

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 178/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 42 709.7

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) in der Sitzung vom 8. Mai 2002 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richterin Pagenberg und den Richter Guth

beschlossen:

Der Beschluß der Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. Februar 2000 wird aufgehoben.

Gründe

I

Die Bezeichnung

Auto Vision

soll für die Waren und Dienstleistungen

Klasse 16: Waren aus Papier, Pappe (Karton), Druckereierzeugnisse; Schreibwaren; Schreibmaschinen, insbesondere Schreibgeräte und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmaterial (ausgenommen Apparate) einschließlich Spielkarten; Atlanten; Kalender; Karten (geographische Karten); Veröffentlichungen (Schriften); Kugelschreiber und Bleistifte; Wimpel und Fahnen (aus Papier); Servietten (aus Papier).

Klasse 35: Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten einschließlich Personalanwerbung; Personalmanagementberatung; Unternehmensberatung.

Klasse 36: Versicherungswesen einschließlich Krankenversicherung; Vermittlung von Versicherungen; Unfallversiche-

rung; Finanzwesen, Geldgeschäfte, einschließlich Ausgabe von Kreditkarten; Bankgeschäfte; Darlehen (Vergabe von Darlehen); Kredite; Kreditvermittlung; finanzielle Beratung; Leasing, Sparkassengeschäfte; Gewährung von Teilzahlungskrediten; Vermittlung (Kreditvermittlung), Immobilienwesen, einschließlich Gebäudeverwaltung; Grundstücksverwaltung; Schätzung von Immobilien; Vermietung von Büros (Immobilien); Vermietung von Wohnungen; Vermittlung von Immobilien; Vermittlung von Wohnungen; Verpachtung von Immobilien;

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten, einschließlich Organisation und Veranstaltung von Kolloquien, Konferenzen, Kongressen, Symposien, Seminaren und Workshops; Betrieb von Kinos; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Betrieb von Museen, Musikdarbietungen (Orchester); Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe; Glücksspiele; Sämtliche Dienstleistungen ausgenommen Dienstleistungen eines Verlages.

Klasse 42: Verpflegung; Beherbergung von Gästen; Rechtsberatung und -vertretung; wissenschaftliche und industrielle Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; einschließlich Verpflegung von Gästen; Vermietung von Gästezimmern; Computerberatungsdienste; psychologische Eignungstests; Vermietung von Computer-Software; Vermietung von Datenverarbeitungsgeräten; technische Projektplanung; For-

schung auf dem Gebiet des Maschinenbau und der
Technik

in das Markenregister eingetragen worden.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die
Anmeldung durch Beschluß vom 17. Februar 2000 teilweise und zwar für die Wa-
ren

"Druckereierzeugnisse, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenom-
men Apparate)"

und für die Dienstleistungen

"Ausbildung, Organisation und Veranstaltung von Kolloquien,
Konferenzen, Symposien, Seminaren und Workshops; wissen-
schaftliche und industrielle Forschung; Erstellung von Program-
men für die Datenverarbeitung; Computerberatungsdienste; tech-
nische Projekt-Projektplanung; Forschungen auf dem Gebiet des
Maschinenbaus und der Technik"

gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG zurückgewiesen, weil der angemeldeten Marke
für die Waren und Dienstleistungen der Teilzurückweisung jegliche Unterschei-
dungskraft fehle. Die Anmeldemarke setze sich aus dem Markenteil "Auto", bei
dem es sich um die gängige Kurzform des Wortes "Automobil" handele und dem
weiteren Bestandteil "Vision" zusammen, dem neben der ursprünglichen Bedeu-
tung von "Vorstellungsbild" bzw "Anblick" auf dem Waren- und Dienstleistungs-
gebiet der Anmeldung auch noch der Sinngehalt von "bildlicher Darstellung" und
"Bilderfassung" zukomme. Die angemeldete Wortkombination sei in der Umgangs-
und Fachsprache zwar nicht nachweisbar, sie weise in Verbindung mit den
zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen jedoch den rein beschreibenden

Bedeutungsgehalt auf, dass Inhalt und Gegenstand der Tätigkeiten bzw der Druckerzeugnisse sowie Lehr- und Unterrichtsmittel die bildliche Darstellung und Entwicklung bzw die Vermittlung von Zukunftsbildern von Autos sei.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Zur Begründung trägt sie vor, dass die angemeldete Marke neben den von der Markenstelle angeführten Assoziationen noch weitere Vorstellungen hervorrufe, so dass ihr nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden könne. Den angesprochenen Verkehrskreisen sei bekannt, dass die Vorsilbe "Auto" in verschiedenen Wortzusammensetzungen vorkomme und dabei häufig in der Bedeutung von "selbst" verwendet werde, wie die Beispielswörter "Automat"; "Autogramm", "autogenes Training", "Autodidakt", "Autobiographie" u.ä. zeigten.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

