



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 283/01

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 69 631.0

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 22. Mai 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richterin Sredl und des Richters Engels

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

TAKE CARE SECURITY

ist am 16. September 2000 für "Bekleidungsstücke, insbesondere T-Shirts, Jacken, Pullover, Kopfbedeckungen; Objektschutz, Personenschutz, Detektivleistungen, Wach-, Pförtner- und Ordnungsdienst" zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 42 hat die Anmeldung aus den Gründen des Beanstandungsbescheides vom 24. November 2000, denen der Anmelder nicht widersprochen hat, mit Beschluß eines Beamten des höheren Dienstes wegen absoluter Schutzhindernisses nach § 8 Abs 2 Nrn 1 und 2 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige und zudem freihaltungsbedürftige Angabe zurückgewiesen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders mit dem sinngemäßen Antrag,

unter Aufhebung des Beschlusses der Markenstelle für Klasse 42 vom 10. Oktober 2001 die angemeldete Marke zur Eintragung zuzulassen.

Unter Hinweis auf Zitate aus Markengesetz-Kommentaren trägt er vor, die Kunstwortschöpfung besitze durchaus Unterscheidungskraft, wozu auch das Gesamterscheinungsbild beitrage. Das Sprachverständnis der angesprochenen Verkehrskreise spreche gegen die von der Markenstelle angenommene Bedeutung der angemeldeten englisch-sprachigen Bezeichnung als Sicherheitsdienst, der Acht ge-

be oder aufpasse. Es bestehe auch kein Freihaltungsbedürfnis, da die Wortkombination sich einer Übersetzung in der Form entziehe, dass von einer beschreibenden Angabe gesprochen werden könne, selbst wenn gewisse Komponenten enthalten seien, die gedanklich mit dem Thema Sicherheit in Verbindung gebracht werden könnten. Sprachwidrige oder fantasievolle fremdsprachige Wortneubildungen seien durchaus eintragungsfähig, wie die Beispiele "Unitype", "Miabella", "TECHNOLAW", "belair" oder "TELE-TRACER" zeigten.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, in der Sache jedoch nicht begründet.

Auch nach Auffassung des Senats steht der angemeldeten Bezeichnung jedenfalls das Schutzhindernis mangelnder Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion einer Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl BGH GRUR 2001, 1150 – LOOK; vgl zur GMV EuGH GRUR 2001, 1148 – Bravo). Die Frage, ob eine Bezeichnung Unterscheidungskraft besitzt, kann deshalb nicht abstrakt, sondern nur konkret unter Berücksichtigung der Waren oder Dienstleistungen, die sie unterscheiden sollen, beurteilt werden (vgl BGH MarkenR 1999, 292 – HOUSE OF BLUES).

Nach diesen Grundsätzen besitzen insbesondere solche Kennzeichnungen keine Unterscheidungskraft, bei denen es sich wie hier für den Verkehr in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen um beschreibende Angaben im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG handelt. Wie die Markenstelle für Klasse 42 im Bean-

standungsbescheid vom 24. November 2000 zutreffend ausgeführt hat, stellt die Wortfolge TAKE CARE SECURITY eine Bezeichnung dar, mit der die vom Anmelder beanspruchten Dienstleistungen schlagwortartig beschrieben werden können. Die aus dem Englischen stammenden Wörter lassen sich mit "Wachdienst, der Acht gibt oder der aufpasst" übersetzen, wobei das Wort "security" mittlerweile auch im deutschen Sprachraum als Synonym für "Sicherheitsdienst" etwa bei Großveranstaltungen gebräuchlich ist, wie zB bei der 55. Internationalen Handwerksmesse München vom 13.- 19. März 2003 zu sehen war.

Es kann dahinstehen, ob die angesprochenen Verkehrskreise in der Wortkombination "TAKE CARE" neben einer Verbform im Sinn von "aufpassen, acht geben, vorsichtig sein" auch einen Imperativ im Sinn von "pass auf" oder auch von "machs gut" sehen. Im Vordergrund wird die zuerst genannte Bedeutung stehen, da sie den Tätigkeitsbereich der beanspruchten Dienstleistungen angibt. Dies wird durch den nachfolgenden Begriff "SECURITY" gewissermaßen bestätigt, so dass die weitere oben genannte Bedeutung in den Hintergrund tritt. Auf die Eigenschaft der angemeldeten Marke als Wortneubildung, die im Einzelfall für das Vorliegen einer Unterscheidungskraft sprechen kann, kommt es deshalb nicht an, da die naheliegende Übersetzung beschreibend wirkt. Der sachbezogene Aussagegehalt wird durch die neue Wortzusammenstellung weder überlagert, noch geht er verloren (vgl BPatGE 40, 57 – Tele-Order; HABM BK GRUR Int 1998, 889 – LASTING PERFORMANCE).

