



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 514/12

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2011 041 315.0

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 18. Juli 2012 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richterin Kortge und die Richterin am Landgericht Uhlmann

beschlossen:

Der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 13. Januar 2012 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Das Wort-/Bildzeichen



Herrschafts
Zeiten.

ist am 29. Juli 2011 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet worden für Dienstleistungen der

Klasse 35:

Werbung; Geschäftsführung; Dienstleistungen von Werbeagenturen;

Klasse 37:

Dienstleistungen im Bau- und Reparaturwesen; Bauprojektförderung;

Klasse 41:

Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; öffentliche Präsentation von Kunst.

Mit Beschluss vom 13. Januar 2012 hat die Markenstelle für Klasse 35 die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und Freihaltebedürftigkeit gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, der sloganartige Wortbestandteil "Herrschafts' Zeiten." sei eine umgangssprachlich sehr bekannte Redensart. Solche Redensarten seien im Alltag zur Erzeugung von Aufmerksamkeit sowie zur sloganartigen Bewerbung von Waren und/oder Dienstleistungen üblich. Die angemeldete Bezeichnung enthalte keinen Aussagegehalt, der über eine Aufmerksamkeit erregende bzw. zur Inanspruchnahme der damit gekennzeichneten Dienstleistungen anregende Anpreisung hinausgehe. Auch die einfache, werbeübliche grafische Gestaltung könne die Schutzfähigkeit des angemeldeten Wort-/Bildzeichens nicht begründen. Zudem bestehe ein Freihaltebedürfnis. Ferner werde darauf hingewiesen, dass noch nicht alle formellen Erfordernisse des Verzeichnisses der Dienstleistungen der Anmeldung bezüglich der Klassifikation erfüllt seien, eine Klärung aber aufgrund der Schutzunfähigkeit zurückgestellt worden sei.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die die Aufhebung des Beschlusses des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 13. Januar 2012 begehrt.

Die Beschwerdeführerin hat sich weder im Amts- noch im Beschwerdeverfahren geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach § 66 Abs. 1 i. V. m. § 64 Abs. 6 MarkenG statthafte Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache Erfolg.

Der Eintragung des angemeldeten Wort-/Bildzeichens  als Marke gemäß §§ 33 Abs. 2, 41 MarkenG steht in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen kein absolutes Schutzhindernis, insbesondere auch nicht das der fehlenden Unterscheidungskraft oder des Freihaltebedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 2 MarkenG, entgegen.

1. a)

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2008, 608, 611 Rdnr. 66 f. – EUROHYPO; BGH GRUR 2010, 825, 826 Rdnr. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; 935 Rdnr. 8 – Die Vision; GRUR 2006, 850, 854 Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2006, 233, 235 Rdnr. 45 - Standbeutel; 229, 230 Rdnr. 27 - BioID; a. a. O. Rdnr. 66 - EUROHYPO; BGH GRUR 2008, 710 Rdnr. 12 - VISAGE; GRUR 2009, 949 Rdnr. 10 - My World; a. a. O. - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard;). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH MarkenR 2012, 19 Rdnr. 8 – Link economy; GRUR 2010, 1100 Rdnr. 10 – TOOOR!; a. a. O. - Marlene-Dietrich-Bild-

nis II; GRUR 2009, 411 Rdnr. 8 - STREETBALL; 778, 779 Rdnr. 11 - Willkommen im Leben; 949 f. Rdnr. 10 - My World; a. a. O. - FUSSBALL WM 2006).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411, 412 Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944 Rdnr. 24 - SAT 2; BGH a. a. O. – Die Vision; 825, 826 Rdnr. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; a. a. O. - FUSSBALL WM 2006). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428, 431 Rdnr. 53 - Henkel; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; MarkenR 2000, 420, 421 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Ausgehend hiervon haben Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, 678 Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2009, 952, 953 Rdnr. 10 - DeutschlandCard; a. a. O. 854 Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 – BerlinCard; a. a. O. - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - anti KALK) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache 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 a. a. O. - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten – Schlechte Zeiten).

Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH a. a. O. 1102 Rdnr. 23 – TOOOR!; a. a. O. 855 Rdnr. 28 f. – FUSSBALL WM 2006). Dabei gilt, dass je bekannter der beschreibende Begriffsgehalt für die Waren oder Dienstleistung ist, desto eher wird er auch nur als solcher erfasst, wenn er im Zusammenhang mit der Kennzeichnung der Ware oder Dienstleistung in Erscheinung tritt (BPatG GRUR 2007, 58, 60 – BuchPartner). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146, 147 f. Rdnr. 32 – DOUBLEMINT; 674, 678 Rdnr. 97 – Postkantoor; 680, 681 Rdnr. 38 – BIOMILD; GRUR 2003, 58, 59 Rdnr. 21 – Companyline); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind, sofern das Gesamtzeichen nicht infolge einer ungewöhnlichen Veränderung – etwa syntaktischer oder semantischer Art – hinreichend weit von der bloßen Zusammenfügung ihrer schutzunfähigen Bestandteile abweicht (EuGH MarkenR 2007, 204, 209 Rdnr. 77 f. – CELLTECH; a. a. O. Rdnr. 29 – BioID; a. a. O. Rdnr. 98 – Postkantoor; a. a. O. Rdnr. 39 f. – BIOMILD; a. a. O. Rdnr. 28 – SAT 2).

