



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 178/09

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 024 424.0

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 18. November 2009 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Schwarz und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

Passion

für Druckereierzeugnisse, Spiele und Werbung

hat die Markenstelle mit Beschluss vom 8. Oktober 2008 und die dagegen eingelegte Erinnerung mit Beschluss vom 10. März 2009 zurückgewiesen.

Das ist damit begründet, „Passion“ in Alleinstellung sei für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine beschreibende Angabe, was Thema und Inhalt angehe. Die Anmelderin habe selbst darauf hingewiesen, dass der Begriff „Passion“ Leidenschaft, Neigung und Liebhaberei bedeute. Außerdem bezeichne „Passion“ aber noch die Leidensgeschichte Jesu von seiner Gefangennahme bis zur Kreuzigung, die Thema von Druckereierzeugnissen, Aufführung und Musikwerken sei. Die künstlerische Darstellung dieser Leidensgeschichte könne beworben werden.

Dieser thematische Bezug sei zwar bei Spielen kaum denkbar; dort vermittele aber die Bedeutung „Leidenschaft“ einen engen Sachbezug.

Der Erinnerungsbeschluss ist der Anmelderin am 23. März 2009 zugestellt worden.

Die Anmelderin hat am 20. April 2009 Beschwerde eingelegt und dazu vorgetragen, ohne Kontext sei „Passion“ zumindest interpretationsbedürftig.

Sie beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben und die Marke einzutragen.

II.

1) Das Bundespatentgericht entscheidet über Beschwerden in Markensachen grundsätzlich im schriftlichen Verfahren (§ 69 MarkenG) und ohne zeitliche Bindung. Die Anmelderin hat eine mündliche Verhandlung nicht beantragt. Diese ist nach Wertung des Senats auch nicht sachdienlich. Der Anmelderin musste der beabsichtigte Termin zur Beschlussfassung nicht zuvor mitgeteilt werden; das Gebot des rechtlichen Gehörs gebietet es lediglich, Verfahrensbeteiligten die Möglichkeit zu geben, Stellungnahmen zum Sachverhalt abzugeben, ihre Auffassung zu Rechtsfragen darzulegen sowie Anträge zu stellen. Nachdem die Beschwerde vom April 2009 datiert, bestand hierzu hinreichend Gelegenheit.

2) Die Beschwerde ist zulässig, hat jedoch in der Sache keinen Erfolg.

a) Einer Registrierung der angemeldeten Marke steht für Druckereierzeugnisse das Schutzhindernis aus § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Hierbei handelt es sich um Waren, die einen bezeichnungsfähigen gedanklichen Inhalt aufweisen oder aufweisen können. Daher ist - unbeschadet eines etwaigen Werktitelschutzes nach § 5 Abs. 3 MarkenG - die Eintragungsfähigkeit zu verneinen, weil „Passion“ geeignet ist, diesen gedanklichen Inhalt zu beschreiben (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2001, 1042 - Reich und Schön; GRUR 2001, 1043 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten). „Passion“ ist in dem von der Markenstelle gezeigten Sinn (Leiden Jesu, Bühnenstücke, Oratorien) als Sachtitel geeignet. Nur Phantasietitel wären aber dem Markenschutz grundsätzlich zugänglich.

Der Ausschluss solcher zur Beschreibung geeigneter Zeichen oder Angaben dient dazu, dass sie jedermann frei verwenden kann. Es ist daher nicht erlaubt, solche Zeichen oder Angaben durch ihre Eintragung als Marke einem einzigen Unternehmen vorzubehalten (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, Rn. 25 - Windsurfing CHIEMSEE; GRUR Int. 2003, 632, Rn. 73 - Linde).

Bei diesem Eintragungsversagungsgrund kommt es nicht darauf an, ob der entsprechende Begriff allgemein verständlich ist, ob ihn eine große oder geringe Zahl von Unternehmen zur freien Verwendung benötigt wird und wie viele der angesprochenen Verbraucher die beschreibende Bedeutung verstehen; die Eignung zur Beschreibung genügt für die Schutzversagung.

b) Unproblematisch nicht unterscheidungskräftig ist die angemeldete Marke damit für Druckereierzeugnisse, bei denen wegen der inhaltsbeschreibenden Funktion ein Freihaltungsbedürfnis gegeben ist. Ob die angemeldete Marke insoweit auch ein gebräuchlicher Begriff ist, kann dahinstehen.

Für die Ware Spiele und die Dienstleistung Werbung ist dies aber der Fall; „Passion“ ist damit insoweit jedenfalls nicht unterscheidungskräftig.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2002, 804 - Philips; BGH GRUR 2006, 850 – Fußball WM 2006). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf die Wahrnehmung der Marke durch einen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist.

Ausgehend hiervon besitzen Wortmarken keine Unterscheidungskraft, wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern bestehen, die, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien, stets nur als solche und nicht

als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. u. a. BGH GRUR 2001, 1043 - Gute Zeiten – Schlechte Zeiten; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice).

Mit der Markenstelle ist vorliegend davon auszugehen, dass die inländischen Verkehrskreise das Wort „Passion“ im passenden Kontext auch in der Bedeutung „Leidenschaft“ verstehen. Das Wort ist so aus Wendungen, wie „Musik ist ihre Passion“ oder „Sie ist eine passionierte Köchin“ bekannt.

Im Zusammenhang mit Spielen entnimmt das Publikum der angemeldeten Marke keinen Herkunftshinweis, sondern die Aussage, dass das Spiel leidenschaftlich gespielt werde.

Auch im Zusammenhang mit der Dienstleistung Werbung ist von fehlender Unterscheidungskraft auszugehen, weil es sich bei „Passion“ um ein gebräuchliches Wort handelt, das die Verbraucher, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in Slogans wie „X ist unsere Passion“ o. ä., stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstehen.

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

Bb