



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 19/10

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 015 125.0

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 15. Februar 2011 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richterin am Landgericht Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 7. März 2008 angemeldete Wortmarke

Handyführerschein

ist von der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts mit zwei Beschlüssen vom 31. März 2009 und vom 13. November 2009, von denen der letztere im Erinnerungsverfahren ergangen ist, teilweise, nämlich für die folgenden Waren und Dienstleistungen

"Computer; Computerperipheriegeräte; bespielte mechanische, magnetische, optische, magneto-optische und elektronische Träger für Ton, Bild, Grafik und/oder Daten; Mobiltelefone; Mobilfunkzubehör; Telefonanlagen; codierte Telefonkarten; Computersoftware, insbesondere computergestützte Lern- und Spielprogramme; Unterrichtsapparate; elektronische Anzeigetafeln; Apparate und Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Audio- und Videoprodukte zu Lern- und Ausbildungszwecken, insbesondere CDs, MCs, CD-Roms, DVDs und Videokassetten; Aufkleber, Stickers (Papeteriewaren); Broschüren; Bücher; grafische Darstellungen; Druckereierzeugnisse; Formulare (Formblätter); Fotografien; grafische Reproduktionen; Karten; Postkarten; nicht codierte Telefonkarten; Einladungs- und Teilnahmekarten; Papier- und Schreibwaren; Plakate aus Papier und Pappe; Pressemappen; Prospekte; Schilder aus Papier und Pappe; Schriften (Veröffentlichungen); Handbücher; Schülerbedarf (Papier- und Schreibwaren); Transparente (Papier- und Schreibwaren); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen

Apparate); Magazine, Zeitschriften, Zeitungen; Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen; Verbreitung von Werbeanzeigen; Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Erteilung von Auskünften (Information) und Beratung für Verbraucher in Handels- und Geschäftsangelegenheiten (Verbraucherberatung); Herausgabe von Werbetexten; Marktforschung; Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations); Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln; Verfassen und Verbreiten von Werbetexten; Erstellen von Werbebeiträgen für Hörfunk und Fernsehen; Verkaufsförderung (Sales Promotion)(für Dritte); Erstellung und Verteilung von Werbematerial (Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Plakate, Warenproben); Vervielfältigung von Dokumenten; Aktualisierung von Werbematerial; Vermietung von Werbematerial; Herausgabe von Werbetexten; Vorführung von Waren für Werbezwecke; Werbung; Bereitstellung von Internet-Chatrooms; Mobiltelefondienste; elektronische Nachrichtenübermittlung; Verbreitung und Verteilung von Telekommunikations- und Informationssignalen über digitale und analoge Netze; Auskünfte über Telekommunikation; Informations-, Unterrichts- und Lehrmaterial über Telekommunikation; Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Bereitstellen von elektronischen Publikationen (nicht herunterladbar); Veröffentlichung, Herausgabe und Verbreitung von elektronisch wiedergebbaren Text-, Grafik-, Bild- und/oder Toninformationen, die über Datennetze abrufbar sind; Erstellung und Verbreitung von Mediendateien über das Internet (Podcasting); Erziehung und Unterricht, insbesondere betreffend den Themenbereich Kommunikation; Aus- und Fortbildung sowie Erziehungsberatung; Auskünfte über Freizeitaktivitäten; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung;

Verfassen und Herausgabe von Texten, ausgenommen Werbetexte; Organisation, Veranstaltung und Durchführung von Konferenzen, Seminaren und Workshops; Layoutgestaltung, außer für Werbezwecke; online angebotene Spieldienstleistungen (von einem Computernetzwerk); Online-Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Durchführung von pädagogischen Prüfungen; Zusammenstellung und Erstellung von Beiträgen für Fernseh- und Rundfunkprogramme; Unterhaltung und Information durch Hörfunk- und Fernsehsendungen; Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung)"

wegen fehlender Unterscheidungskraft und eines Freihaltungsbedürfnisses zurückgewiesen worden. Das ist damit begründet, die angemeldete Marke sei eine Wortzusammensetzung aus den Begriffen „Handy“ und „Führerschein“. „Handy“ sei der in Deutschland übliche Ausdruck für ein Mobiltelefon. Das Wort „Führerschein“ bezeichne in Alleinstellung die Berechtigung, ein Kraftfahrzeug zu führen. Darüber hinaus werde der Begriff inzwischen auch für andere Lebensbereiche verwendet, z. B. finde man im Internet Angebote zum Erwerb eines „PC-Führerscheins“, „Web-Führerscheins“, „Eheführerscheins“, „Elternführerscheins“, „Erziehungsführerscheins“ und „Gesundheitsführerscheins“. Der Begriff „Führerschein“ werde insoweit im Sinn eines Zertifikats, d. h. eines Nachweises bestimmter Kenntnisse und Fähigkeiten, und somit sachbezogen gebraucht.

