



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 199/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 52 310.6

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 14. Dezember 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler sowie der Richterinnen Pagenberg und Dr. Hock

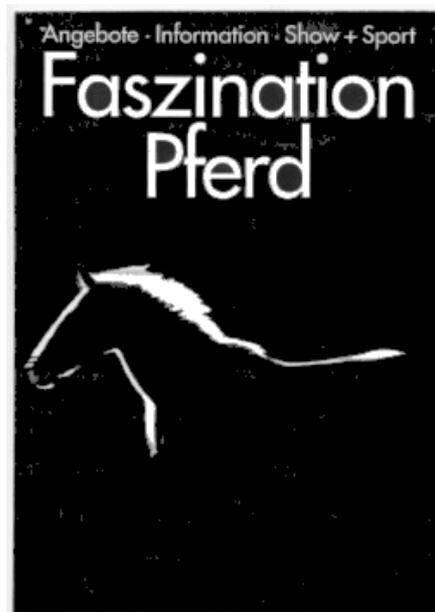
beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 14. Juli 2000 die Marke



für folgende Dienstleistungen zur Eintragung in das Register angemeldet worden:

„Werbung, Marketing, Verteilung von Waren zu Werbezwecken,
Annoncenverwaltung, Organisation und Durchführung von Messen,

Ausstellungen, Lehrschaufen, Kongressen, Seminaren, Vortragsveranstaltungen, Schulungen, Sonderschaufen und Verkaufsveranstaltungen sowie geschäftliche Veranstaltungen werblicher Art für Dritte;

Beratung bei Organisation und Durchführung derartiger Messen, Ausstellungen, Kongresse, Seminare und Veranstaltungen in technischer und organisatorischer Hinsicht;

Meinungsforschung;

elektronische Dienstleistungen und Wissenstransfer, nämlich das Sammeln, Speichern, Übersetzen, Verteilen und Weiterleiten von Daten, Informationen, Abbildungen, Video- und Audiosequenzen, Anbieten und Mitteilen von auf einer Datenbank gespeicherten Informationen, insbesondere auch mittels interaktiver Kommunikations-(Computer-)Systeme“

Die Markenstelle für Klasse 35 hat die Anmeldung durch zwei Beschlüsse, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG zurückgewiesen. Sie hat ausgeführt, dass den Wortbestandteilen der Marke in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zukomme, da sie in kurzer prägnanter Form auf Thematik und Inhalt der Dienstleistungen hinwiesen. Denn es sei möglich und naheliegend, dass diese sich mit Pferden unter den Aspekten der Show und des Sports sowie der Information befassten und auch Angebote in diesem Bereich enthielten oder solche bei diversen Veranstaltungen unterbreiteten. Die Verwendung verschiedener Schriftgrößen, die Positionierung der Wortbestandteile und die zentrierte Anordnung des Wortes „Pferd“ gehe nicht über dasjenige hinaus, woran der Verkehr im Rahmen des Werbeüblichen gewöhnt sei. Die silhouettenartige Darstellung eines Pferdes weise keine hinreichende Eigentümlich-

keit auf, um sich dem Verkehr als betriebliches Unterscheidungsmittel einzuprägen. Vielmehr halte sie sich thematisch-inhaltlich in dem Bereich, den die Wörter vorgeben würden.

Gegen diese Entscheidung des Patentamts hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Sie trägt vor, dass die angemeldete Wort-/Bildmarke als Bildbestandteil die eigentümliche Darstellung der Silhouette eines laufenden Pferdes enthalte. Diese Darstellung verleihe der angemeldeten Marke eine ausreichende Unterscheidungskraft. Sie verweist auf weitere Wortmarken mit dem Bestandteil „Faszination“ in Alleinstellung bzw im Zusammenhang mit anderen Begriffen. Schließlich trägt sie vor, dass die angemeldete Wort-/Bildmarke auf dem Plakat der jährlich in Nürnberg von der Anmelderin veranstalteten Verbraucherausstellung „Consumenta“ abgebildet werde. Es handle sich hierbei um die größte Verbraucherausstellung Deutschlands, die jährlich durchschnittlich von 220.000 teilweise sogar von über 280.000 Personen besucht werde.

Der Senat hat die Anmelderin unter Übersendung von Ermittlungsunterlagen auf Bedenken hinsichtlich der Erfolgsaussichten der Beschwerde hingewiesen. Im übrigen wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet. Die angemeldete Marke ist von der Eintragung ausgeschlossen, weil es ihr im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs 1 Nr 1 MarkenG). Die Markenstelle des Patentamts hat die Anmeldung daher zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen.

Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft als der einer Marke innewohnenden konkreten Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden, ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (stRspr vgl BGH WRP 2001, 1082 - marktfrisch; GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann demnach einer Marke keine für die beanspruchten Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass ihr die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (stRspr BGH aaO - marktfrisch; BGH GRUR 1999, 1089 - YES).

