



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 61/03

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 301 56 522.8**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 25. August 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 30. Januar 2003 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist die Bezeichnung

### **ZeitReisen**

ursprünglich für die Waren und Dienstleistungen

„Fahrräder; Fahrradtaschen; Fahrrad-Trinkflaschen; Bücher, Zeitschriften; Landkarten; Veranstaltung und Vermittlung von Reisen“

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 39 hat diese Anmeldung zurückgewiesen. Im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen habe diese Wortkombination unmittelbar beschreibenden Charakter, denn sie weise lediglich darauf hin, daß sich diese auf (Fahrrad-)Touren bezögen, die auf historischen Routen eine Reise in die Vergangenheit bzw durch eine Epoche vermittelten. Damit sei ein schutzbe gründender Phantasiegehalt der angemeldeten Markenwortkombination nicht erkennbar. Der Gesamtbegriff werde von den inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres in seinem beschreibenden Sinn verstanden werden. Damit sei diese Be-

zeichnung nicht geeignet, die Waren und Dienstleistungen bezüglich ihrer Herkunft aus einem Unternehmen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Ihr fehle daher jegliche Unterscheidungskraft und sie sei im Interesse der Mitbewerber freizuhalten.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde, mit der sie die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses begehrt. Der angemeldeten Bezeichnung stünden keine Schutzhindernisse entgegen. Wegen ihrer inhaltlichen Unbestimmtheit eigne sie sich nämlich nicht zur Verwendung als unmittelbar beschreibende Angabe, was sie im einzelnen ausführlich und unter Hinweis auf die Verwendung dieses Begriffes in Literatur und Filmen darzulegen versucht. Sofern jedoch eine mögliche Begriffsbedeutung einer angemeldeten Bezeichnung nur durch weitere Erläuterungen zu einer unmittelbar beschreibenden Angabe werden könne und als solche mehrere jeweils auslegungsbedürftige Interpretationen zulasse, stehe dies der Eintragung als Marke nicht entgegen.

Der Senat hat die Anmelderin darauf hingewiesen, daß der angemeldeten Bezeichnung jedenfalls hinsichtlich der Waren und Dienstleistungen „Bücher, Zeitschriften, Landkarten; Veranstaltung und Vermittlung von Reisen“ die Eintragungshindernisse der mangelnden Unterscheidungskraft und der beschreibenden, freizuhaltenden Angabe entgegenstünden, und ihr entsprechende Internet-Auszüge übersandt. Sie hat daraufhin ihr Waren- und Dienstleistungsverzeichnis eingeschränkt auf

„Fahrräder; Fahrradtaschen; Fahrrad-Trinkflaschen“.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung stehen jedenfalls nach Einschränkung des Warenverzeichnisses keine markenrechtlichen Eintragungshindernisse (§ 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG) mehr entgegen.

Die angemeldete Bezeichnung „ZeitReisen“ setzt sich, was auch durch die Schreibweise mit Binnenversal betont wird, zusammen aus den Wörtern „Zeit“ und „Reise“. Bei dem Begriff „Zeit“ handelt es sich um die Bezeichnung eines Ablaufs von Augenblicken bis hin zu Stunden, Tagen, Jahren oder gar Jahrtausenden und mehr; dabei läßt der Begriff als solcher sowohl einen Blick in die Vergangenheit, Gegenwart oder Zukunft zu. Der Begriff „Reisen“ definiert grundsätzlich eine Bewegung (des Menschen) von Ort zu Ort. Damit besagt der angemeldete Begriff „ZeitReisen“ in seiner Gesamtheit, daß mit den so gekennzeichneten Waren Bewegungen in der Vergangenheit, Gegenwart oder Zukunft möglich seien. In diesem Sinnzusammenhang ist der Begriff bekannt aus Science-Fiction-Romanen oder -Filmen, in denen sich die handelnden Personen auf Reisen in der Zeit, also den verschiedenen Zeitstufen begeben und von der Vergangenheit in die Gegenwart und sogar in die Zukunft „springen“. Der Begriff „Zeitreisen“ hat sich aber nachweisbar auch als Synonym für Wanderungen oder Fahrten in die Erdgeschichte oder verschiedene Zeitepochen entwickelt. Dies läßt sich aus verschiedensten Internet-Fundstellen entnehmen, die der Anmelderin zur Verfügung gestellt worden sind. So hat die Suchmaschine „Google“ unter dem Stichwort „Zeitreise“ hingewiesen auf die „Zeitreise Oberösterreich – ein Projekt der Fabrikanten zur Landesausstellung Wels“, „Zeitreise – Station 1. Germanen und Slawen 500-919“, „Zeitreise. Reisen Sie mit Vienna Online durch die Zeit!“, „Zeitreise ins alte Ägypten“, „Historische Zeitreise – Ihr Tor in die Vergangenheit“, „Raumfahrt – eine Zeitreise 25 Jahre bemannte Raumfahrt in Deutschland“ und vieles mehr.

In dieser in den täglichen Sprachgebrauch eingegangenen Bedeutung weist die angemeldete Bezeichnung aber jedenfalls für die nach Einschränkung des ursprünglichen Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses noch verbliebenen Waren „Fahrräder; Fahrradtaschen; Fahrrad-Trinkflaschen“ eine ausreichende Unterscheidungskraft iSd § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG auf. Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als betriebliches Herkunfts- und Unterscheidungsmittel für die betreffenden Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden und damit die betriebliche Zuordnung dieser Waren zu ermöglichen (BGH GRUR 2001, 1153, 1154 – antiKALK; BIPMZ 2004, 30 f – Cityservice). Sie ist zum einen in Bezug auf die Waren und zum anderen im Hinblick auf die Wahrnehmung durch die angesprochenen Verkehrskreise, nämlich die Verbraucher dieser Waren, zu beurteilen. Auch dieses Eintragungshindernis ist also im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Warenverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2002, 804, 805 und 809 – Philips; MarkenR „003, 227, 231 f – Orange). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 – BRAVO). Kann demnach einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH aaO – Cityservice). Ausgehend von diesen Voraussetzungen ist die angemeldete Bezeichnung für die nunmehr noch beanspruchten Waren weder eine beschreibende Inhaltsangabe, wie dies bei Büchern, Zeitschriften oder Landkarten der Fall sein könnte, noch ein Hinweis auf den Inhalt von Dienstleistungen, wie dies bei Veranstaltungen und Vermittlungen von Reisen möglich wäre. Vielmehr ist sie für diese Waren so allgemein und unbestimmt, daß

ihr insoweit die erforderliche Herkunftsfunktion zukommt. Zwar können mit Fahrrädern, Fahrradtaschen und Fahrrad-Trinkflaschen auch „Zeitreisen“ unternommen werden; dies ist jedoch keine typische Eigenschaft der genannten Waren, sondern vielmehr abhängig von der Zweckbestimmung durch den Benutzer dieser Waren. Diese Waren sind auch nicht notwendig, um Zeitreisen durchzuführen, und müssen für Zeitreisen auch keine speziellen Ausstattungen oder Eigenschaften besitzen.

Der angemeldeten Marke steht auch das Eintragungshindernis des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG nicht mehr entgegen. Sie eignet sich nach dem Gesagten nämlich nicht zur unmittelbaren Beschreibung der noch beanspruchten Waren. Damit kann ihr auch kein Freihaltebedürfnis der Mitbewerber entgegengehalten werden.

Der Beschwerde war somit der Erfolg nicht zu versagen.

Albert

Reker

Eder

Ko