

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 259/99

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 398 11 932.5**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 26. Januar 2000 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Forst sowie des Richters Dr. Fuchs-Wisseemann und der Richterin Klante

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Januar 1999 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung für den "Betrieb von Rad- und Motorrad- sowie Kartanlagen" zurückgewiesen worden ist.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

### **Gründe:**

#### **I.**

Die Markenstelle für Klasse 41 - besetzt mit einem Beamten des höheren Dienstes  
- hat der für

"Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel soweit in Klasse 28 enthalten, insbesondere Ski, Skibindungen, Skistöcke, Snowboards, Monoskis, Langlaufskis und Big Foots, Eisstöcke, Schlitten, Schlittschuhe und deren Teile; Kletterseile, Eispickel, Steighaken;

Aufbau, Wartung und Reparatur von Sportanlagen, Instandsetzung, Wartung und Reparatur von Turn- und Sportartikeln;

Erziehung und Unterhaltung, insbesondere Sporttraining, Sportunterricht,

Veranstaltung von Wettbewerben und Freizeit- und Unterhaltungsveranstaltungen; Betrieb von Sport- und Freizeitanlagen, Betrieb von Rad- und Motorrad- sowie Kartanlagen."

angemeldeten Bezeichnung

**"SNOW WORLD"**

nach vorausgegangener Beanstandung die Eintragung mit Beschluß vom 15. Januar 1999 wegen eines bestehenden Freihaltungsbedürfnisses und mangels Unterscheidungskraft versagt.

Nach ihrer Ansicht besteht die angemeldete Bezeichnung aus den englischen Wörtern "SNOW" und "WORLD", die dem inländischen Publikum in ihrer deutschen Bedeutung "Schnee" und "Welt" bekannt seien, zumal diese beiden Begriffe in der deutschen Umgangssprache häufig verwendet würden.

Wortverbindungen mit dem Bestandteil "World" oder dem entsprechenden deutschen Begriff "Welt" hätten sich seit langem eingebürgert. Sie wiesen - vergleichbar wie Begriffe "Center" oder "Land" - schlagwortartig auf ein besonderes Leistungsangebot hin (unter Hinweis auf einen Beschluß des 26. Senats des Bundespatentgerichts in Sachen 26 W (pat) 85/96 "Lederland").

Der Markenbestandteil "SNOW" weise ohne weiteres erkennbar auf die für den Wintersport bestimmten Waren und Dienstleistungen hin. Dabei sei zu berücksichtigen, daß eine Bezeichnung dem Verkehr nie isoliert, sondern immer nur mit den beanspruchten Waren gegenüber trete. Aus diesem Grund bestehe kein Anlaß für die Annahme, die Bezeichnung "SNOW WORLD" erwecke lediglich ungenaue Vorstellungen.

Da es sich bei der angemeldeten Bezeichnung um eine glatt beschreibende, griffige und schlagwortartige Werbeaussage handle, bestehe an ihr ein Freihaltungsbedürfnis von Mitbewerbern, da es auch ihnen gestattet sein müsse, mit einem derartigen Schlagwort für ihre entsprechenden Waren und Dienstleistungen zu werben (unter Hinweis auf BGH GRUR 1993, 746 "Premiere I").

Im Hinblick auf das bestehende Freihaltungsbedürfnis seien an die Unterscheidungskraft erhöhte Anforderungen zu stellen (unter Hinweis auf BGH GRUR 1991, 136 "NEW MAN"). Diesen Anforderungen werde die angemeldete Marke nicht ge-

recht, da die angesprochenen Verkehrskreise in der Bezeichnung "SNOW WORLD" in Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen keinen Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb, sondern nur einen Hinweis auf ein großes Angebot an Waren und Dienstleistungen auf dem Wintersportsektor sähen, zumal die angemeldete Marke keinerlei phantasievolle Eigenart aufweise, der man eine Kennzeichnungsfunktion zuschreiben könne.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders.

Er hält die angemeldete Bezeichnung nicht für unmittelbar beschreibend, da der Bestandteil "SNOW", der sich allenfalls als Warenangabe auslegen lasse, nicht die beanspruchten Waren und Dienstleistungen, sondern allenfalls die Herstellung von Kunstschnee und dergl. beschreibe. Die von der Markenstelle zitierte "Lederland"-Entscheidung sei für den vorliegenden Fall nicht einschlägig, da das Wort "SNOW" von den beanspruchten Waren und Dienstleistungen weiter entfernt sei als das Wort "Leder" von den in jenem Verfahren beanspruchten Waren.

