchten Waren beschreibt, selbst für diese Merkmale beschreibend, auch wenn sie eine sprachliche Neuschöpfung darstellt. Die bloße Aneinanderreihung solcher Bestandteile ohne Vornahme einer ungewöhnlichen Änderung, insbesondere syntaktischer oder semantischer Art, kann nämlich nur zu

einer Marke führen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben besteht, welche im Verkehr zur Bezeichnung von Merkmalen der genannten Waren oder Dienstleistungen dienen können. Einer solchen Kombination kann zwar der beschreibende Charakter fehlen, sofern der von ihr erweckte Eindruck hinreichend weit von dem abweicht, der durch die bloße Zusammenfügung ihrer Bestandteile entsteht (vgl. EuGH a. a. O. (Nr. 39) - BIOMILD). Das ist hier aber nicht der Fall. Die Marke **DISPLAYSYNC** bedeutet insgesamt „Displaysynchronisation“ oder auch „Bildschirmsynchronisation“; beide Wörter stellen im Bereich der EDV bereits verwendete Begriffe dar, die darauf hinweisen, dass Bilder auf dem Anzeigegerät gemäß dem gesendeten Signal wiedergegeben werden; denn ohne Anpassung wird häufig das Bild auf dem Bildschirm in der Größe oder Zentrierung nicht richtig wiedergegeben. Außerdem werden diese Begriffe verwendet, wenn es darum geht, die Anzeige auf mehreren verwendeten Bildschirmen zu synchronisieren. Dies belegen die der Anmelderin übersandten Ausdrücke aus dem Internet, die zahlreich bezüglich Bildschirme/Displays die Begriffe „Bildschirmsynchronisierung, Bildschirmsynchronisation“ und „Displaysynchronisation“ beschreibend verwenden.

Unter diesen Umständen fehlt auch der Gesamtbezeichnung **DISPLAYSYNC** für die beanspruchten Waren jegliche Unterscheidungskraft im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Das Gesamtwort weist lediglich beschreibend darauf hin, dass die Ausstattung der Produkte die Anzeige dem Signal angepasst bewirkt oder die Anpassung an weitere Komponenten ermöglicht; die beanspruchte Software kann zur Erreichung dieses Zwecks bestimmt sein.

Darüber hinaus besteht an der angemeldeten Bezeichnung auch ein Freihaltebedürfnis im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG; es handelt sich wie oben ausgeführt hinsichtlich der beanspruchten Waren um eine beschreibende Angabe im Sinn dieser Bestimmung.

Dr. Vogel von Falckenstein

Winter

Paetzold

Cl