



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 558/10

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2009 028 075.4

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 18. August 2011 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin am Landgericht Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Anmeldung der Wortmarke

Wirtschaft trifft Ehrenamt

hat die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 29. April 2010 für die Dienstleistungen

„Sammeln von Spenden; Rettungsdienste (Bergung und Transport); Erziehung und Ausbildung, insbesondere Durchführung von Schulungen, Seminaren und Fortbildungsveranstaltungen; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen; von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse“

wegen fehlender Unterscheidungskraft und eines Freihaltungsbedürfnisses zurückgewiesen. Zur Begründung hat die Markenstelle auf den vorangegangenen Beanstandungsbescheid vom 13. Januar 2010 verwiesen, zu dem sich die Anmelderin nicht geäußert hat. In dem Beanstandungsbescheid ist ausgeführt, bei der angemeldeten Wortfolge handle es sich um einen werbeüblich gebildeten Slogan, welcher in seiner Bedeutung unzweifelhaft sei. Slogans mit „trifft“ seien werbeüblich. Die angemeldete Marke werde in ihrer Gesamtheit ohne weiteres als anpreisender und bewerbender Werbeslogan mit Sachhinweis in Bezug auf den Vergleich, die Begegnung oder die Zusammenarbeit von Wirtschaft, als Synonym für (die Gesamtheit der) Unternehmen, und Ehrenamt, im Sinne von freiwilliger unentgeltlicher Tätigkeit oder Engagements z. B. in Vereinigungen, Institutionen oder

Initiativen verstanden werden. Die branchenübliche Bildung des angemeldeten Slogans könne durch eine Internetrecherche umfangreich belegt werden. So gebe es Initiativen, Konferenzen oder Projekte, die sich durch die Unterstützung und Beteiligung der Wirtschaft bzw. von Unternehmen auszeichneten wie beispielsweise „Wirtschaft trifft Wissenschaft“, „Wirtschaft trifft Campus“, „Wirtschaft trifft Verwaltung“ oder „Wirtschaft trifft Schule“, wie dem Beanstandungsbescheid beigefügten Internetausdrucken zu entnehmen sei. Selbst der angemeldete Slogan „Wirtschaft trifft Ehrenamt“ habe bereits unabhängig vom Anmelder Verwendung gefunden, wie ein von der Markenstelle recherchierter Internetausdruck belege.

Bezeichnungen, die nur beschreibende, sachhinweisende Angaben allgemeiner Art enthielten, fehle regelmäßig die Unterscheidungskraft. Die aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache gebildete Wortfolge rücke die beanspruchten Dienstleistungen und eine damit verbundene Inhalts- und Themenangabe in den Vordergrund. Dem potentiellen Kunden des Anmelders werde vermittelt, dass die beanspruchten Dienstleistungen in Zusammenarbeit von ehrenamtlichen Initiativen oder Engagements mit Unterstützung durch die Wirtschaft, beispielsweise durch Sponsoring, erbracht würden (Klasse 36, 39 oder 45), dass sich die Dienstleistungen inhaltlich mit der Kooperation von Unternehmen und ehrenamtlicher Tätigkeit befassen (Ausbildungsdienstleistungen der Klasse 41) oder es sich um Veranstaltungen kultureller, unterhaltender, sportlicher Art mit üblicherweise hierzu erbrachten Nebendienstleistungen der Klasse 43 handle, die unter dem Motto „Wirtschaft trifft Ehrenamt“ erbracht würden oder sich thematisch damit im o. g. beschreibenden Sinne befassen. So seien beispielsweise Benefizveranstaltungen denkbar, in welchen die ehrenamtliche Tätigkeit und das karitative Engagement von Unternehmen gewürdigt oder entsprechende Projekte vorgestellt würden. Denkbar seien auch Veranstaltungen, auf denen Kontakte zwischen ehrenamtlichen Initiativen und Unternehmen geknüpft würden.

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

den Beschluss der Markenstelle vom 29. April 2010 aufzuheben
und die Eintragung der angemeldeten Marke anzuordnen.

Eine zunächst angekündigte Beschwerdebegründung hat sie nicht zu den Gerichtsakten gereicht.

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 Senat musste der Anmelderin den beabsichtigten Termin zur Beschlussfassung nicht zuvor mitteilen; das Gebot des rechtlichen Gehörs verlangt lediglich, Verfahrensbeteiligten die Möglichkeit zu geben, Stellungnahmen zum Sachverhalt abzugeben, ihre Auffassung zu Rechtsfragen darzulegen sowie Anträge zu stellen. Nachdem die Beschwerde vom Juni 2010 datiert, bestand hierzu hinreichend Gelegenheit.

2. Die zulässige Beschwerde bleibt in der Sache ohne Erfolg, weil der angemeldeten Bezeichnung für die verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne dieser 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 Int. 2005, 1012, Nr. 27 ff. - BioID; BGH GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Die Schutzfähigkeit als Marke ist dabei stets anhand der angemeldeten Bezeichnung in ihrer Gesamtheit zu beurteilen (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rn. 18). Enthält eine Bezeichnung danach einen beschreibenden Begriffsinhalt, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass das Publikum sie als Unterscheidungsmittel versteht (BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard).

Ist - wie hier - die Unterscheidungskraft einer Wortfolge zu beurteilen, so bestehen grundsätzlich keine abweichenden Anforderungen gegenüber anderen Wortmarken. Bei einer aus mehreren Wörtern bestehenden Marke ist auf die Bezeichnung in ihrer Gesamtheit abzustellen (BGH GRUR 2001, 162 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Wortfolgen sind dann nicht unterscheidungskräftig, wenn es sich um beschreibende Angaben oder um Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art handelt (BGH BIPMZ 2000, 161 - Radio von hier). Dies ist vorliegend der Fall.

Das von den Dienstleistungen angesprochene breite Publikum wird die Wortfolge in Bezug auf die Dienstleistungen entweder als Werbeslogan oder als beschreibende Sachangabe verstehen. Sämtliche beanspruchten Dienstleistungen können einen Bezug zu einer Veranstaltung haben, bei der Vertreter der Wirtschaft mit Personen, die ein Ehrenamt ausüben, zusammentreffen. Zur Begründung wird im Übrigen auf die zutreffenden Ausführungen der Markenstelle in dem Beanstandungsbescheid vom 23. Januar 2010 verwiesen, auf die sich der angegriffene Beschluss stützt. Da die Anmelderin ihre Beschwerde nicht begründet hat, ist nicht ersichtlich, inwieweit sie den Beschluss für angreifbar hält.

3. Ob einer Registrierung der angemeldeten Marke auch das Schutzhindernis der Merkmalsbezeichnung (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) entgegensteht, kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Fa