Soweit die Markenstelle die Ansicht vertreten habe, die Bezeichnung "SNOW WORLD" sei ein beschreibender Sachhinweis, habe sie dabei verkannt, daß selbst dann, wenn beachtliche Verkehrskreise den Begriff "WORLD" im Sinne einer breiten Produktpalette verstehen sollten, es einer Interpretation dieses Begriffes bedürfe.

Ein Freihaltungsbedürfnis an der angemeldeten Marke sei nicht zu erkennen, da sie ebenso wie ihr deutsches Pendant "Schnee Welt" nicht zur Beschreibung besonderer Eigenschaften von Waren oder Dienstleistungen geeignet sei. Im übrigen stehe es Mitbewerbern frei, vergleichbare Bezeichnungen wie "Winter Welt", "Ski Welt" oder "Snow Land" zu verwenden.

Was die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke anbelange, so habe selbst die Markenstelle festgestellt, daß die Bezeichnung "SNOW WORLD" auf

eine bestimmte Vertriebs- oder Erbringungsstätte von Waren und Dienstleistungen hinweise. Damit sei klargestellt, daß die angemeldete Marke geeignet sei, auf die Herkunft der beanspruchten Waren aus einem Geschäftsbetrieb hinzuweisen.

Der Anmelder beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

In der mündlichen Verhandlung am 26. Januar 2000 hat er das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen für die Waren der Klasse 28 auf "Spiele, Spielzeuge" eingeschränkt.

Wegen Einzelheiten wird auf den Akteninhalt und die Amtsakte 398 11 932.5 verwiesen.

## II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist form- und fristgerecht eingelegt und auch im übrigen zulässig, § 66 Abs. 2 und 5 MarkenG. Sie ist jedoch im wesentlichen - bis auf "Betrieb von Rad- und Motorrad sowie Kartanlagen - unbegründet, da der angemeldeten Marke Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

Die Wortkombination ist freihaltungsbedürftig im Sinne von § 8 Abs 2 Nr. 2 MarkenG. Sie setzt sich aus den englischsprachigen Bestandteilen "SNOW" in der Bedeutung "Schnee, Schneefall, schneien" (vgl. Langenscheidt New Concise German Dictionary, 1988, Second Part, S. 601, und THE COLLINS GERMAN DICTIONARY, Großwörterbuch Klett, 1987, teil 2) und "WORLD", zu deutsch "Welt", zusammen. Beide Wörter gehören nicht nur zum Grund- und Aufbauwortschatz Englisch (vgl. Weis, Grund- und Aufbauwortschatz Englisch 1989), sondern

haben in Wortverbindungen wie beispielsweise in "Snowboard" oder "snowboarden" (vgl. DUDEN, Die deutsche Rechtschreibung, 21. Aufl. S. 688), bzw. in "Worldcup" oder World Wide Fund for Nature" (vgl. DUDEN a.a.O. S. 836) auch bereits Eingang in die deutsche Sprache gefunden.

Da es in der Werbung üblich geworden ist, Geschäfte, in denen ein breites Angebot von Waren oder Dienstleistungen für den Verbraucher bereitgehalten wird, mit World (vgl. beispielsweise in München/Kaufingerstr. das Schallplattengeschäft "WOM"= World of Music), "Center" (vgl. die diversen "Gartencenter"), Land (vgl. "Teppichland") oder Welt (vgl. anliegend "Badewelt" oder die Werbung im Wetterpanorama von ORF und Bayern 3, in der Urlaubsorte beispielsweise für eine Wanderwelt oder eine Zauberwelt werben) zu bezeichnen, wird der Verkehr bei einer Bezeichnung "SNOW WORLD" nur an ein breitgefächertes Angebot von Waren oder Dienstleistungen denken, die für die Verwendung auf oder im Schnee bestimmt sind bzw sich auf Schnee beziehen. Um zu diesem Ergebnis zu kommen müssen sie das angemeldete Zeichenwort nicht zergliedern und analysieren, sondern sie müssen sich, wie bei anderen zusammengesetzten Wörtern auch, jeweils nur über den Bedeutungsinhalt der einzelnen Teile des Gesamtwortes klar werden, um dann das Gesamtwort zu verstehen. Der Bedeutungsinhalt der angemeldeten Bezeichnung im Sinne von Waren und Dienstleistungen, die sich auf Schnee und auf den Wintersport beziehen, ist glatt beschreibend. Da (wie die oben erwähnten Beispiele zeigen), der Trend auf dem Markt dahin geht, mit "World" oder vergleichbaren Bezeichnungen auf ein entsprechend großes Angebot an Waren oder Dienstleistungen hinzuweisen und der Markenbestandteil "SNOW" nur bezeichnet, worauf diese Waren bzw. Dienstleistungen sich beziehen, besteht an der angemeldeten Bezeichnung ein Freihaltungsbedürfnis zugunsten von Mitbewerbern. Diese müssen in der Lage sein, mit gängigen und werbeüblichen Formulierungen kurz und prägnant darauf hinzuweisen, daß auch sie ein reichhaltiges Angebot von Waren und Dienstleistungen bereit halten, die zur Verwendung im oder auf dem Schnee bzw. im Winter geeignet sind bzw mit Schnee und Wintersport in Zusammenhang stehen.

