

von Verena Eckert

Bundespatentgericht: Wortneuschöpfung garantiert keinen Markeneintrag

In seinem Beschluss vom 26.09.2007 (Az.: 26 W (pat) 121/05) hat das Bundespatentgericht entschieden, dass der Begriff „Markenreisen“ nicht als Marke für Reisedienstleistungen eintragungsfähig ist, und hat damit die Auffassung der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamtes bestätigt, dass der Begriff beschreibend und damit nicht schutzfähig sei.

Der Begriff „Markenreisen“ war als Marke für die Dienstleistungen „Vorbereitung und Durchführung von Reisen jeder Art, Konzipierung, Inszenierung und Vermarktung zielgruppenorientierter Event-Reisen, zum Beispiel Kampagnen-Reisen, Image-Reisen, Sponsoring-Reisen“ in der Klasse 42 angemeldet worden.

Das Bundespatentgericht hat in seinem Beschluss festgestellt, dass der Eintragung der Marke die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind rein beschreibende Begriffe freihaltebedürftig und damit mangels Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) nicht eintragungsfähig. Das in dieser Bestimmung manifestierte Freihaltungsinteresse verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass Zeichen und Angaben, die Merkmale der Waren und Dienstleistungen beschreiben, von allen Marktteilnehmern frei verwendet werden können.

Der beschreibende Charakter müsse jedoch, so das Gericht, auch für die Wortneuschöpfung insgesamt und nicht nur für die einzelnen Wortbestandteile bejaht werden können, was allerdings bei einer bloßen Aneinanderreihung beschreibender Begriffe ohne Vornahme einer ungewöhnlichen Änderung der Fall sei. Unter Zugrundelegung dieser Grundsätze weise das aus zwei allgemeinen, äußerst geläufigen Begriffen bestehende angemeldete Zeichen „Markenreise“ die Eignung auf, sämtliche mit der Anmeldung beanspruchten Dienstleistungen zu beschreiben. Die angemeldete Marke reihe sich damit nahtlos in weitere, allgemein geläufige Wortzusammensetzungen wie „Markenartikel“, „Markenprodukt“, „Markenbewusstsein“ etc. ein und sei deshalb für die Mitbewerber freizuhalten, denen die Verwendung eines derart beschreibenden Begriffs unbenommen bleiben muss.

Eine Mehrdeutigkeit allein des Begriffes „Marke“ konnte das Gericht nicht erkennen, vielmehr einen im allgemeinen Verständnis häufig verwendeten Qualitätshinweis, so dass in Verbindung mit dem Begriff „Reise“ verwendet, die Marke den beschreibenden Sinngehalt vermittele, dass ein gleich bleibender Qualitätsstandard geboten werde.

Auch ließ das Gericht den Einwand der Markenanmelderin nicht gelten, dass sie den Begriff „Markenreisen“ erstmals benutzt und geprägt hatte, da allein die Verkehrsauffassung für den beschreibenden Charakter maßgeblich sei.

Fazit

Die Entscheidung macht darauf aufmerksam, dass selbst bei Wortneuschöpfungen keine Eintragung garantiert ist, wie eigentlich anzunehmen wäre. Stellt auch diese Neuschöpfung einen beschreibenden Begriff dar und besteht eine potentielle Nutzungsmöglichkeit durch andere Marktteilnehmer, ist der Begriff nicht eintragungsfähig.

Autor:

Verena Eckert

Rechtsanwältin