

von Daniel Röder

Da fehlt doch was: Fanmeile nicht als Marke eintragungsfähig

Wir weisen immer wieder gerne darauf hin: Nicht jede Marke ist eintragungsfähig - oft fehlt es an der Unterscheidungskraft. Mit seiner Entscheidung (v. 01.03.2018; Az.: 25 W (pat) 30/17) gab das BPatG der Beschwerde der Anmelderin der Marke „Fanmeile“ gegen die Zurückweisung der Anmeldung durch das DPMA nicht statt. Dem Wortzeichen „Fanmeile“ fehle jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, weshalb eine Eintragungsfähigkeit nicht gegeben sei.

Sachverhalt

Im Jahr 2014 wurde das Zeichen „Fanmeile“ als Wortmarke u.a. für die Waren der Klasse 30 (Zuckerwaren; Schokolade; Schokoladenwaren; feine Backwaren; Speiseeis; Präparate für die Zubereitung der vorgenannten Produkte) angemeldet. Die Anmeldung wurde vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) größtenteils (mit Ausnahme „Präparate für die Zubereitung der vorgenannten Produkte“ der Klasse 30) zurückgewiesen. Die Anmelderin legte daraufhin Beschwerde beim BPatG ein und beantragte, die Beschlüsse des DPMA aufzuheben.

Urteil des BPatG

Das BPatG gab der Beschwerde der Anmelderin mit Beschluss (v. 01.03.2018; Az.: 25 W (pat) 30/17) nicht statt. Der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts stellte fest, dass dem angemeldeten Wortzeichen „Fanmeile“ im Zusammenhang mit der streitgegenständlichen Warenklasse jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle. Unterscheidungskraft in diesem Zusammenhang sei die einer Marke anhaftende konkrete Eignung, von den beteiligten Verkehrskreisen als betrieblicher Herkunftshinweis angesehen zu werden. Wenn eine Bezeichnung nur beschreibenden Charakter habe, aus objektivem Blickwinkel also lediglich primär ein Zusammenhang zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen gesehen würde, sei keine Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG gegeben.

Eine etwaige Unterscheidungskraft ergebe sich zum Beispiel nicht bei Zeichenfolgen, welche lediglich Anpreisungen und Werbeaussagen enthalten. Auch bei Angaben, welche sich zwar auf Umstände der beanspruchten Waren/Dienstleistungen beziehen (ohne mit diesen unmittelbar zusammenzuhängen), denen gleichwohl aber ein enger beschreibender Bezug zuzusprechen sei, könne laut BPatG nicht von einer ausreichenden Unterscheidungskraft im Sinne der Norm ausgegangen werden.

Vorliegend sei die aus den Worten „Fan“ und „Meile“ zusammengesetzte Bezeichnung „Fanmeile“ in Verbindung mit der streitgegenständlichen Warenklasse nicht als unterscheidungskräftig anzusehen, da eine „Fanmeile“ lediglich eine Beschreibung für eine durch eine Menschenmenge aufgesuchte Veranstaltung im Rahmen der Übertragung von Sportereignissen im öffentlichen Raum darstelle. In

Kontrast zu der von der Anmelderin vertretenen Ansicht, dass Süßwaren aller Art im Allgemeinen nicht bei solchen Veranstaltungen zu erwerben seien, stellte das BPatG durch Recherchen fest, dass dieses Angebot an Süßwaren in der Praxis durchaus angetroffen werden könne.

Darüber hinaus stehe der fehlenden Schutzfähigkeit auch nicht die Tatsache entgegen, dass es sich bei „Fanmeile“ um keine genauer spezifizierte Art einer solchen handele, denn gerade aus sehr allgemein gehaltenen Bezeichnungen könne ein großes Allgemeininteresse an der Freihaltung resultieren.

Unter diesen Umständen kam der 25. Senat zu dem Ergebnis, dass die streitgegenständliche Bezeichnung „Fanmeile“ in Zusammenhang mit den beanspruchten Waren von den angesprochenen Verkehrskreise nicht als betrieblichen Herkunftshinweis, sondern als einen Sachhinweis betreffend der Durchführung einer Fanmeile aufgefasst werde, was einer Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegenstehe.

Fazit

Die Schutzfähigkeit von Marken in Bezug auf Veranstaltungen ist in der Rechtsprechung des BPatG wiederholt verneint worden. So wurde die Schutzfähigkeit der Marken „MUNICH BEER FESTIVAL“ (Urt. v. 22.03.2006; Az.: 26 W (pat) 158/05), „HAMBURGER OKTOBERFEST“ (Urt. v. 24.03.2010; Az.: 26 W (pat) 82/09) aberkannt. Auch im prominentesten Beispiel – „FUSSBALL WM 2016“ (Urt. v. 27. 04. 2006; Az.: I ZB 96/05) – wurde eine Eintragungsfähigkeit seitens des BPatG abgelehnt.

Eine Unterscheidungskraft in Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist stets dann gegeben, wenn die angemeldete Marke von den beteiligten Verkehrskreisen der beanspruchten Waren/Dienstleistungen als betrieblicher Herkunftshinweis angesehen wird. Angaben, welche lediglich beschreibende Funktion haben und primär mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen in Verbindung gebracht werden, begründen hingegen keine Unterscheidungskraft.

Autor:

Daniel Röder

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)