



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 56/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 23 324.3

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 20. Juli 2009 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Schwarz und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

Uni-Recht

ist am 10. April 2007 für die Waren und Dienstleistungen

"Druckereierzeugnisse, Bücher, Zeitschriften, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Ausbildung, Erziehung und Unterricht, Coaching, Dienstleistungen eines Verlages (ausgenommen Druckarbeiten); Recherchen in Datenbanken und im Internet für Wissenschaft und Forschung; Nachforschungen in Rechtsangelegenheiten, Rechtsberatung und -vertretung"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung durch Erstbeschluss vom 7. Januar 2008 vollständig wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Im gegebenen Sachzusammenhang werde "Uni" ohne weiteres als Abkürzung für "Universität" aufgefasst. Weitere diesem Wort innewohnende Bedeutungsgehalte seien hier nicht zu berücksichtigen, da sie nicht nahegelegt seien. "Uni" weise hier ausschließlich darauf hin, dass die Waren und Dienstleistungen für Universitäten bestimmt, von ihnen erbracht oder im universitären Umfeld benötigt bzw. getätigt werden könnten. "Recht" stelle einen Hinweis auf den Gegenstand und die inhaltliche Ausrichtung der so bezeichneten Waren und Dienstleistungen dar, die einen rechtlichen, universitätsbezogenen Hintergrund besäßen. Soweit es die Waren der Klasse 16 betreffe, sei nicht auszuschließen, dass nicht unbeachtliche Teile des angesprochenen inländischen

Publikums die angemeldete Bezeichnung "Uni-Recht" nur als Titel auffassten und ihr schon deshalb keine Unterscheidungskraft beimäßen. Dass der Aussagegehalt der Bezeichnung hier zugleich durchaus breit sei, stehe der Annahme einer beschreibenden Annahme nicht entgegen, denn es liege in der Natur inhaltsbeschreibender Titel, dass sie die behandelte Thematik bzw. den Inhalt lediglich grob umrissen. Für die Waren der Klasse 16 stelle die Bezeichnung erkennbar eine inhaltsbeschreibende Angabe dar und werde deshalb auch nicht als betriebliches Unterscheidungsmittel aufgefasst.

Die gegen diese Entscheidung eingelegte Erinnerung hat die Markenstelle durch Beschluss vom 21. Mai 2008 im Wesentlichen aus den Gründen des Erstbeschlusses zurückgewiesen. Für allgemeine Verbraucherkreise sei die angemeldete Wortverbindung "Uni-Recht" sprachüblich aus jedermann geläufigen Begriffen gebildet, mit denen die betreffenden Verkehrskreise in Verbindung mit den mit der Anmeldung beanspruchten Waren/Dienstleistungen unmittelbar einen sachlich beschreibenden Sinngehalt verbinden würden. Ein solches Verständnis liege auch deshalb nahe, weil die Verbraucher an vergleichbare Wortbildungen wie Baurecht, Verfassungsrecht, Privatrecht, Scheidungsrecht usw. gewöhnt seien. Jedenfalls komme bei zusammengesetzten Substantiven dem Umstand, dass eine neue Kombination nicht lexikalisch nachweisbar sei, kaum indizielle Bedeutung gegen den tatsächlichen Gebrauch oder die allgemeine Verständlichkeit zu; denn Substantive könnten in vielfältigster Weise zusammengefügt werden, ohne dass sich die Möglichkeiten vollständig erfassen ließen.

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

die Beschlüsse der Markenstelle vom 7. Januar 2008 und vom 18. Juni 2008 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Obwohl die Anmeldung vollständig zurückgewiesen wurde, geht der Anmelder in seiner Beschwerdebegündung von einer teilweisen Zurückweisung aus. Der Anmelder hält die Marke in ihrer Kombination für unterscheidungskräftig. Bei der Marke handle es sich um eine lexikalisch nicht nachweisbare Wortneuschöpfung. In ihrer Gesamtheit vermittele die Marke einen ganz anderen Eindruck als die Summe ihrer Teile. Es bestehe ein merklicher Unterschied zwischen der Summe und den Teilen. Ein Bedeutungsinhalt könne der Marke "Uni-Recht" nicht zugeordnet werden. Er wäre so verschwommen und undeutlich, dass dies für eine Zurückweisung nicht ausreiche. "Uni" könne nämlich auch als "einfarbig" verstanden werden. Der Verkehr könne sich unter dem Begriff "Uni-Recht" nichts vorstellen. Ein Rechtsgebiet "Uni-Recht" existiere nicht; daher hinke der Vergleich der Markenstelle mit "Baurecht" o. ä..

