



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 205/03

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 35 986.9

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 15. Juni 2005 unter Mitwirkung des Richters Dr. Albrecht als Vorsitzenden sowie der Richter Kruppa und Merzbach

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 2. Mai 2003 aufgehoben.

Gründe

I.

Die für "Erziehung, Ausbildung" angemeldete Wortmarke

RadioCampus

hat die Markenstelle mit Beschluss vom 2. Mai 2003 zurückgewiesen, weil das Wort "Campus" auf den Bereich von Universitäten und Gymnasien hinweise und so eine beschreibende Angabe sei. Die darunter angebotenen Dienstleistungen seien eingebettet in den Rahmen einer Radiosendung für das Universitätsgelände. Radiosender vermittelten auch Erziehungs- und Bildungsinhalte. Die Zusammenschreibung mit dem großgeschriebenen C in der Mitte begründe keine Schutzfähigkeit.

Gegen den am 6. Mai 2003 zugestellten Beschluss hat der Anmelder am 6. Juni 2003 Beschwerde eingelegt und dazu ausgeführt, selbst die von der Markenstelle angenommene Bedeutung "Radio vom/für das Universitätsgelände" sei für Erziehung und Ausbildung nicht beschreibend.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle vom 2. Mai 2003 aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders hat in der Sache Erfolg.

Einer Registrierung der als Marke angemeldeten Bezeichnung steht für die beanspruchten Dienstleistungen kein Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 2 MarkenG entgegen.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind 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).

Eine solche beschreibende Aussage liegt hier nicht vor, da lediglich der Zeichenbestandteil "Campus" die Bestimmung oder geographische Herkunft beschreiben könnte. Im Zusammenhang mit "Radio" entsteht aber ein Begriff, der für Erziehung und Ausbildung nicht mehr glatt beschreibend ist. Auch wenn über Radio Bildungsangebote übermittelt werden, die der Erziehung oder Ausbildung dienen, enthält "RadioCampus" keine eindeutige Aussage.

Damit entbehrt diese Bezeichnung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen auch nicht jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Unter Unterscheidungskraft versteht man die einer Marke innewohnende konkrete Eignung als Unterscheidungsmittel für die erfassten Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen. Hat eine Marke keinen für die fraglichen Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt und handelt es sich bei ihr auch sonst nicht um einen gebräuchlichen Begriff der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, welchen die Verbraucher – etwa wegen einer entsprechenden Verwendung durch mehrer Anbieter oder in der Werbung – stets nur als solchen und nicht als Unterscheidungsmittel verstehen,

so fehlt der Marke nicht jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft.

Dr. Albrecht

Kruppa

Merzbach

Hu