



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 509/13

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2012 021 248.4

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgericht am 19. Dezember 2013 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und den Richter k.A. Schmid

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

Rednernacht

ist durch die mit einem Beamten des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 4. Dezember 2012 teilweise nämlich für die Waren und Dienstleistungen

„Klasse 9: Bespielte elektronische Datenträger, insbesondere CDs, DVDs, Videos;

Klasse 16: Bücher; Druckereierzeugnisse; Unterrichts- und Lehrmaterial (außer Apparate);

Klasse 35: Publikation von Druckerzeugnissen (auch in elektronischer Form) für Werbezwecke; Werbung, insbesondere im Internet; Merchandising; Produktion von Werbespots; interaktive Beratungsdienstleistungen organisatorischer Art im Internet; Konzeption von Präsentationen und Informationsmaterialien für Werbe- und Verkaufszwecke, insbesondere zur Veröffentlichung im Internet, in anderen Datennetzen, in Online-Diensten sowie mittels Multimediatechniken; Dienstleistungspräsentationen;

Klasse 38: Ausstrahlung von Fernsehsendungen (insbesondere Unterhaltungs- bzw. Infotainment-Shows), Werbespots, künstlerischen Darbietungen und Redner-Veranstaltungen;

Klasse 41: Organisation und Durchführung von Redner-Veranstaltungen vor Publikum; Ausbildung; Unterricht; Training (Schulung); Coaching; Personalentwicklung durch Aus- und Fortbildung; Organisation und Durchführung von Seminaren und Veranstaltungen für Redner, Trainer und Coachs; Organisation und Durchführung von Seminaren und Veranstaltungen auf dem Gebiet Persönlichkeitsentwicklung; Publikation von Druckerzeugnissen (auch in elektronischer Form), ausgenommen für Werbezwecke; Online-Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Videofilmproduktion; Fernunterricht; Veranstaltung und Leitung von Kolloquien; Organisation und Durchführung von Symposien, Konferenzen, Kongressen, Schulungen, Lehr- und Vortragsveranstaltungen für Ausbildungszwecke; Konzeption von Präsentationen und Informationsmaterialien für Ausbildungs- und Unterrichtszwecke, insbesondere zur Veröffentlichung im Internet, in anderen Datennetzen, in Online-Diensten sowie mittels Multimediatechniken; Ausstrahlung von Fernsehsendungen (insbesondere Unterhaltungs- und Infotainmentshows und Unterhaltungssketches), Werbespots, künstlerischen Darbietungen und Veranstaltungen“,

wegen fehlender Unterscheidungskraft und eines Freihaltungsbedürfnisses zurückgewiesen worden. Zur Begründung ist ausgeführt, die Wortzusammensetzung entspreche den üblichen Bezeichnungsgewohnheiten in einschlägigen Waren- und Dienstleistungsverzeichnissen. Es handle sich um eine einfache deutsche Zusammensetzung zweier Substantive, die das angesprochene Publikum ohne Weiteres nachdenken verstehe, da sie sich sprachlich und begrifflich in zahlreiche ähnlich gebildete und übliche titelartig deutsche grammatikalisch korrekt gebildete Wortfolgen einreihe, wie sich aus den dem Beschluss beigefügten Anlagen ergebe, die eine Verwendung von Begriffen wie z.B. „Professorenacht“, „Lesenacht“ oder „Sportlernacht“ belegten. Es sei auch nicht unüblich, solche Veranstaltungen in der Nacht bzw. über die Nacht abzuhalten.

Die angemeldete Bezeichnung vermittele im Zusammenhang mit den gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen eine allgemein beschreibende Sachaussage im Sinne eines Titels oder Mottos für eine nächtliche Veranstaltung mit und für Redner(n). Sie weise in dieser Bedeutung darauf hin, dass die tenorierten Dienstleistungen einer Nachtveranstaltung für und mit Rednern darstellten bzw. bei Nacht Reden gehalten würden bzw. dass die gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen diesbezügliche Informationen bereit hielten.

Die Waren der Klassen 9 und 16 könnten Informationen über diese Nachtveranstaltungen in textlicher und bebildeter sowie allgemeiner medialer Art enthalten. Sie könnten im Vorfeld dieses Veranstaltungskonzeptes auf ein solches Event – auch in werbemäßiger Art – hinweisen oder diese nächtliche Vortragsreihe selbst beinhalten.

Im Hinblick auf die Dienstleistungen der Klasse 35 sei festzustellen, dass hier ebenfalls nur dieses Veranstaltungskonzept in Vordergrund stehe bzw. sich daran orientiere. Hier werde öffentlichkeitswirksam auf dieses Event hingewiesen und „Rednernacht“ könne somit Gegenstand der Werbung bzw. aller werbewirksamen Aktivitäten sein. Ferner könnten Beratungsdienstleistungen erbracht werden, die

die Organisation solcher Veranstaltungen betreffen sowie Präsentationen und Informationsmaterialien dazu konzipiert werden.

