



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 347/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 62 925.4

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) unter Mitwirkung des Richters Dr. Albrecht als Vorsitzenden sowie der Richter Kruppa und Merzbach am 1. Juni 2005

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. Oktober 2003 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Die noch für

"Veranstaltung von Tourneen; Pferdedarbietungen; Vorstellungen von Pferdedressuren;

Papierwaren, Druckereierzeugnisse, Fotografien, grafische Reproduktionen, Zeichnungen, Schreibwaren, Schreibunterlagen, Verpackungen und Verpackungsmaterial, Plakate, Kalender, Pläne, Bilder, Zeitschriften, Bücher, Kataloge, Magazine, Poster, Postkarten, Ansichtskarten und Grußkarten, alle vorgenannten Waren soweit in Klasse 16 enthalten;

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen;

Werbung, Werbeberatung, Marketing"

beanspruchte Wortmarke

DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE

hat die Markenstelle für Klasse 41 mit Bescheid vom 5. Mai 2003 als freihaltungsbedürftig und nicht unterscheidungskräftig beanstandet, weil Gala eine festliche Veranstaltung beschreibe, bei der vorliegend außerordentliche Pferde gezeigt würden.

Sie hat dazu Rechercheergebnisse mitgeteilt, wonach der NDR über "Knabstrupper – Königspferde des Nordens" berichtet hat, und die Verwendung des Ausdrucks "königliche Pferde" durch die Anmelderin im beschreibenden Fließtext sowie durch Dritte belegt.

Die Markenstelle hat die Markenmeldung mit Beschluss vom 7. Oktober 2003 aus den genannten Gründen zurückgewiesen und diesen Beschluss dem Anmelder per Einschreiben zugestellt.

Der Anmelder hat am 27. Oktober 2003 Beschwerde eingelegt und dazu vorgetragen, er habe den Begriff "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE" erfunden und erstmals 2001 verwendet. Die eingetragene Marke "THE ROYAL HORSE GALA" benutze er seit 1996. Die Verwendung von "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE" durch Dritte habe er zivilrechtlich verhindert. Die von der Markenstelle recherchierten Berichte bezögen sich auf seine Veranstaltungen bzw. auf seine Pferde.

Er beantragt sinngemäß,

den Beschluss vom 7. Oktober 2003 aufzuheben und die Marke einzutragen.

Zur Ergänzung des Parteivorbringens wird auf die Schriftsätze des Anmelders Bezug genommen; wegen sonstiger Einzelheiten auf den Akteninhalt.

II.

1) Die Beschwerde ist - ohne Erinnerung – gemäß § 165 Abs. 4 MarkenG statthaft, da sie vor dem 31. Dezember 2004 erhoben wurde, und auch sonst zulässig.

2) Die Beschwerde hat in der Sache Erfolg; einer Registrierung der angemeldeten Marke steht für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen kein Schutzhindernis aus § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen.

a) An "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE" besteht kein Freihaltungsbedürfnis im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Nach dieser Vorschrift sind nur Marken von

der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Bestimmung, der geographischen Herkunft oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale dienen können (vgl. BGH GRUR 2002, 64 - INDIVIDUELLE). "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE" besteht jedoch nicht aus solchen Angaben.

Die Eintragung von "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE" bezieht ihre Markenfähigkeit aus der Kombination. Sie gibt dem Markeninhaber keine Abwehransprüche gegen "Gala" in Alleinstellung oder gegen jede Kombination mit dem Bestandteil "Gala".

aa) "KÖNIGSPFERDE" ist kein Fachausdruck für eine bestimmte Rasse oder Art von Pferden. "KÖNIGSPFERDE" ist auch kein Synonym für "außerordentliche Pferde". Entsprechende Begriffe, in denen "König" eine besondere Qualität bezeichnet (Königsklasse, Königsweg o.ä.), lassen sich im Zusammenhang mit Pferden nicht feststellen.

Damit ist "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE" hinsichtlich der Veranstaltung von Tourneen, Pferdedarbietungen und Vorstellungen von Pferdedressuren keine beschreibende Angabe einer festlichen Veranstaltung hinsichtlich der beteiligten Tiere.

bb) Für die Waren der Klasse 16 ist schon "KÖNIGSPFERDE" keine beschreibende Inhaltsangabe etwa in der Art, dass darauf abgebildeten Pferde beschrieben würden. Dies gilt erst recht für die angemeldete Wortfolge "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE".

cc) Für Bekleidung hat "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE" keine beschreibende Bedeutung. Dies würde sogar dann gelten, wenn es sich bei der so bezeichneten Gala um eine berühmte Veranstaltung handeln würde, anlässlich derer Bekleidung und Souvenirartikel, wie Mützen, angeboten werden. Für solche Merchandisingartikel, die nicht der Veranstaltungsdurchführung dienen, sind Bezeichnungen der Veranstaltung nicht beschreibend (vgl. BPatG Beschluss vom

8. August 1995, Az: 27 W (pat) 287/93 – Admiral's CUP CHALLENGE; anders noch Beschluss vom 18. Januar 1995, Az: 26 W (pat) 168/93 – DAVIS CUP; vom 13. Januar 1987, Az: 24 W (pat) 264/85 – FIFA; Mitt 1970, 70 – OLYMPIA-CUVÉE).

dd) Für die Werbedienstleistungen ist die angemeldete Marke nicht freihaltungsbedürftig, weil diese Dienstleistungen für die Veranstalter und nicht für die Besucher der Veranstaltung bestimmt sind. Die Tätigkeit des Werbedienstleisters wird aber nicht mit der Inhaltsangabe möglicherweise beworbener Veranstaltungen beschrieben, wenn die Werbetätigkeit - wie hier - nicht auf die Veranstaltung thematisch begrenzter Events beschränkt ist.

b) Die Bezeichnung "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE" entbehrt für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen auch nicht jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Das ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung als Unterscheidungsmittel für die erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen.

Die angemeldete Marke hat – wie unter a) gezeigt - keinen für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt.

Es ist auch nicht feststellbar, dass es sich bei "DIE GALA DER KÖNIGSPFERDE" um einen gebräuchlichen Begriff handelt, den das Publikum – etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solchen und nicht als

Unterscheidungsmittel versteht. Die Rechercheergebnisse der Markenstelle haben immer einen Bezug zum Anmelder selbst, so dass die Berichte seine Bezeichnung nur "zitieren", und keine übliche Verwendung belegen können.

Dr. Albrecht

Kruppa

Merzbach

Hu