Dies vorausgesetzt werde das Publikum auch die vorliegend angemeldete Begriffsbildung „Handyführerschein“ nur als Hinweis auf ein Zertifikat verstehen, das Kenntnisse, Wissen und praktische Fertigkeiten in Bezug auf Mobiltelefone bescheinige. Aufgrund der sprachüblichen Bildung (das Wort „Führerschein“ und vorangestellte Bestimmungsangabe) erschließe sich dieser Sinngehalt ohne Weiteres und unmittelbar.

Ein beschreibender Sachbezug liege hinsichtlich der versagten Waren und Dienstleistungen vor und zwar für alle zu Lern- und Ausbildungszwecken in unmittelbarer Weise (z. B. Computersoftware, insbesondere computergestützte Lern- und Spielprogramme; Unterrichtsapparate; Audio- und Videoprodukte zu Lern- und Ausbildungszwecken; Erziehung und Unterricht, insbesondere betreffend den Themenbereich Kommunikation; Aus- und Fortbildung sowie Erziehungsberatung). Aber auch hinsichtlich Wissensspeicher, wie elektronische Träger für Ton, Bild, Graphik und/oder Daten, Broschüren, Bücher, graphische Darstellung, Druckereierzeugnisse und Dienstleistungen, wie Werbung oder Freizeitaktivitäten, sei die angemeldete Wortfolge beschreibend.

Freihaltungsbedürftig sei die Bezeichnung insbesondere auch deshalb, weil sie bereits von verschiedenen Anbietern verwendet werde, wie sich aus dem Beschluss beigefügten Internetausdrucken ergebe.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Unter Bezugnahme auf sein Vorbringen im Amtsverfahren vertritt er weiterhin die Auffassung, die angemeldete Marke sei unterscheidungskräftig und nicht freihaltungsbedürftig. Die Verbraucher würden „Führerschein“ regelmäßig im Sinn der Berechtigung zum Führen eines Kraftfahrzeugs verstehen. Dies setze die Notwendigkeit der Volljährigkeit voraus. Der Begriff „Handyführerschein“ beziehe im bewussten und kalkulierten Gegensatz hierzu seine gewollte Eigentümlichkeit und Originalität gerade daraus, dass er den Begriffsbestandteil „Führerschein“ aus seinem gewohnten Zusammenhang herauslöse und ihn in einen gänzlich neuen Zusammenhang stelle, der mit dem gelernten Bedeutungsgehalt nichts mehr zu tun habe und darüber hinaus auch mit den üblichen Assoziationen, wie Volljährigkeit und Pflicht, bewusst breche. Dies gelte insbesondere für Kinder im Grundschulalter, die bekanntermaßen regelmäßig in der Möglichkeit, selbst einen „Führerschein“ erlernen zu können, einen ganz besonderen Reiz sähen. Dies gelte gerade auch für die Möglichkeit, mit dem "Handyführerschein" selbst einen

Führerschein machen zu dürfen, der in ihrer Vorstellungswelt eigentlich allein Erwachsenen vorbehalten sei.

Hieraus ergebe sich jedoch, dass es sich bei dem Begriff „Handyführerschein“ gerade nicht um eine sprachübliche, rein beschreibende Wortkombination handle.

Eine lexikalische Verwendung des Begriffs sei nicht zu erkennen. Sein Sinngehalt sei vielmehr stark interpretationsbedürftig und eigentümlich. Der Anmelder beruft sich auf die Eintragung seiner Ansicht nach vergleichbarer Marken wie "Webführerschein" oder "Multimedia-Führerschein".

Ein Freihaltungsbedürfnis liege nicht vor. Der Umstand, dass der Begriff zwischenzeitlich auch von einigen anderen Anbietern verwendet werde, ändere hieran nichts.

Selbst wenn jedoch - entgegen der Ansicht des Anmelders - davon ausgegangen werden sollte, dass der angemeldete Begriff "Handyführerschein" dem angesprochenen Verkehrskreis lediglich als beschreibender Hinweis auf eine erfolgreiche Teilnahme an einem Kurs/einer Ausbildung zum Thema Handy diene, beträfe dies lediglich einen vergleichsweise geringen Teil der angemeldeten Waren bzw. Dienstleistungen, nämlich allein solche, die mit der pädagogischen bzw. informativen Komponente eines solchen Kurses in so engem Zusammenhang stünden, dass die Beschreibung begrifflich passe. Dies sei jedoch bei der Mehrzahl der hier angemeldeten Waren/Dienstleistungen ersichtlich nicht der Fall, so dass ein absolutes Schutzhindernis auch unter diesem Aspekt allenfalls für einen geringen Teil der Waren/Dienstleistungen in Betracht zu ziehen wäre.