Die hier zu beurteilende Wort-/Bildmarke enthält die Wortbestandteile „Faszination Pferd“ und darüber in kleinerer Schrift gehalten „Angebote . Information . Show + Sport“. Die Kombination des Substantivs „Faszination“ mit einem weiteren Substantiv, das das Thema genauer umreißt, ist weit verbreitet und gebräuchlich, wie sich aus einer vom Senat durchgeführten Internetrecherche ergeben hat. So finden sich beispielsweise die Begriffe „Faszination Tier“ (zB www.mt-online.de, www.cotec.de) oder „Faszination Natur“ (www.kino-zeitpunkt.de; www.diafaszination-natur.de). Die weiteren Begriffe bringen für die angesprochenen Verkehrskreise, hier im wesentlichen das allgemeine Publikum, zum Ausdruck, dass es sich um verschiedene Angebote und Informationen zum Thema „Pferd“ handelt und dass zu diesem Thema auch Shows und Sportveranstaltungen angeboten werden. Ein beschreibender Bezug besteht dabei zu sämtlichen angemeldeten Dienstleistungen die sich alle inhaltlich mit dem Thema „Pferde“ auseinandersetzen können.

Eine noch so geringe Unterscheidungskraft der Marke lässt sich auch nicht aus den Bildbestandteilen begründen. Grundsätzlich kann einer eine Wortmarke enthaltenden Bildmarke als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden, wenn die grafischen Elemente charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (BGH GRUR 1991, 136 - NEW MAN). Dabei vermögen allerdings einfache grafische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbildes, an die sich der Verkehr - etwa durch häufige werbemäßige Verwendung - gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebenso wenig aufzuwiegen wie derartige einfache grafische Gestaltungselemente auch für sich allein wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht als Marke eingetragen werden können (BGH WRP 2001, 1201 - antiKalk).

Angesichts der in den Wortelementen - wie ausgeführt - enthaltenen glatt beschreibenden Angaben hinsichtlich der hier beanspruchten Dienstleistungen hätte es auffallender hervortretender grafischer Elemente bedurft, damit sich diese dem Verkehr als Herkunftshinweis einprägen. Die im vorliegenden Fall verwendete Schrift sowie die weißen Buchstaben auf einem dunklen Hintergrund halten sich im Rahmen einer werbeüblichen grafischen Gestaltung. Darüber hinaus enthält die begehrte Marke die silhouettenartige Darstellung des Kopfes und Oberkörpers eines Pferdes. Im Zusammenhang mit dem Wortbestandteil „Pferd“ weist auch dieser Bildbestandteil unmittelbar auf den Inhalt der angebotenen Dienstleistungen hin, so dass die beteiligten Verkehrskreise darin einen Herkunftshinweis nicht erblicken werden.

Schließlich kann sich die Anmelderin zur Frage der Schutzfähigkeit nicht auf eingetragene Drittzeichen berufen. Selbst eine Reihe von Eintragungen in gleicher oder ähnlicher Marken - die Anmelderin nennt jedoch nur Wortmarken mit dem Bestandteil „Faszination“ in Alleinstellung oder in Zusammensetzung mit anderen Markenbestandteilen - kann nicht zu einer Selbstbindung des Deutschen Patent- und Markenamts führen und ist erst recht für das Bundespatentgericht unverbindlich (BGH GRUR 1989, 420 - K-SÜD).

Auch hat die Anmelderin im vorliegenden Fall keine ausreichende Glaubhaftmachung hinsichtlich der Verkehrsdurchsetzung der Marke gemäß § 8 Abs 3 MarkenG vorgetragen. Grundsätzlich muss eine Anmelderin, die eine Verkehrsdurchsetzung geltend macht, deren Voraussetzungen schlüssig darlegen und belegen. Die insoweit zunächst erforderliche Glaubhaftmachung verlangt Angaben, aus denen sich ergibt, in welcher Form, für welche Dienstleistungen, von wem, auf welchem Gebiet und in welchem Umfang sowie seit wann die angemeldete Angabe im Verkehr nach Art einer Marke eingesetzt worden ist. Hierfür geeignete Belege sind insbesondere Kataloge, Preislisten, Werbematerial, sowie Angaben über die bisher erzielten Umsätze oder Werbeaufwendungen (vgl beispielsweise BPatG GRUR 2002, 348 - farbige Arzneimittelkapsel). Diesen Anforderungen genügen die Ausführungen der Anmelderin im vorliegenden Fall nicht. Sie hat lediglich - ohne Nennung entsprechender Zahlen und Fakten mit Zuordnung zu den jeweils begehrten Dienstleistungen - ausgeführt, dass die begehrte Wort-/Bildmarke auf dem Plakat der jährlich in Nürnberg von der Anmelderin veranstalteten Verbraucherausstellung „Consumenta“ abgebildet werden und dass es sich hierbei um die größte Verbraucherausstellung Deutschlands handle, die jährlich von durchschnittlich 220.000 teilweise von sogar über 280.000 Personen besucht werde. Dies stellt keinen ausreichend schlüssigen und substantiierten Sachvortrag dar, wobei es bei dieser Sachlage keiner weiteren sachaufklärenden Hinweise des Senats bedurfte.

Winkler

Richterin Pagenberg ist durch
Urlaub verhindert zu unter-
schreiben.

Dr. Hock

Winkler