



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 79/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 64 932.9

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 7. November 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 vom 9. Mai 2006 aufgehoben.

Gründe

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 1. November 2005 die Wortmarke

munich one

für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 35, 36, 38, 39, 41 und 42 zur Eintragung in das Register angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 35 hat mit dem angefochtenen Beschluss die Anmeldung teilweise, nämlich für folgende Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen:

16: Druckerzeugnisse;

35: Werbung, Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Marketing; Organisation und Durchführung von Messen und Ausstellungen für gewerbliche Zwecke; Verkaufsförderung für Waren und Dienstleistungen Dritter, insbesondere durch Entwicklung und Unterstützung von Verkaufsförderungsstrategien und Kundenbindungsprogrammen sowie deren Durchführung; Durchführung von Messen zu kulturellen Themen;

- 36: Vorbereitung, Durchführung und Organisation von Sponsoring in Form finanzieller Unterstützung für Dritte;
- 39: Veranstaltungen von Reisen; Reisebegleitservice von VIPs;
- 41: Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Organisation und Durchführung von Ausstellungen für kulturelle Zwecke.

Sie hat ausgeführt, dass der Marke hinsichtlich der zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen die Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle. Es handle sich um eine werbemäßige Anpreisung dahingehend, dass die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen solche seien, die sich mit München befassten oder aus München stammten und dabei die Ersten oder Führenden seien. Es komme dabei nicht darauf an, welche Bedeutung die einzelnen Bestandteile hätten und ob die Kombination lexikalisch nachweisbar sei, sondern wie sie ihrem Sinn nach in ihrer Gesamtheit verstanden werde. Zwar entstamme die Wortzusammensetzung der englischen Sprache, jedoch gehöre „one“ für „eins“ zum Grundwortschatz der englischen Sprache. „Munich“ als englische Bezeichnung für „München“ sei im In- und Ausland bekannt.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Diese beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Sie trägt vor, dass „munich“ auch ein Dorf im Norden des US-Bundesstaats North Dakota sei. Insoweit weise „munich“ bereits nicht ausschließlich auf die Hauptstadt des Bundeslandes Bayern hin. Darüber hinaus könne die Wortzusammensetzung beispielsweise auch so verstanden werden, dass es sich um das erste Büro der Antragstellerin in München handle. Im Übrigen wären verschiedene weitere Aus-

legungsmöglichkeiten denkbar. Die Anmelderin verweist weiter auf Voreintragungen mit dem Bestandteil „one“.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist begründet. Der Senat hält die angemeldete Marke im Hinblick auf die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen für unterscheidungskräftig und nicht Freihaltungsbedürftig, so dass ihr keine Eintragungshindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

1. Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren und Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 - Henkel; GRUR 2004, 1027 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674 - POSTKANTOOR; ähnlich BGH MarkenR 2005, 145 - BerlinCard). Das ist hinsichtlich der hier zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen nicht der Fall.

Das angemeldete Zeichen setzt sich aus den beiden Begriffen „munich“ und „one“ zusammen. Die hier angesprochenen Verkehrskreise, im Wesentlichen das allgemeine Publikum, werden „munich“ ohne weiteres als Hinweis auf die deutsche Stadt „München“ verstehen. Die von der Anmelderin dargelegte weitere Bedeu-

tung von „munich“ als Dorf im Norden des US-Bundesstaates North Dakota, ist für eine in Deutschland angemeldete Marke eher fernliegend.

„One“ bezeichnet sprachüblich nur die Kardinalzahl „eins“, Ziffer „1“ und die Nummerierung eines Gegenstandes. Insoweit kann „one“ der vorangestellten Ordinalzahl „first“ entsprechen (vgl. Hornby/Gatenby, Wakefield, H. Advanced learner's dictionary of current English, 2. Ausgabe, S. 678), enthält aber deshalb als solches noch keine Wertaussage, Qualitätseinstufung oder Größenangabe (vgl. insoweit auch BPatG, 33 W (pat) 82/01 - BANK ONE; ähnlich BPatG, 25 W (pat) 48/01 - IT-ONE; BPatG, 29 W (pat) 223/99 - Team One).

Auch soweit der Verkehr die angemeldete Bezeichnung „munich one“ als werbeüblichen Qualitätshinweis auffasst, bleibt vage und mehrdeutig, worauf sich dieser beziehen soll. Denkbar ist insoweit, dass sich diese entsprechende führende Stellung auf die Stadt München selbst bezieht; in Betracht kommt jedoch auch, dass die Tätigkeit der Anmelderin der Stadt München mit verschiedenen Waren und Dienstleistung zu einer führenden Stellung verhelfen solle. Weiter ist denkbar, dass die angebotenen Waren und Dienstleistungen der Anmelderin die Besten innerhalb der Stadt München sind oder eventuell auch als die Ersten dieser Art in München angeboten werden sollen.

Hinzu kommt, dass die Bezeichnung „munich one“ als Hinweis auf eine wie auch immer geartete Spitzenstellung nicht völlig sprachüblich gebildet ist. Der Senat konnte im Rahmen seiner durchgeführten Recherche nicht nachweisen, dass ein geographischer Begriff üblicherweise mit nachgestellten Zahlen nummeriert wird (vgl. ähnlich BPatG, 24 W (pat) 202/96 - Africa One).

Insgesamt handelt es sich im Hinblick auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen um eine für eine beschreibende Sachaussage eher ungewöhnliche Zusammenstellung von Begriffen, deren Sinngehalt verschiedene Aspekte anspricht und sich nicht ausreichend unmittelbar und ohne weiteres für beschreibende

Zwecke eignet oder erschließt. Es fehlt daher an ausreichenden Anhaltspunkten dafür, dass die angesprochenen Verkehrskreise die begehrte Marke im Sinne einer schlagwortartigen Aussage über eine bestimmte Eigenschaft oder ein sonstiges Merkmal der damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen werten, nicht aber als Kennzeichnungsmittel verstehen werden.

2. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind von der Eintragung weiter solche Marken ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen dienen können. Dabei ist davon auszugehen, dass ein Eintragungshindernis auch dann besteht, wenn eine Benutzung als Sachangabe bisher noch nicht erfolgt ist, eine solche jedoch nach den Umständen erfolgen wird (vgl. BGH Mitt. 2001, 366 - Test it; 1202 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten).

Solche Umstände werden durch die angemeldete Wortmarke „munich one“ nicht klar und eindeutig verständlich genannt. Eine Verwendung der Gesamtbezeichnung als beschreibende Angabe im Zusammenhang mit den begehrten Waren und Dienstleistungen konnte der Senat nicht nachweisen. Von einem auf gegenwärtiger Benutzung als Sachangabe beruhenden Freihaltebedürfnis kann daher insoweit nicht ausgegangen werden. Ebenso wenig liegen hinreichende Anhaltspunkte dafür vor, dass im Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen in Zukunft eine Verwendung der angemeldeten Bezeichnung als Sachangabe erfolgen wird.

gez.

Unterschriften