Von diesen Grundsätzen ist auch bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft von (sloganartigen) Wortfolgen auszugehen, ohne dass unterschiedliche Anforderungen an die Unterscheidungskraft von Wortfolgen gegenüber anderen Wortzeichen gerechtfertigt sind (EuGH GRUR 2010, 228, 231 Rdnr. 36 – Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027, 1029 Rdnr. 32 u. 36, 1030 Rdnr. 44 – DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH a. a. O. Rdnr. 12 – My World; GRUR 2009, 778, 779 Rdnr. 12 – Willkommen im Leben; a. a. O. Rdnr. 9 – Die Vision). Vielmehr ist in jedem Fall zu prüfen, ob die Wortfolge einen ausschließlich produktbeschrei-

benden Inhalt hat oder ihr über diesen hinaus eine, wenn auch noch so geringe Unterscheidungskraft für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen zukommt (BGH a. a. O. – My World, Willkommen im Leben u. Die Vision). Selbst wenn aber Marken, die aus Zeichen oder Angaben bestehen, die sonst als Werbeslogans, Qualitätshinweise oder Aufforderungen zum Kauf der in Bezug genommenen Waren und Dienstleistungen verwendet werden, eine Sachaussage in mehr oder weniger großem Umfang enthalten, ohne unmittelbar beschreibend zu sein, können sie dennoch geeignet sein, den Verbraucher auf die betriebliche Herkunft der in Bezug genommenen Waren oder Dienstleistungen hinzuweisen (EuGH a. a. O. Rdnr. 56 – Vorsprung durch Technik). Dies kann insbesondere dann der Fall sein, wenn diese Marken nicht nur in einer gewöhnlichen Werbemitteilung bestehen, sondern eine gewisse Originalität oder Prägnanz aufweisen, ein Mindestmaß an Interpretationsaufwand erfordern oder bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen Denkprozess auslösen (EuGH a. a. O. Rdnr. 57 – Vorsprung durch Technik; BGH a. a. O. – My World).

b)

Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG genügt schon das Wortelement des Wort-/Bildzeichens

Herrschafts'
Zeiten.

Es ist aufgrund seiner Kürze prägnant, einfach gehalten und eingängig. Ohne ergänzende Zusätze ist es in Bezug auf die angemeldeten Dienstleistungen entgegen der Ansicht der Markenstelle mehrdeutig und regt zum Nachdenken an, ohne dass ein beschreibender Begriffsinhalt für die beanspruchten Dienstleistungen oder ein enger beschreibender Bezug zu ihnen erkennbar ist. Damit verfügt das Anmeldezeichen über die erforderliche Eigenart, um von den angesprochenen Verkehrskreisen als Unternehmenshinweis für die in Rede stehenden Dienstleistungen aufgefasst zu werden.

aa)

Zu den maßgeblichen inländischen Verkehrskreisen zählen hier sowohl allgemeine und breite Verbraucherkreise als auch der Fachverkehr.

bb)

Der Wortbestandteil des Anmeldezeichens setzt sich aus den – auch optisch getrennten – deutschen Begriffen "Herrschafts" und "Zeiten" sowie aus einem Apostroph nach "Herrschafts" und einem Punkt nach "Zeiten" zusammen.

aaa)

Dem Substantiv "Herrschaft" kommen die Bedeutungen "Recht und Macht, über jemanden zu herrschen; Person oder Personen, die über jemanden herrscht oder herrschen; Besitztum, Landgut eines Freiherrn oder Standesherrn oder verhüllender Ausdruck für 'Herrgott'" zu, wobei die letztere Bedeutung mit dem Zusatz 'noch mal!' einen umgangssprachlichen Ausruf des Unwillens bildet (Duden – Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]).

bbb)

Das Apostroph hinter dem "s" des Zeichenwortes "Herrschafts" zeigt die Genitivform dieses Substantivs an.

ccc)

"Zeiten" ist die Pluralform des Substantivs "Zeit". Darunter versteht man "Ablauf, Nacheinander, Aufeinanderfolge oder Augenblicke, Stunden, Tage, Wochen, Jahre; Zeitpunkt; Zeitraum; Zeitabschnitt (des Lebens, der Geschichte einschließ-

lich der herrschenden Verhältnisse), Zeitspanne; (sprachwissenschaftliche) Zeitform, Tempus" (Duden – Deutsches Universalwörterbuch, a. a. O.).