Auch aus dem Umstand, dass die Wortfolge "TAKE CARE" möglicherweise einen mehrdeutigen Sinngehalt hat, folgt in diesem Fall nicht die Schutzfähigkeit der angemeldeten Bezeichnung. Maßgeblich ist insoweit das Sprachverständnis der angesprochenen Verkehrskreise, wobei auf den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen ist (vgl EuGH GRUR Int 1998, 795 - Gut Springenheide; GRUR Int 1999, 342 – Sektkellerei Kessler; WRP 2000, 289 – Lifting Creme; Althammer/Ströbele/Klaka, MarkenG, 6. Aufl, § 8, Rdnr 19 mwN). Sowohl "TAKE" als auch "CARE" gehören zum Grund-

wortschatz der englischen Sprache und werden daher in beschreibendem Sinn wie oben dargelegt verstanden werden. Insoweit tritt die weitere Bedeutung als Gruß- oder Schlussformel in den Hintergrund, zumal der durchschnittliche Verbraucher keine eingehende Analyse der Bezeichnungen vornimmt, sondern diese allenfalls aus der Fremdsprache in die deutsche Sprache übersetzt, abgesehen davon, dass der Senat Zweifel hat, dass die Übersetzung von "TAKE CARE" als Gruß- oder Schlussformel noch zum Grundwortschatz gehört.

Der angemeldeten Bezeichnung fehlt die erforderliche Unterscheidungskraft nicht nur für die Dienstleistungen eines Sicherheitsdienstes im weiteren Sinne, sondern auch für die beanspruchten "Bekleidungsstücke, insbesondere...". Da der Anmelder insoweit einen weiten Oberbegriff in Anspruch nimmt - das Wort "insbesondere" beschränkt die Waren nicht, sondern leitet eine Aufzählung ein, für die Schutz beantragt wird, ohne dass diese Aufzählung abschließend wäre -, reicht es aus, wenn die in Frage stehende Wortfolge für einzelne unter den Oberbegriff fallende Waren eine beschreibende Angabe darstellt (vgl. BGH GRUR 2002, 261 – AC). Unter den genannten Oberbegriff können demnach sowohl Bekleidungsstücke fallen, die allgemein auf die Zugehörigkeit ihres Trägers zu einem Sicherheitsdienst hinweisen, als auch solche Bekleidungsstücke, die den besonderen Zwecken oder Anforderungen eines solchen Sicherheitsdienstes dienen können. In beiden Fällen steht die Angabe des "Sicherheitsdienstes, der Acht gibt bzw aufpasst" in einem beschreibenden Zusammenhang zu den entsprechend gekennzeichneten Waren, so dass der Wortfolge keine Unterscheidungskraft zukommt. Wird jedoch eine Wortkombination wie die angemeldete auf Bekleidungsstücken nicht als eigentliche Zweckbestimmung verwendet, sondern dient sie einem modischen Gag, entfernt sich die angemeldete Bezeichnung zwar von einer Sachangabe, ohne dass der Verkehr jedoch damit auf die Eigenschaft einer betrieblichen Kennzeichnung schließt. Insoweit liegt für das Publikum die Vermutung nahe, es handle sich um eine Art Slogan, der zum Beispiel auf Pullovern oder Hemden aufgedruckt wird, wie es heute vielfach der Mode entspricht, so dass es naheliegt, in der fraglichen Bezeichnung nur ein Design oder einen Blickfang zu sehen. Auch in diesem Fall

erfüllt die angemeldete Bezeichnung nicht die Funktion einer Marke (vgl. BGH GRUR 2000, 882 – Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2001, 1047 – Local presence, global power; BPatG GRUR 2001, 511 – Energie mit Esprit; PAVIS PROMA: Knoll 27 W (pat) 150/00 – NEED A CHANGE).

Schließlich vermag auch die konkrete grafische Ausgestaltung der Anmeldung, bei der die jeweiligen Anfangsbuchstaben der einzelnen Wörter größer gehalten sind als die übrigen Buchstaben, die Eintragungsfähigkeit nicht zu begründen. Diese Art der Darstellung gehört zu den üblichen Mitteln der Werbegrafik, so dass der Verkehr allein wegen dieses Gestaltungsmittels keinen Anlaß hat, auf eine betriebliche Herkunftskennzeichnung zu schließen (vgl. BGH WRP 2001, 1201 – anti-Kalk).

Soweit sich der Anmelder auf vergleichbare Voreintragungen berufen hat, kann dies nicht zu einer anderen Beurteilung führen, denn die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke betrifft keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage. Im übrigen ist der Senat an Voreintragungen selbst identischer Marken, denen nach seiner Ansicht dann fehlerhafte Entscheidungen zugrunde lägen, bei der Beurteilung neu angemeldeter Marken nicht gebunden (vgl. BGH GRUR 1999, 420 – K-SÜD; für die Gemeinschaftsmarke EuG MarkenR 2002, 600 Tz 55 f – ELLOS).

Da der angemeldeten Marke wegen des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG die Schutzfähigkeit fehlt, bedarf es keiner weiteren Erörterung, ob sie auch als beschreibende, freihaltungsbedürftige Angabe zusätzlich dem Schutzhindernis nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG unterliegt.

Nach alledem war die Beschwerde zurückzuweisen.

Kliems

Richter Engels hat
Urlaub und ist daher
verhindert zu unter-
schreiben.

Sredl

Kliems

Pü