

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 162/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 396 37 516.2

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) in der Sitzung vom 6. Dezember 2000 durch den Vorsitzenden Richter Meinhardt, den Richter Baumgärtner und den Richter Guth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Die Wortmarke

"POWER-STATION"

soll für die Dienstleistungen

"Rundfunkwerbung; Ausstrahlung von Rundfunkprogrammen; Rundfunkunterhaltung, Produktion von Hörfunkprogrammen bildender, unterrichtender und unterhaltender Art; rundfunktechnische Beratung; Organisation und Durchführung von Musik- und Unterhaltungsdarbietungen, insbesondere von Konzerten, Tanzveranstaltungen, Bällen; Veranstaltung von Wettbewerben im Bildungs-, Unterrichts-, Unterhaltungs- und Sportbereich; Beherbergung und Verpflegung von Gästen; Verwertung von Urheberrechten und gewerblichen Schutzrechten für andere"

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung zunächst mit Beschluß eines Beamten des gehobenen Dienstes in vollem Umfang zurückgewiesen. Auf die Erinnerung der Anmelderin ist dieser Beschluß des Erstprüfers teilweise, nämlich hinsichtlich der Dienstleistungen "Beherbergung und Verpflegung von Gästen; Verwertung von Urheberrechten und

gewerblichen Schutzrechten für andere" durch eine Beamtin des höheren Dienstes aufgehoben und im übrigen die Erinnerung zurückgewiesen worden. Die angemeldete Marke sei für die beanspruchten Dienstleistungen Freihaltungsbedürftig und nicht unterscheidungskräftig. Zwar sei "power station" der englische Begriff für "Kraftwerk". Da auf allen Waren- und Dienstleistungsgebieten in vielerlei Zusammenhängen das Wort "Power" als Hinweis für besondere Leistungsfähigkeit verwendet werde und "station" als übliche Bezeichnung auch in der Bedeutung von "Sender, Radiostation" in der Umgangssprache verwendet werde, liege jedoch in Verbindung mit den angemeldeten Dienstleistungen ein anderes Verständnis nahe. Der Verkehr werde die angemeldete Marke in Verbindung mit den angemeldeten und zurückgewiesenen Dienstleistungen ohne weiteres als Hinweis auf einen kraftvollen, modernen, attraktiven Sender auffassen, was auch im Trend der Werbung liege, besonders junge Menschen und deren Interessen schlagwortartig anzusprechen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die diese nicht begründet hat.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

1. Soweit die Marke auch für die Dienstleistungen "Beherbergung und Verpflegung von Gästen; Verwertung von Urheberrechten und gewerblichen Schutzrechten für andere" angemeldet ist, sind diese wegen der Aufhebung des Erstbeschlusses durch die Erinnerungsprüferin anders als in der Parallelsache 29 W (pat) 162/99, in der der Senat die Marke "Radio No. 1"

auch hinsichtlich der Dienstleistungen "Verwertung von Urheberrechten und gewerblichen Schutzrechten für andere" als schutzunfähig angesehen hat, nicht Gegenstand des hier zu entscheidenden Verfahrens.

2. Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die angemeldete Marke ist für die angemeldeten Dienstleistungen, soweit sie noch Gegenstand des Verfahrens sind, von der Eintragung ausgeschlossen, weil für die meisten dieser Dienstleistungen ein Freihaltungsbedürfnis besteht und der Marke jedenfalls für sämtliche noch entscheidungserheblichen Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs 2 Nr 2 und Nr 1, § 37 Abs 1 MarkenG).
- 2.1. Die angemeldete Marke stellt eine Wortfolge dar, die als beschreibende Angabe für viele der beanspruchten Dienstleistungen dienen kann und von den angesprochenen breiten Verkehrskreisen insoweit als rein beschreibend verstanden wird (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG).

Zwar hat diese Wortkombination in der englischen Sprache die Bedeutung "Kraftwerk". Wie die Markenstelle bereits zutreffend im Einzelnen ausgeführt hat, steht jedoch "station" als Kurzform für "Radiostation, Radiosender". Das Wort "power" wird in der englischen Sprache in vielen Wortkombinationen verwendet, um auf besondere Leistungsfähigkeit oder Kraft hinzuweisen (vgl. The Concise Oxford Dictionary, 10. Aufl.; The Oxford Dictionary of New Words, 1998). Dies gilt auch für den deutschen Sprachgebrauch (vgl. Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Auflage, Stichwörter "power" und "Station"), in dem der Begriff "Kraftwerk" für "power station" allerdings nicht vorkommt. In Verbindung mit den zurückgewiesenen Dienstleistungen liegt daher für die angesprochenen deutschen Verkehrskreise ein Verständnis der Marke als allgemeiner Hinweis auf eine "(Radio-)Station, die Power hat" nahe und drängt sich geradezu auf (vgl. auch 29 W (pat) 162/97 "POWER-RADIO-TV, veröffentlicht

