



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 71/05

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 304 08 277.5**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 26. Juli 2005 durch den Richter Dr. van Raden als Vorsitzenden, den Richter Schwarz und die Richterin Prietzel-Funk

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 2. März 2005 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I**

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch zwei Beschlüsse, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die als Wortmarke für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16 und 41 angemeldete Bezeichnung

### **AudioWorld**

nach §§ 37, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen. Die angemeldete Bezeichnung werde vom Publikum ohne weiteres im Sinne von „Audiowelt“ verstanden und weise in beschreibender Weise darauf hin, dass die beanspruchten Waren im Zusammenhang mit der Audiotechnik stünden. Bei dieser Sachlage könne es offen bleiben, ob auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 MarkenG der Eintragung entgegen stehe.

Mit ihrer hiergegen gerichteten Beschwerde beschränkt die Anmelderin das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis wie folgt:

„Passiv-Infrarot-Bewegungsmelder;  
Druckerzeugnisse, wie Handbücher, Handzettel, Prospekte, Kataloge, Poster, Plakate, Lehr-, Schulungs- und Informationsmate-

rial (soweit in Klasse 16 enthalten) zur Information bezüglich Passiv-Infrarot-Bewegungsmelder;  
Ausbildung und Schulung im Gebrauch von Passiv-Infrarot-Bewegungsmeldern.“

Sie ist der Ansicht, jedenfalls für die nunmehr beanspruchten Produkte könne die angemeldete Bezeichnung nicht in beschreibender Hinsicht verwendet werden, weil insoweit ein inhaltlicher Hinweis auf eine „Audiowelt“ keine sachbezogene Aussage enthalte, und beantragt die Aufhebung des angegriffenen Beschlusses.

## II

Die nach § 165 Abs. 4 MarkenG zulässige Beschwerde ist begründet. Jedenfalls im Hinblick auf die nunmehr noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen sieht der Senat keine Eintragungshindernisse i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington) und des Bundesgerichtshofs (vgl. (BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns) die Eignung einer Marke, vom durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 – Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2) als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH, GRUR 1995, 408, 409 – PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) fehlt einer Kennzeichnung die Unterscheidungskraft stets dann, wenn die angesprochenen Verkehrskreise in ihr keinen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen aus einem *bestimmten* Unternehmen

sehen, was etwa bei einem für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH, GRUR 2001, 162, 163 m.w.N. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION) oder bei Werbeaussagen allgemeiner Art (vgl. BGH MarkenR 2000, 262, 263 – Unter uns; WRP 2000, 298, 299 – Radio von hier; WRP 2000, 300, 301 – Partner with the best; GRUR 2001, 1047, 1048 – LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; GRUR 2001, 735, 736 – „Test it.“; GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft) der Fall ist.

Nach diesen Grundsätzen kann der angemeldeten Bezeichnung die Schutzfähigkeit nicht abgesprochen werden. Zwar ist der Markenstelle darin zuzustimmen, dass die angesprochenen Verkehrskreise, bei denen es sich nach der Art der beanspruchten Waren neben Fachleuten des Elektroinstallationshandwerks auch um weite Kreise der inländischen Verbraucher handelt, die Bezeichnung „AudioWorld“, selbst wenn sie nicht lexikalisch nachweisbar sein mag, unschwer als „Audiowelt“ verstehen und somit dem angemeldeten Begriff einen werbeüblichen Hinweis auf das Gebiet der Audiotechnik entnehmen, dem die ursprünglich beanspruchten Waren und Dienstleistungen sämtlich zugehörig sein können. Dies allein rechtfertigt aber noch nicht die Annahme, die angesprochenen Verkehrskreise würden der Anmeldemarke generell nur eine im Vordergrund stehende beschreibende Angabe und keinen betrieblichen Herkunftshinweis entnehmen. Denn die noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen haben durch die Beschränkung auf Passiv-Infrarot-Bewegungsmelder keinen hinlänglichen Bezug zur Audiotechnik, so dass eine gedankliche Verbindung der betreffenden Waren dieser Produkte damit weitgehend ausscheidet. Selbst wenn die beanspruchten Infrarot-Bewegungsmelder und die auf sie bezogenen Dienstleistungen im Einzelfall auch einmal im Bereich etwa von Audioanlagen eingesetzt werden mögen, hat der Verkehr gleichwohl keine Veranlassung zu der Annahme, die betreffenden Bewegungsmelder seien ausschließlich für diesen Bereich bestimmt. Damit ist ihm insgesamt keine Veranlassung gegeben, die Bezeichnung „AudioWorld“ als eine im Vorder-

grund stehende beschreibende Angabe zu verstehen. Es wird vielmehr mangels anderer Anhaltspunkte die Anmeldemarke als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen als Anbieter der beanspruchten Waren bzw. Dienstleistungen ansehen.

Auch ein Freihaltungsbedürfnis i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG an der Anmelde-  
marke kann nicht festgestellt werden. Selbst wenn die beanspruchten Waren und  
Dienstleistungen in konkreten Einzelfall im Audibereich zum Einsatz kommen  
können, ist jedenfalls generell diese Bezeichnung nicht geeignet, Merkmale der  
betreffenden Produkte selbst zu beschreiben. Damit ist auch kein Bedarf der Mit-  
bewerber erkennbar, ihre vergleichbaren Waren und Dienstleistungen unter der  
Bezeichnung „Audio World“ anzubieten.

Schwarz

Prietzl-Funk

Dr. van Raden

Na