II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders bleibt in der Sache ohne Erfolg, weil der als Marke angemeldeten Bezeichnung für die beschwerdegegenständlichen

Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinn dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer. Die Hauptfunktion einer Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der mit ihr gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr.; vgl. z. B. EuGH GRUR Int. 2005, 1012 - BIOMILD; BGH GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Die Prüfung, ob das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft vorliegt, muss - seitens der Markenstelle ebenso wie in der Beschwerdeinstanz - streng, vollständig, eingehend und umfassend sein (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 - Postkantoor). Enthält eine Bezeichnung - wie hier - einen Begriffsinhalt, der von einem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 - Henkel), ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst wird, und den die Verbraucher nicht als Unterscheidungsmittel hinsichtlich der betrieblichen Herkunft (vgl. BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch) verstehen, fehlt die Unterscheidungskraft.

Handelt es sich bei den beanspruchten Erzeugnissen und Angeboten um solche, die neben ihrem Charakter als handelbare Waren oder Dienstleistungen auch einen bezeichnungsfähigen gedanklichen Inhalt aufweisen oder aufweisen können, so ist - unbeschadet eines etwaigen Werktitelschutzes nach § 5 Abs. 3 MarkenG, für den geringere Anforderungen gelten - die markenrechtliche Unterscheidungskraft auch dann zu verneinen, wenn die betreffende Bezeichnung als Sachtitel wirkt.

Nach diesen Grundsätzen weist das angemeldete Zeichen nicht die für eine Eintragung als Marke erforderliche Unterscheidungskraft auf. In Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen wird die angemeldete

Bezeichnung lediglich als Hinweis auf deren Thema bzw. Gegenstand, nicht aber als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden.

Die angemeldete Marke setzt sich aus den allgemein bekannten deutschen Wörtern „Handy“ und „Führerschein“ zusammen. In ihrer Gesamtbedeutung wird das angesprochene Publikum die Bezeichnung in dem von der Markenstelle aufgezeigten Sinn verstehen, nämlich als Hinweis auf ein Zertifikat, mit dem Kenntnisse, Wissen und praktische Fertigkeiten in Bezug auf Handys bescheinigt werden. In diesem Sinn wird der Begriff „Handyführerschein“ auch von Dritten bereits verwendet, wie die von der Markenstelle ermittelten Internetausdrucke belegen.

Sämtliche beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen können entgegen der Auffassung des Anmelders im Zusammenhang mit einem derartigen Zertifikat stehen. Bezüglich der Waren der Klassen 9 und 16 wird „Handyführerschein“ in naheliegender Weise inhaltsbezogen (im Sinne von Informationen über einen Handyführerschein) verstanden. Insoweit eignet sich die angemeldete Marke ohne Weiteres zur inhaltlichen Beschreibung von medialen Produkten (Waren oder Dienstleistungen), die sich in irgendeiner Form mit dieser Thematik beschäftigen oder die die Herstellung solcher Produkte betreffen können (BGH GRUR 2003, 342, 343 - Winnetou). Auch bezüglich der übrigen Dienstleistungen der Klassen 35, 38 und 41 wird der überwiegende Teil des angesprochenen Publikums die angemeldete Bezeichnung lediglich als Hinweis auf deren Thema bzw. Gegenstand, nicht aber als betrieblichen Herkunftshinweis verstehen.

Entgegen der Auffassung des Anmelders spielt es für die Beurteilung der Unterscheidungskraft keine Rolle, ob der Gesamtbegriff „Handyführerschein“ lexikalisch nachweisbar ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 146 - DOUBLEMINT).

Die Schutzgewährung für andere, vermeintlich ähnlich gebildete deutsche Marken gibt keinen Anspruch auf Eintragung. Voreintragungen - selbst identischer

Marken - führen weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Eintragung zu befinden haben (BGH BIPMZ 1998, 248 - Today). Die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke stellt keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage dar. Im Recht der Europäischen Gemeinschaft (Markenrichtlinie, GMV) gilt nichts Abweichendes, wie der Europäische Gerichtshof in den letzten Jahren mehrfach festgestellt hat (vgl. MarkenR 2009, 201, Schwabenpost; GRUR 2004, 674 - Postkantoor; GRUR 2004, 428 - Henkel).

Ob der Eintragung zusätzlich das Schutzhindernis der Merkmalsbezeichnung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

br/Me