



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 114/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 38 397.7

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 1. Februar 2010 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Schwarz und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die am 20. Juni 2006 angemeldete Wortmarke

medieval

mit Erstbeschluss vom 10. Oktober 2007 teilweise, nämlich für die Dienstleistungen

„Veranstaltung und Vermittlung von Unterhaltungsangeboten, insbesondere von Feiern, Festen und Ausflügen sowie sportlichen und kulturellen Aktivitäten; Betrieb von Freizeitparks und Kultureinrichtungen; Dienstleistungen zur Beherbergung und Verpflegung von Gästen“

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die angemeldete Marke bestehe aus dem englischen Umgangswort medieval (= mittelalterlich). Die Bezeichnung werde lediglich als Hinweis auf den Zweck und den Inhalt bzw. die Thematik der beanspruchten Dienstleistungen im Sinne von „mittelalterlichen Festen, Feiern, Freizeitparks, die das Leben im Mittelalter nachgestalten oder die Beherbergung und Verpflegung im Stile des Mittelalters“ verstanden. Somit handle es sich gleichfalls um eine bewerbende Aussage. Dem Beschluss beigefügt sind Google-Suchlisten zu medievale Veranstaltungen bzw. medievale Verpflegung, die eine Verwendung des Begriffs in Deutschland durch Dritte belegen.

Die hiergegen eingelegte Erinnerung hat die Markenstelle mit Beschluss vom 4. Dezember 2008 im Wesentlichen aus den Gründen des Erstbeschlusses zurückgewiesen. Auch die Erinnerungsprüferin hält die angemeldete Bezeichnung

für Freihaltungsbedürftig und nicht Unterscheidungskräftig. Das zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörende Wort „medieval“ bedeute laut Wörterbuch zu Deutsch „mittelalterlich“. Die Angabe „mittelalterlich“ eigne sich ohne weiteres als sachliche Angabe über die Beschaffenheit, die Eigenschaft oder den Gegenstand von Dienstleistungen und den Inhalt von Veranstaltungen, denn das Mittelalter als Zeitalter zwischen Altertum und Neuzeit sei in der Gegenwart wieder als thematische Ausrichtung von Feiern, Festen und anderen sportlichen oder kulturellen Aktivitäten beliebt. Ein Markt könne „mittelalterlich“ sein, ein Theaterstück vom Mittelalter handeln, ein Fest ein „mittelalterliches“ Ambiente besitzen. Dabei erstrecke sich die Eignung zur Beschreibung ohne weiteres auf alle zurückgewiesenen Dienstleistungen. Schließlich gehöre zur Ausgestaltung von historischen Veranstaltungen wie Feiern und Festen auch der Betrieb von entsprechenden Kultureinrichtungen sowie die Beherbergung und Verpflegung von Gästen. Dem Beschluss beigefügt sind weitere Internetausdrucke, die auf Mittelalterfeste hinweisen und dabei auch das Wort „medieval“ verwenden.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders, mit der er sinngemäß beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle in dem Umfang aufzuheben, in dem die Anmeldung zurückgewiesen wurde und die angemeldete Marke in vollem Umfang einzutragen.

Die Beschwerdebegründung des Anmelders entspricht im Wortlaut identisch der Erinnerungsbegründung. Auf den Erinnerungsbeschluss, der sich mit der Erinnerungsbegründung auseinandersetzt, geht der Anmelder in seiner Beschwerdebegründung nicht ein. Der Anmelder hält die angemeldete Bezeichnung für unterscheidungskräftig und nicht Freihaltungsbedürftig. Der Begriff „medieval“ habe ein breites Bedeutungsspektrum und könne daher sowohl als Hinweis auf eine regionale bzw. geografische Lage des Erbringungsorts von Dienstleistungen als auch als Hinweis auf z. B. Spielzeugartikel, Presseerzeugnisse, Gesellschaftsspiele

oder viele sonstige Inhalte einer Dienstleistung stehen und verstanden werden. Bezüglich der beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen sei ein beschreibender Begriffsinhalt der Marke „medieval“ nicht erkennbar.