ddd)

Der Gesamtbegriff der "Herrschaftszeit" wird als "Zeit, in der jemand oder eine Institution herrscht" verstanden (www.duden.de/rechtschreibung/Herrschaftszeit).

eee)

Der Punkt hinter "Zeiten" ist ein Schlusszeichen und steht in der Regel in dieser Funktion am Ende von Sätzen.

cc)

In seiner Gesamtbedeutung werden die angesprochenen Verkehrskreise mit dem Wort-/Bildzeichen in visueller Hinsicht die Vorstellung von einem Zeitabschnitt verbinden, in welchem mächtige Personen, insbesondere Feudalherren, andere Menschen beherrschten oder den man auf dem Landgut eines Freiherrn verbringt.

dd)

In klanglicher Hinsicht, also insbesondere ohne Wahrnehmung des optischen Schlusspunktes, wird das angesprochene Publikum den Gesamtausdruck als einen bayerischen Ausruf von Unmut, Unzufriedenheit, Ärger, Unwillen oder ungeduldiger Entrüstung verstehen (Geier-Leisch, Das neue Schimpfwörterbuch, 1998, S. 131; www.duden.de/rechtschreibung/Herrschaftszeit; www.redensarten-index.de). Denn "Herrschaftseiten", "Herrschaftzeiten" oder "Herrschaftzeitn" ist ein seit dem 19. Jahrhundert in Bayern gebräuchlicher Fluch bzw. eine Verwünschung. Dabei ist "Herrschaft" aus "Herrgott" entstellt und "-seiten" oder "-zeiten" aus "sakra" für "verdammt" (<http://www.duden.de/rechtschreibung/sakra>) und "Dei-

fi" für "Teufel" zusammengewachsen (Küpper, PONS - Wörterbuch der deutschen Umgangssprache, 1997, S. 342).

ee)

Keine der vorgenannten Gesamtbedeutungen ist geeignet, eine Sachaussage über die beanspruchten Dienstleistungen zu treffen oder einen engen beschreibenden Bezug zu ihnen herzustellen.

aaa)

Das Worтеlement "Herrschafts' Zeiten." bezeichnet weder eine Branche noch ein Medium, in dem die in Klasse 35 angemeldeten Werbedienstleistungen erbracht werden könnten (BGH GRUR 2009, 949, 951 Rdnr. 24 – My World). Auch für die Dienstleistung "Geschäftsführung" macht die Bezeichnung keinen Sinn. Weder kann diese für (vergangene) Zeiten der Feudalherrschaft erbracht werden, noch kann allein aus dem Umstand, dass beim Misslingen von Vorhaben Unmutsäußerungen in dieser Form vorkommen können, auf einen Sachhinweis geschlossen werden.

bbb)

Aus dem gleichen Grund weist die angemeldete Wortfolge auch für die in Klasse 37 beanspruchten "Dienstleistungen im Bau- und Reparaturwesen; Bauprojekt-förderung" keinen beschreibenden Charakter auf.

ccc)

Was die in Klasse 41 angemeldeten Dienstleistungen "Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; öffentliche Präsentation von Kunst" betrifft, kann allein daraus, dass die verfahrensgegenständliche Wortfolge Titel von Theaterstücken, Aufsätzen, Bü-

chern, (Kunst-)Ausstellungen etc. sein kann, die der Unterhaltung dienen, noch nicht angenommen werden, dass es sich um eine allgemeinverständliche Inhalts- oder Gegenstandsangabe handelt. Denn, wie bereits eingehend dargelegt, kommen auch hier mehrere Bedeutungen des Anmeldezeichens in Betracht, von denen keine ohne entsprechende Zusätze einen eindeutigen Aussagegehalt vermittelt. Soweit darunter ein Zeitraum der Feudalherrschaft verstanden wird, muss hinzugefügt werden, um welche Epoche oder um welchen Herrscher es sich handelt. Bei einem Verständnis als Unwillensäußerung oder Fluch wird die Information benötigt, über wen oder was sich der Fluchende so aufregt.

2.

Wegen der fehlenden Eignung zur unmittelbaren Beschreibung der in Rede stehenden Dienstleistungen kann bei dem angemeldeten Wort-/Bildzeichen auch ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht bejaht werden.

3.

Vor einer Eintragung des Anmeldezeichens wird die Markenstelle jedoch noch Unklarheiten des Dienstleistungsverzeichnisses zu klären haben, welche sie im angefochtenen Beschluss vorläufig zurückgestellt hat.

Grabrucker

Kortge

Uhlmann

Hu