

BUNDESPATENTGERICHT

Leitsatz

Aktenzeichen: 27 W (pat) 276/09
Entscheidungsdatum: 14. Dezember 2010
Rechtsbeschwerde zugelassen: nein
Normen: § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG

PowerTeacher

„Power“ verleiht Wortzusammensetzungen in der Regel keine Unterscheidungskraft, sondern betont die Leistungsfähigkeit von Waren und den Anbietern von Dienstleistungen.



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 276/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2009 036 937.2

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 14. Dezember 2010 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richterin am Landgericht Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 17. September 2009 die Anmeldung der Wortmarke

PowerTeacher

teilweise, nämlich für die Waren und Dienstleistungen

"Druckereierzeugnisse; Photographien; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Ausbildung, nämlich Führerscheinausbildung; Dienstleistungen einer Fahrschule"

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Das ist damit begründet, bei der Wortzusammensetzung "PowerTeacher" handle es sich um einen Hinweis darauf, dass die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen von einem energiegelichen Lehrer, also einem Lehrer mit Power erbracht oder für seine Tätigkeit benötigt würden. 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. Vorliegend würden die Worte aber in dem oben genannten Sinne verstanden. Zwar stamme die Wortzusammensetzung aus der englischen Sprache, doch sei sie sprachüblich gebildet aus Wörtern des englischen Grundwortschatzes, die von nahezu jedermann verstanden würden. "Power" für "Kraft, Energie" sei sogar mittlerweile in die deutsche Sprache eingegangen und "Teacher" für "Lehrer" sei auch im Inland weithin bekannt.

Alle hier betroffenen Waren und Dienstleistungen könnten von einem Lehrer mit Power erbracht oder benötigt werden. Dies könnten die Druckereierzeugnisse, die Lehr- und Unterrichtsmittel und die Ausbildung selbst sein. Der Markenbegriff gebe somit keinen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen, sondern sei ein Hinweis auf den Zweck der Waren und den Erbringer der Dienstleistungen, nämlich einen energischen Lehrer mit Power. Eine Analyse des Begriffs, zu der der Verbraucher erfahrungsgemäß nicht neige, sei dazu nicht notwendig. Eine Marke sei nämlich immer im Zusammenhang mit den angemeldeten Waren und Dienstleistungen zu sehen. Aus diesem Zusammenhang ergebe sich, worum es sich thematisch handle. Es handle sich nicht um eine ungewöhnliche Verknüpfung einzelner sprachunüblicher Elemente, sondern um eine grammatikalisch korrekte Zusammensetzung ohne weiteres verständlicher einfacher Wörter. Der Verbraucher werde auch nicht davon ausgehen, dass es nur eine Institution gebe, die solche Waren und Dienstleistungen anbiete. Ferner werde der Begriff "PowerTeacher" bereits verwendet und das nicht nur von der Anmelderin, wie sich aus den dem Beschluss beigefügten Internetauszügen ergebe.

Die Markenstelle verweist auf die Zurückweisung ihrer Meinung nach vergleichbarer Anmeldungen wie "POWER MIND", "powercoach", "THE TEACHER", "Webteacher", "DigitalTeacher", "GLOBAL-TEACHER.DE" und "MY TEACHER".

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. September 2009 aufzuheben und die angemeldete Marke für die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen einzutragen.

Sie hält die angemeldete Marke auch insoweit für unterscheidungskräftig und nicht freihaltungsbedürftig. "PowerTeacher" sei eine phantasievolle Wortzusammenführung und insbesondere im deutschen Sprachraum eine Neuschöpfung. Für die

Unterscheidungskraft spreche die unübliche Schreibweise in einem Wort mit großem "T".

An der angemeldeten Bezeichnung bestehe auch kein Freihaltungsbedürfnis, da sie die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen nicht beschreibe. Ein unmittelbarer und konkreter Bezug liege nicht vor. Allein der Begriff "Power" sei zu vieldeutig und daher als werbewirksames Schlagwort zu verstehen, als dass hierdurch ein spezifischer Produktbezug zu den für die Marke eingetragenen Waren und Dienstleistungen hergestellt werden könnte. Der Begriff "Teacher" habe zwar für sich allein betrachtet eine eindeutige Übersetzung. In Verbindung mit "Power" und aufgrund der speziellen Schreibweise der Marke stehe die Wortneuschöpfung "PowerTeacher" jedoch einer Vielzahl von Deutungsmöglichkeiten offen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, hat jedoch in der Sache keinen Erfolg; einer Registrierung der angemeldeten Marke steht für die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer. Die Hauptfunktion einer Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr.; vgl. z. B. EuGH GRUR Int. 2005, 1012, Rn. 27 BioID; BGH GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Die Prüfung, ob das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft vorliegt, muss - seitens der Markenstelle ebenso wie in der Beschwerdeinstanz - streng, vollständig, eingehend und umfassend sein (vgl. EuGH

GRUR 2003, 604, Rn. 50 - Libertel; GRUR 2004, 674, Rn. 123 - Postkantoor). Dies gilt auch für fremdsprachige Bezeichnungen, die aus gängigen Ausdrücken einer Welthandelsprache oder der einschlägigen Fachsprache gebildet sind (Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rn. 110).