Für die Dienstleistungen der Klasse 38 stünde die fernsehtechnische Ausstrahlung einer (periodisch stattfindenden) Rednernacht (Rednerveranstaltung) sowie von Werbespots im Vordergrund, die dieses Event bewerben oder darauf öffentlichkeitswirksam hinweisen. Auch könnten künstlerische Darbietungen von Rednern angeboten werden.

In Bezug auf die Dienstleistungen der Klasse 41 erschöpfe sich der beschreibende Aussagegehalt der Marke „Rednernacht“ darauf, dass hier die Art sowie der Gegenstand bzw. das Motto dieser Veranstaltung angegeben werde. So stellten diese Dienstleistungen mit dem nachgestellten „nacht“ auf den Zeitpunkt bzw. eine allgemein gebräuchliche Veranstaltung ab, die von Rednern zu allen erdenklichen Themen abgehalten würden oder für diese bestimmt seien.

Eine Beschreibungseignung sei für alle angegebenen Veranstaltungsarten feststellbar, da diese auch zur Nachtzeit und von und für Redner(n) abgehalten werden könnten. Ebenso sei es möglich, dass in solchen „Nächten“ auch praktische Ausbildungstipps für Vortragende (zur Persönlichkeitsentwicklung) gegeben würden. Der Ausbilder kontaktiere den Vortragenden nach dessen Redebeitrag und gebe Hilfestellung, Ratschläge zu besseren Präsentationsmöglichkeiten. Ein „Coach“ oder ein „Trainer“ sei gleichzeitig immer auch einen Redner. Diese Personengruppe vermittele im Rahmen ihrer Tätigkeit Kenntnisse mittels Reden, Vorträgen u.ä.

Der Eintragung stehe auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen. Bei der angemeldeten Wortfolge „Rednernacht“ handle es sich um einen bloßen Sachhinweis auf ein Veranstaltungsmotto bzw. um eine allgemein verständliche, mottoartige Titelbezeichnung, die das angesprochene Publikum auch nur als solche wahrnehme.

Dass die angemeldete Bezeichnung nichts Konkretes über wesentliche Inhalte und Themen der Redebeiträge aussage, ändere an der Schutzfähigkeit nichts, da es für die teilweise Zurückweisung der Anmeldemarke ausreiche, dass die angemeldete Bezeichnung insoweit allgemeine Informationen über die fraglichen Waren und Dienstleistungen enthalte, so dass das Publikum hierin nichts als eine bloße Sachangabe sehe.

Aus der Eintragung von seiner Ansicht nach vergleichbaren Drittmarken könne der Anmelder keinen Anspruch auf Eintragung herleiten.

Der Beschluss wurde dem Anmelder am 7. Dezember 2012 zugestellt.

Dagegen wendet sich der Anmelder mit seiner Beschwerde vom 30. Dezember 2012, die er entgegen seiner Ankündigung nicht begründet hat.

II.

1. Über die zulässige Beschwerde kann, nachdem der Anmelder keine mündliche Verhandlung beantragt hat und auch der Senat eine solche für entbehrlich erachtet, ohne eine solche entschieden werden. Der Anmelder hatte seit Einlegung seiner Beschwerde am 30. Dezember 2012 genügend Zeit, diese zu begründen.

2. Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Der angemeldeten Wortmarke fehlt für die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Die Markenstelle hat dies zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen anschließt, angenommen.

Unterscheidungskraft im Sinn dieser Vorschrift ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen. Die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr. EuGH GRUR Int. 2005, 2012, Nr. 27 ff. – BioID; BGH GRUR 2006, 850, 854 – FUSSBALL WM 2006).

Keine Unterscheidungskraft besitzen Wortmarken, wenn ihnen das angesprochene Publikum für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet oder wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien - wie stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden.

Nach diesen Grundsätzen fehlt dem angemeldeten Zeichen in seiner Gesamtheit für sämtliche beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft, da es bezüglich dieser Waren und Dienstleistungen einen ohne weiteres erkennbaren beschreibenden Begriffsinhalt aufweist, der dazu führt, dass das angemeldete Zeichen nicht als Marke wirkt.

Das angemeldete Zeichen ist sprachüblich und grammatikalisch korrekt gebildet aus den allgemein gebräuchlichen deutschen Wörtern „Redner“ und „nacht“. Die Verbraucher werden der Bezeichnung „Rednernacht“ im Bezug auf die verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen nur eine beschreibende Sachaussage auf deren Inhalt und Gegenstand entnehmen, nämlich dass diese aus Anlass oder in Verbindung mit einer nächtlichen Veranstaltung angeboten bzw. erbracht werden, bei der Reden gehalten werden.

Sämtliche verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen können einen Bezug zu einer derartigen Veranstaltung haben. Zur Begründung wird insoweit auf die zutreffenden Ausführungen der Markenstelle verwiesen. Nachdem der Anmelder seine Beschwerde nicht begründet hat, ist nicht ersichtlich, inwieweit er den Beschluss für angreifbar hält.

3. 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

Schmid

Hu