Entgegen der Auffassung des Anmelders besteht bei fast allen Waren und Dienstleistungen ein Bezug zu Schnee bzw zum Wintersport. So gibt es Spiele und Spielzeug, die Schnee und den Wintersport als Grundlage haben. Besonders beliebt sind bei Kindern die Glasbehältnisse, in denen "Schnee" fällt, wenn sie geschüttelt werden. Zunehmender Beliebtheit erfreuen sich auch Computerspiele, die sich ua mit dem Skispringen befassen ("das Spielzeug" 1/2000, S 91).

Die Dienstleistungen der Klasse 37, die sich mit Sportanlagen sowie Turn- und Sportartikeln befassen, können sich damit auch auf Anlagen und Artikel beziehen, die mit dem Wintersport im Zusammenhang stehen. Nichts anderes gilt für die Dienstleistungen der Klasse 41, da sich "Erziehung und Unterhaltung, insbes. Sporttraining, Sportunterricht, Veranstaltung von Wettbewerben und Freizeit- und Unterhaltungsveranstaltungen; Betrieb von Sport- und Freizeitanlagen" ebenfalls auf den Wintersport erstrecken können.

Darüber hinaus fehlt der angemeldeten Bezeichnung die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft. Die Wortkombination "SNOW WORLD" ist sprachüblich gebildet und hat einen ohne weiteres verständlichen Sinngehalt. Auch in der Wortbildung weist sie keine phantasievolle Eigenart auf. In der deutschen Sprache gibt es unzählige Möglichkeiten, zwei Substantive sprachregelgerecht miteinander zu verbinden, so daß es unmöglich ist, alle diese möglichen Wortkombinationen in ein Nachschlagewerk aufzunehmen. Aus diesem Grund kann in dem Umstand, daß "SNOW WORLD" lexikalisch nicht nachweisbar ist, keine phantasievolle Eigenart gesehen werden. Die angesprochenen Verkehrskreise werden unter diesen Umständen "SNOW WORLD" nur dahingehend verstehen, daß die Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Schnee bzw. Wintersport stehen.

Nach alledem ist die Beschwerde nur insoweit begründet, als die Anmeldung für den "Betrieb von Rad- und Motorrad- sowie Radanlagen" beansprucht wird. Inso-

weit hat die Markenstelle nicht hinreichend berücksichtigt, daß das Freihaltebedürfnis und der Zurückweisungsgrund der fehlenden Unterscheidungskraft gerade für die Waren und Dienstleistungen nachgewiesen sein muß, die von der einzutragenden Marke erfaßt sein sollen (BGH GRUR 1977, 717, 718 "Cokies"; GRUR 1990, 517, 518 "SMARTWARE"; MarkenR 1999, 292, 293 "HOUSE OF BLUES"). Die Mitbewerber des Anmelders sind nicht darauf angewiesen, den Betrieb von Rad- und Motorrad- sowie Kartanlagen mit "SNOW WORLD" zu beschreiben. Zudem wird der angesprochene Verkehr im Zusammenhang mit diesen Dienstleistungen nicht ohne weiteres daran denken, daß der Betrieb derartiger Anlagen im Schnee stattfindet. Demgemäß war der Beschwerde insoweit der Erfolg nicht zu versagen.

Frau Vorsitzende Richterin  
Forst hat Urlaub und kann  
daher nicht unterschreiben

Klante

Dr. Fuchs-Wisseemann

Dr. Fuchs-Wisseemann

Na