II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders bleibt in der Sache ohne Erfolg, weil der als Marke angemeldeten Bezeichnung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. 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 - BIOMILD; 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 2004, 674 - Postkantoor). Enthält eine Bezeichnung - wie hier -

einen beschreibenden Begriffsinhalt, der von einem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 - Henkel), ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird, so ist ihr die Registrierung als Marke zu versagen. Solche beschreibenden Angaben verstehen die Verbraucher nicht als Unterscheidungsmittel hinsichtlich der betrieblichen Herkunft (vgl. BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch).

Handelt es sich bei den beanspruchten Erzeugnissen und Angeboten um solche, die neben ihrem Charakter als handelbare Waren oder Dienstleistungen auch einen bezeichnungsfähigen gedanklichen Inhalt aufweisen oder aufweisen können, so ist - unbeschadet eines etwaigen Werktitelschutzes nach § 5 Abs. 3 MarkenG, für den geringere Anforderungen gelten, die markenrechtliche Unterscheidungskraft auch dann zu verneinen, wenn die betreffende Bezeichnung nach Art eines Sachtitels geeignet ist, diesen gedanklichen Inhalt der Waren und Dienstleistungen zu beschreiben (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHOEN; GRUR 2001, 1043 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten; GRUR 2002, 1070 - Bar jeder Vernunft; GRUR 2003, 342 - Winnetou).

Nach diesen Grundsätzen weist das angemeldete Zeichen nicht die für eine Eintragung als Marke erforderliche Unterscheidungskraft auf. In Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen wird die angemeldete Bezeichnung lediglich als Hinweis auf deren Thema bzw. Gegenstand, nicht aber als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden.

Die angemeldete Marke setzt sich aus den Begriffen "Uni" und "Recht" zusammen. Das angesprochene Publikum wird den Zeichenbestandteil "Uni" in Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen nur als die gängige Abkürzung für Universität verstehen. Entgegen der Auffassung des Anmelders kann nicht von einem Verständnis im Sinne von "einfarbig" ausgegangen werden, da der Bedeutungsgehalt eines Wortes stets konkret, d. h. in Bezug auf

die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu beurteilen ist. In Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen ergibt nur die Kurzform von "Universität", nicht aber "einfarbig" einen Sinn. Dies gilt insbesondere wegen des nachgestellten Wortes "Recht", das lediglich einen Hinweis auf das Thema bzw. den Gegenstand der so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen gibt, nämlich dass diese einen rechtlichen Bezug haben.

In ihrer Gesamtheit eignet sich die Bezeichnung "Uni-Recht" ohne weiteres zur inhaltlichen Beschreibung von medialen Produkten (Waren oder Dienstleistungen), die sich in irgendeiner Form mit dem Thema Recht und Universität beschäftigen oder einen Bezug zur Herstellung solcher Produkte aufweisen können (vgl. BGH GRUR 2003, 342 - Winnetou). Für die übrigen beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen aus dem Bereich Informationsbeschaffung und Beratung gilt nichts anderes.

Ob der Gesamtbegriff "Uni-Recht" lexikalisch nachweisbar ist oder gar bereits im vorgenannten Sinne verwendet wird, ist für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ohne jede Bedeutung (vgl. EuGH GRUR 2004, 146 - DOUBLEMINT). Dem Anmelder ist zwar zuzugeben, dass die angemeldete Marke eine gewisse begriffliche Unschärfe aufweist, die eine Reihe von Deutungsmöglichkeiten eröffnet. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs rechtfertigt eine solche inhaltliche Unschärfe und Mehrdeutigkeit aber nicht die Annahme, dass die so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen einem bestimmten individuellen Anbieter zugerechnet würden (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt; Ströbele/Hacker, MarkenR, 8. Aufl., § 8 Rdn. 58).

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

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

Ju/Hu