in PAVIS CD-ROM), zumal der Begriff "power station" in Deutschland verschiedentlich in Verbindung mit Musik und in Verbindung mit zumindest einer Radio-Station offensichtlich beschreibend verwendet wird. So gibt es z.B. die Redewendung, daß Musik Power hat. Werbehinweise wie "Hit FM, Münchs power station" (Prinz Heft 4/2000) oder "RADIO ENERGY 97.1 - THE POWER OF MUSIC" (<http://www.energy971.de/musik/index.htm>) sind in Verbindung mit Rundfunksendern üblich. Auch ein "WEBRADIO" bezeichnet sich als "Radio PowerStation" (<http://radiorps.de/>). Weiterhin gibt es CD-Shops oder ein "Disco-Team", die sich "Power Station" nennen. Es ist unerheblich, wenn die Bezeichnung "POWER STATION" die zurückgewiesenen Dienstleistungen nicht mit größter Genauigkeit in sprachlich differenzierter Weise beschreibt, denn die Werbesprache ist oft relativ vage und unscharf, so daß eine gewisse Ungenauigkeit oder Interpretationsbedürftigkeit vom Verkehr nicht als eigentümlich empfunden wird (vgl. dazu BGH WRP 2000, 1140 "Bücher für eine bessere Welt"). Die o.g. Bedeutung als Beschreibung der Beschaffenheit drängt sich aus diesen Gründen in Verbindung mit den meisten der beanspruchten Dienstleistungen auf, denn es handelt sich um solche, die typisch für die Tätigkeit eines Rundfunksenders sind, deren Qualität und Eigenschaften für die Kunden wesentlich sind und auf deren Eigenschaften, nämlich daß der Sender bzw. die Sendungen "power" haben - wie oben ausgeführt -, üblicherweise hingewiesen wird (vgl. dazu Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 1998, § 8 Rn. 75; Althammer/Ströbele/Klaka, Markengesetz, 6. Aufl., § 8 Rn. 99, 115). Dies gilt nicht nur für "Rundfunkwerbung; Ausstrahlung von Rundfunkprogrammen; Rundfunkunterhaltung, Produktion von Hörfunkprogrammen bildender, unterrichtender und unterhaltender Art", die schon dem Wortlaut nach Dienstleistungen betreffen, deren Gegenstand unmittelbar Radiosendungen sind, sondern auch für "Organisation und Durchführung von Musik- und Unterhaltungsdarbietungen, insbesondere von Konzerten, Tanzveranstaltungen, Bällen; Veranstaltung von Wettbewerben im Bildungs-, Unterrichts-, Unterhaltungs- und Sportbereich". Diese

Dienstleistungen weisen große Überschneidungen mit dem Oberbegriff der Rundfunkunterhaltung auf, weil solche Darbietungen und Veranstaltungen in aller Regel auf eine Radioübertragung zugeschnitten sind, letztlich in Hinblick auf ihre Verwertung als Sendung veranstaltet werden und einen integrierten Bestandteil des Veranstaltungs- und Sendeprogrammes von Rundfunkanstalten darstellen, wie etwa die Funkbälle und die Konzerte des Philharmoniorchesters des Bayerischen Rundfunks, die "BR-Radltour" oder verschiedene Arten von Shows.

Indessen liegen solche konkret beschreibenden Zusammenhänge für einige Dienstleistungen wie "rundfunktechnische Beratung" weniger nahe, so daß fraglich erscheinen mag, ob noch eine unmittelbare Beschreibung für diese angemeldeten Dienstleistungen vorliegt und insofern ein ernsthaftes Freihaltungsbedürfnis jedenfalls zweifelhaft ist. Dies kann hier jedoch dahingestellt bleiben.

- 2.2. Der angemeldeten Marke fehlt jedenfalls für sämtliche zurückgewiesenen Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Kann einer Wortmarke ein für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich auch sonst um einen verständlichen Ausdruck der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, der vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solcher und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so fehlt ihm die Unterscheidungskraft (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES"). Dies ist hier der Fall. Wie oben ausgeführt eignet sich die angemeldete Wortkombination als Hinweis auf die Beschaffenheit der meisten Dienstleistungen. Die angemeldete Marke nimmt damit auf eine konkrete vorteilhafte Eigenschaft aller zurückgewiesenen Dienstleistungen der angemeldeten Marke in werbeüblicher, leicht verständlicher Form Bezug und wirkt wegen dieses im

Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalts für sämtliche dieser beanspruchten Dienstleistungen nur als Sachhinweis, nicht als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb. Dies gilt auch für die Dienstleistungen (wie etwa "rundfunktechnische Beratung"), die nicht unmittelbar und konkret beschrieben werden, weil zu diesen jedenfalls ein enger sachlicher Bezug besteht. So kann "rundfunktechnische Beratung" die Tätigkeit einer "POWER STATION" und die für den Empfang, das Senden und die Produktion von Sendungen erforderlichen Einrichtungen einer "POWER STATION", d.h. eines besonders leistungsfähigen und sendestarken oder auch von Programm her "powervollen" Radiosenders, betreffen oder mit ihr in Verbindung stehen.

Meinhardt

Baumgärtner

Guth

Cl