II

Die zulässige Beschwerde hat keinen Erfolg. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen anschließt, hat die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung teilweise die Eintragung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt.

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen. Die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr.; EuGH GRUR Int. 2005, 1012, Rdn. 27 ff. - BioID; BGH GRUR 2006, 850 - FUSSBALL WM 2006). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Sicht des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers abzustellen ist (EuGH GRUR 2004, 943, 944, Rdn. 24 - SAT 2). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass die Verbraucher ein als Marke verwendetes Zeichen in der Regel so aufnehmen, wie es ihnen entgegentritt, ohne es einer näheren analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428, 431, Rdn. 53 - Henkel). Enthält eine Bezeichnung einen beschreibenden Begriffsinhalt, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solche erfasst wird, ist ihr die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass die Verbraucher sie als Unterscheidungsmittel verstehen (BGH

GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Dies gilt auch für fremdsprachige Bezeichnungen, die aus gängigen Ausdrücken einer Welthandelsprache oder der einschlägigen Fachsprache gebildet sind (Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 109).

Nach diesen Grundsätzen fehlt der angemeldeten Marke „medieval“ für die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft, da sie bezüglich dieser Dienstleistungen einen ohne weiteres erkennbaren Begriffsinhalt aufweist, der dazu führt, dass das angemeldete Zeichen nicht als Marke verstanden wird.

Einer fremdsprachigen Wortmarke, wie der vorliegenden, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn die beteiligten Verkehrskreise die Bedeutung erkennen und in ihr keinen Herkunftshinweis sehen.

Den Bedeutungsgehalt des englischsprachigen Wortes „medieval“ im Sinne von „mittelalterlich“ hat die Markenstelle zutreffend dargelegt (siehe Duden-Oxford-Großwörterbuch Englisch, 3. Aufl. Mannheim 2005). Dass „medieval“ neben der Bedeutung „mittelalterlich“ noch weitere Bedeutungsinhalte haben soll, vermag der Senat entgegen der Auffassung des Anmelders nicht zu erkennen. Die vom Anmelder aufgezeigten Bedeutungsinhalte als Hinweis auf eine Region, Spielzeugartikel, Presseartikel oder Gesellschaftsspiele sind für den Senat nicht nachvollziehbar.

Für die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen „Veranstaltung und Vermittlung von Unterhaltungsangeboten, insbesondere von Feiern, Festen und Ausflügen sowie sportlichen und kulturellen Aktivitäten; Betrieb von Freizeitparks und Kultureinrichtungen; Dienstleistungen zur Beherbergung und Verpflegung von Gästen“ stellt die Bezeichnung „medieval“ eine im Vordergrund des Verständnisses stehende Sachangabe dar. Der Begriff ergibt in Bezug auf diese Dienstleistungen für breite Abnehmerkreise, an die sich die Dienstleistungen richten, den

naheliegenden und unmittelbar im Vordergrund des Verständnisses stehenden Sinngehalt, dass diese Dienstleistungen aus Anlass oder in Verbindung mit einer Veranstaltung erbracht werden, die das Leben im Mittelalter zum Inhalt bzw. Thema haben. Dafür sprechen insbesondere die von der Markenstelle ermittelten Internetbelege, die ausreichend belegen, dass der Begriff „medieval“ von Dritten im Inland beschreibend als Hinweis auf sog. Mittelalterfeste verwendet wird. Auch aus sog. Phantasiespielen bzw. -filmen ist den Durchschnittsverbrauchern die Bedeutung „mittelalterlich“ bekannt.

Damit steht einer Schutzgewährung auch § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen, weil das Wort „medieval“ beschreibend verwendet werden kann und auch von deutschsprachigen Verbrauchern als „mittelalterlich“ verstanden wird.

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

Fa