II

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Nach Auffassung des Senats stehen der angemeldeten Marke die Eintragungshindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

Der angemeldete Marke kann nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden, da ihr aus sich selbst heraus ohne weitere Erläuterungen oder Ergänzungen kein eindeutiger, für die betroffenen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zu entnehmen ist (vgl st. Rspr. BGH WRP 1999, 1167f - YES; BIfPMZ 2000, 53 - Fünfer; Mitt 2000, 113 - Partner with the Best, zuletzt BGH v. 28.2.2002 - I ZB 10/99 - BONUS II mwN).

Die Bezeichnung "AutoVision" ist eine mehrdeutige Wortschöpfung. Wird sie in Verbindung mit Autos verwendet, so liegt es nahe, an ein Zukunftsbild des Autos zu denken. Angemeldet ist die Marke jedoch nicht für Autos. Bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke ist in erster Linie von den beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Anmeldung und der Art der Zeichenbildung auszugehen. Da das aus dem Griechischen stammende Markenelement "Auto" (von griechisch autos = selbst, eigen, allein, freiwillig) mit dem weiteren lateinischen Fremdwort "Vision" als a) übernatürliche Erscheinung b) als optische Halluzination bzw hier c) als in jemandes Vorstellung, besonders in Bezug auf die Zukunft entworfenes Bild (DUDEN Fremdwörterbuch 7. Aufl, S 815) kombiniert ist, kann davon ausgegangen werden, dass der unbefangene Betrachter sich zunächst an vergleichbar gebildeten, aus dem Griechisch-Lateinischen stammenden Fremdwörtern wie "Automation", "Autofokus", "Automat", "Automation", "Autogramm", "Autokrat", "Autokinese", "autogen", "autoimmun", "Autodidakt", "Autobiographie" sowie auch "Automobil" in seiner ursprünglichen Bedeutung von "selbstbeweglich" und dergleichen orientieren wird. Dies umso mehr, als die Dienstleistungen der Teilzurückweisung den Wissenschafts- und Forschungsbereich betreffen und den angesprochenen Teilnehmern von Kolloquien, Konferenzen, Symposien, Seminaren, Workshops und sonstigen Ausbildungsdiensten derartige Begriffe vertraut und geläufig sind, so dass sie Neubildungen entsprechend einordnen und inhaltlich in mehrere Richtungen erschließen werden. Es besteht somit Grund zu der Annahme, dass die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Bezeichnung als vielschichtige, doppel- oder mehrdeutige und fassettenreiche Kombination auffassen, die begriffliche und thematische Anklänge enthält, wesentliche Merkmale der zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen aber nicht konkret beschreibt oder bezeichnet. Wird die angemeldete Marke "Auto Vision" aber nicht als rein beschreibende Angabe von Waren- oder Dienstleistungseigenschaften verstanden, so ist sie geeignet, im Verkehr als betriebliches Unterscheidungsmerkmal zu dienen und erfüllt damit das geringe Maß an Unterscheidungskraft, das nach den Bestimmungen des Markengesetzes und der

Rechtsprechung des BGH und des EuGH die Eintragung als Marke begründet (vgl. BGH st. Rspr. zuletzt Beschl. v. 14.3.2002 - I ZB 16/99 - B-2 alloy; EuGH GRUR 2001, 1145 Tz 40, 42 - Baby-dry).

Da keine konkreten Anhaltspunkte vorliegen oder ersichtlich sind, dass die angemeldete Bezeichnung im Verkehr als eindeutige und Waren- oder Dienstleistungseigenschaften der beanspruchten Art unmittelbar beschreibende Bezeichnung dienen kann, besteht keine Veranlassung, die angemeldete Marke als Beschaffenheitsangabe freizuhalten und von der Eintragung gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG auszuschließen.

Der Senat weist im übrigen darauf hin, dass die Bezeichnungen "REHAVISION" (33 W (pat) 60/99), "VISION" (26 W (pat) 95/99 und 24 W (pat) 185/99), "VISION DIRECT" (HABM R 190/98-2), "VISION STREET WEAR" (27 W (pat) 41/97) sowie "VISIONGATE" (29 W (pat) 172/00) für schutzfähig angesehen worden sind.

Grabrucker

Guth

Pagenberg

Hu