



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 16/12

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 018 764.6

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. November 2012 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 43 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschlüssen vom 19. Juli 2010 und 9. November 2011, von denen letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die für die Dienstleistung

„Vermietung von Gästezimmern“

angemeldete Wortmarke

my bed

wegen fehlender Unterscheidungskraft und einem Freihaltungsbedürfnis zurückgewiesen. Zur Begründung hat die Markenstelle auf den vorangegangenen Beanstandungsbescheid vom 10. Mai 2010 verwiesen, zu dem sich die Anmelderin nicht geäußert hat. In dem Beanstandungsbescheid ist ausgeführt, die angemeldete Bezeichnung bestehe aus einem grammatikalisch korrekt und allgemein verständlich zu einer Kombination zusammengefassten englischsprachigen Werbespruch, dessen Bedeutungsgehalt sofort und ohne besonderen analytischen Aufwand verstanden werde. Die englische Wortfolge „my bed“, welche übersetzt „mein Bett“ laute, werde vom angesprochenen Verkehr sofort als bloße Werbeformel aufgefaßt, die darauf hindeute, dass die so beworbenen Dienstleistungen der Beherbergung mit einem Bett, welches so angenehm wie das eigene sein solle, angeboten würden.

So weise die Werbung häufig in schlagwortartiger, emotional ansprechender Form auf die Art, Beschaffenheit, Bestimmung bzw. thematische Ausrichtung der Waren und Dienstleistungen hin. Sie bediene sich dabei häufig neuer plakativer Wortzusammensetzungen, die zwar die Produkte und Dienstleistungen nicht immer mit

größter sprachlicher Exaktheit beschrieben, aber doch erkennbar große Anpreisungen und keinen betrieblichen Herkunftshinweis darstellten. Das angesprochen Publikum werde der Kennzeichnung daher lediglich eine sachbezogene Information über die darunter angebotenen Dienstleistungen entnehmen.

Dagegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie sinngemäß beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle von 19. Juli 2010 und 9. November 2011 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Eine zunächst angekündigte Beschwerdebegründung ist nicht zu den Gerichtsakten gelangt.

II.

1.

Das Bundespatentgericht entscheidet über Beschwerden in Markensachen grundsätzlich im schriftlichen Verfahren (§ 69 MarkenG) und ohne zeitliche Bindung. Die Anmelderin hat eine mündliche Verhandlung nicht beantragt; diese ist nach Wertung des Senats auch nicht sachdienlich. Das Gebot des rechtlichen Gehörs verlangt, den Verfahrensbeteiligten die Möglichkeit zu geben, Stellungnahmen zum Sachverhalt abzugeben, ihre Auffassung zu Rechtsfragen darzulegen sowie Anträge zu stellen. Nachdem die Beschwerde vom Dezember 2011 datiert, bestand hierzu hinreichend Gelegenheit.

2.

Die zulässige Beschwerde bleibt in der Sache ohne Erfolg, weil der angemeldeten Bezeichnung für die beanspruchte Dienstleistung jegliche Unterscheidungskraft

fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung als Unterscheidungs- mittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unter-nehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen. Die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienst- leistungen zu gewährleisten (st. Rspr. EuGH Int. 2005, 2012, Nr. 27 ff. – BioID; BGH GRUR 2006, 850, 854 – Fußball WM 2006). Die Schutzfähigkeit als Marke ist dabei stets anhand der angemeldeten Bezeichnung in ihrer Gesamtheit zu be- urteilen (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rn. 24). Enthält eine Be- zeichnung danach einen beschreibenden Begriffsinhalt, ist der angemeldeten Be- zeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungs- kraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsäch- lichen Anhaltspunkt, dass das Publikum sie als Unterscheidungsmittel versteht (BGH GRUR 2001, 1151 – marktfrisch; GRUR 2005, 417- BerlinCard).

Ist – wie hier – die Unterscheidungskraft einer Wortfolge zu beurteilen, so beste- hen grundsätzlich keine abweichenden Anforderungen gegenüber anderen Wort- marken. Bei einer aus mehreren Wörtern bestehenden Marke ist auf die Bezeich- nung in ihrer Gesamtheit abzustellen (BGH GRUR 2001, 162 – RATIONAL SOFT- WARE CORPORATION). Wortfolgen sind dann nicht unterscheidungskräftig, wenn es sich um beschreibende Angaben oder um Anpreisungen und Werbeaus- sagen allgemeiner Art handelt (BGH BIPMZ 2000, 161 – Radio von hier).

Das von der Dienstleistung angesprochene breite inländische Publikum wird die aus den zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörenden Wörter „my bed“ zusammengesetzte Wortfolge ohne weiteres mit „mein Bett“ übersetzen. In Bezug auf die beanspruchte Dienstleistung „Vermietung von Gästezimmern“ wird das Publikum die angemeldete Bezeichnung lediglich in dem von der Markenstelle aufgezeigten Sinn als Werbeaussage verstehen, nämlich dass die Dienstleistung mit einem Bett erbracht wird, das so angenehm bzw. bequem wie das eigene Bett ist.

Dass es „mein Bett“ nicht „Dein“ bzw. „Ihr Bett“ heißt ist keine Besonderheit, da in der Werbung subjektbezogene Aussagen üblich sind, um den Verbraucher anzusprechen (ebenso BPatG 27 W (pat) 239/00 – My Way; 30 W (pat) 85/03 –My Solution; 32 W (pat) 148/04 –My Chai; 32 W (pat) 39/06 – myBet.com).

Im Übrigen wird zur Begründung der Schutzversagung zur Vermeidung von Wiederholungen auf die zutreffenden Ausführungen der Markenstelle in dem angegriffenen Beschluss verwiesen. Nachdem die Anmelderin ihre Beschwerde nicht begründet hat, ist nicht erkennbar, inwieweit sie den Beschluss für angreifbar hält.

3.

Da der Marke bereits wegen fehlender Unterscheidungskraft der Schutz für die beanspruchte Dienstleistung zu versagen war, kann die Frage, ob einer Schutzgewährung auch § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, dahingestellt bleiben.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Hu