Das angemeldete Zeichen weist die für eine Eintragung als Marke erforderliche Unterscheidungskraft nicht auf. Die Bezeichnung "PowerTeacher" ist für das angesprochene Publikum erkennbar aus den beiden Bestandteilen "Power" und "Teacher" gebildet, was sich insbesondere aus der Binnengroßschreibung des Buchstabens T ergibt. Der ursprünglich englischsprachige Begriff "Power" ist seit langer Zeit im deutschen Sprachgebrauch verankert und bedeutet "Kraft, Stärke, Leistung, Wucht". Es hat sich eingedeutscht zu einem allgemeinen Verstärkungshinweis entwickelt, der in vielen Zusammenhängen angewendet wird (vgl. BPatG, Beschlüsse vom 27. Juli 1999, Az.: 24 W (pat) 6/99 - Power Clean; vom 14. Januar 2003, Az.: 24 W (pat) 114/01 - Power Shower; vom 31. Januar 2007, Az.: 32 W (pat) 54/05 - Power Drops; BPatG GRUR 1993, 635 - Powerserver; GRUR 1994, 399 - Powerzaun). Das zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörende Wort "Teacher" wird das Publikum ohne weiteres mit "Lehrer" übersetzen. Jedes dieser beiden Wörter wäre in Alleinstellung für die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht schutzfähig. "Teatcher" weist auf die angesprochenen Verbraucher und auf die Anbieter der streitgegenständlichen Dienstleistungen hin; "power" ist ein allgemeiner Hinweis auf Leistungsfähigkeit von Dingen und Menschen. Bei "Power" handelt es sich um ein (jedenfalls nahezu) universell einsetzbares und auch werblich entsprechend eingesetztes Wertversprechen. Einem solchermaßen (nahezu) unbegrenzt in beschreibender Bedeutung verwendbaren Begriff fehlt aber jegliche markenmäßige Unterscheidungskraft, wenn den angemeldeten Waren die mit ihm gemeinten Eigenschaften zukommen oder Dienstleister damit bezeichnet werden können (vgl. BGH GRUR 1995, 410 f. - TURBO; BPatG, Beschluss vom 17. Oktober 1995, Az.: 24 W (pat) 175/94 - Power), was vorliegend der Fall ist.

In der Gesamtheit, auf die bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft maßgeblich abzustellen ist, ergibt sich keine Unterscheidungskraft. Ein merklicher Unterschied zwischen der Wortfolge im Ganzen und der bloßen Summe ihrer Bestandteile lässt sich - bezogen auf die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen - nicht feststellen. Eine ungewöhnliche Wortkombination liegt nicht vor.

Zutreffend ist die Markenstelle davon ausgegangen, dass alle beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen von einem Lehrer erbracht oder benötigt werden können. Dies können die Druckereierzeugnisse und Lehr- und Unterrichtsmittel sein, die zum Unterricht benötigt werden und die Ausbildung selbst. Der Markenbegriff gibt somit keinen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen, sondern ist ein Hinweis auf den Zweck der Waren und den Erbringer der Dienstleistungen, nämlich einen Lehrer. "Power" verstärkt diesen Hinweis dahingehend, dass die Unterrichtsmittel einen kraftvollen Unterricht ermöglichen, die Kompetenz des Lehrers erhöhen bzw. dass der Dienstleistungsanbieter besonders leistungstark sei bzw. dass die Dienstleistung eine hohe Performance erzielt (HABM vom 19. März 2007, R 0862/04-4).

Die Anmelderin kann sich zur Begründung der Unterscheidungskraft nicht erfolgreich darauf stützen, bei der angemeldeten Marke handle es sich insbesondere im deutschen Sprachraum um eine sprachliche Neuschöpfung. Nach der Rechtsprechung des EuGH, an welche der Senat in allen Anmeldeverfahren gebunden ist, ist eine Anmeldemarke zum einen auch dann von der Eintragung ausgeschlossen, wenn sie bislang nicht verwendet wurde (vgl. EuGH GRUR 2004, 146, 147 f., Rz. 32 - DOUBLEMINT) und zum anderen aus Bestandteilen besteht, die für sich betrachtet beschreibend sind, sofern nicht - wofür vorliegend keinerlei Anhaltspunkte bestehen - die Art ihrer Zusammensetzung von der bloßen Aneinanderreihung beschreibender Angaben wegführt (vgl. EuGH MarkenR 2004, 99, 109, Rz. 98 - Postkantoor; MarkenR 2004, 111, 115, Rz. 39 f. - BIOMILD; GRUR 2004, 943, 944, Rz. 28 - SAT 2; GRUR 2006, 229, 230, Rz. 29 - BioID; MarkenR 2007, 204, 209, Rz. 77 f. - CELLTECH).

Entgegen der Auffassung der Anmelderin begründet auch die Schreibweise der angemeldeten Bezeichnung in einem Wort und die Binnengroßschreibung keine Unterscheidungskraft, da diese Schreibweise im Rahmen eines üblichen Schriftbildes liegt (BGH GRUR 2003, 963, 965 - AntiVir/AntiVirus). Die Schreibweise ist daher nicht geeignet, der Marke in ihrem Gesamteindruck die Eignung zur Unterscheidung der betrieblichen Herkunft der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu verleihen.

Ob der Eintragung zusätzlich das Schutzhindernis der Merkmalsbezeichnung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr gemäß § 71 Abs. 3 MarkenG besteht kein Anlass.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

br/Fa