



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 247/01

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

### **betreffend die Markenmeldung 301 12 246.6**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 14. Mai 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richterin Pagenberg und die Richterin k.A. Fink

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I.**

Die Wort-Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

ist am 22. Februar 2001 für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse; Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate);

Klasse 38:

Telekommunikation; Bereitstellen und Übermitteln von Informationen in Form von Daten, Text, Ton und Bild, Bereitstellen von Informationen in elektronischen Netzwerken; Online-Dienstleistungen, nämlich die Übermittlung von Daten auf Abruf;

Klasse 41

Erziehung; Ausbildung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Organisation und Veranstaltung von Kongressen und Konferenzen;

Klasse 42

Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Vermietung der Zugriffszeiten und Betrieb von Datenbanken;

Sammeln, Analysieren, Bearbeiten und Anbieten von Informationen in Form von Daten, Text, Ton und Bild

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes vom 23. August 2001 als freihaltebedürftige und nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die angemeldete Wortfolge bestehe aus zwei bekannten Wörtern und werde in der Gesamtheit von den angesprochenen Verkehrskreisen lediglich als Hinweis darauf verstanden, dass sich die beanspruchten Waren und Dienstleistungen inhaltlich mit dem Thema der aktuellen bzw. modernen Pflege befassen. Dass es sich dabei sowohl um Kranken- und Altenpflege als auch kosmetische Pflege handeln könne, stehe der Annahme einer beschreibenden Angabe nicht entgegen, da beide Bedeutungen dem Begriff der Pflege zuzurechnen seien. Die Art der Zeichenbildung mit einer nachgestellten Zeitangabe finde in der Werbung häufig Verwendung. Auch die grafische Gestaltung in Form der weißen Buchstaben auf schwarzem Hintergrund sei werbeüblich und enthalte keine individualisierende Eigenart.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Nach ihrer Ansicht weisen weder die einzelnen Bestandteile noch die angemeldete Marke in ihrer Gesamtheit einen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen auf. Bei der Angabe „heute“ handele es sich um eine Zeitangabe, die vor allem mit der Bedeutung von „an diesem Tag“ bzw. „gegenwärtig, zur Zeit“ verwendet werde. Der Begriff „Pflege“ beziehe sich nicht nur auf die kosmetische oder die Gesundheitspflege, sondern habe auch die Bedeutung von „Obhut, Fürsorge, Instandhaltung von Sachen“ und sei außerdem ein Fachbegriff für Wartungsmaßnahmen von Software. Bei einer Verwendung in Alleinstellung ohne ergänzendes Objekt bleibe unklar, auf was sich die Pflege beziehe. Die Zusammensetzung der beiden Markenbestandteile sei sprachregelwidrig und ergebe in der Gesamtheit keinen ein-

deutigen Sinngehalt. Zwischen der Bezeichnung „Pfleger heute“ und den beanspruchten Waren und Dienstleistungen gebe es keinen konkreten sachlichen Zusammenhang. Die grafischen Elemente, nämlich der an das typische Schriftbild von Zeitungen angelehnte Schriftzug und die für Zeitungen atypische, umgekehrte Farbgebung, verstärkten die Unterscheidungskraft.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Der Eintragung des angemeldeten Zeichens in der konkreten grafischen Gestaltung steht zwar kein Freihaltebedürfnis entgegen, es fehlt aber an der erforderlichen Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr.1, § 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einer Marke inwohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. BGH GRUR 2002, 64 – INDIVIDUELLE mwN). Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Jede noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der angesprochene Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, und es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Für ein aus mehreren Worten zusammengesetztes Zeichen kommt es daher für die Beurteilung der Unterscheidungskraft auf die Wortfolge in ihrer Gesamtheit an (vgl. BGH GRUR 2001, 162 - RATIONAL SOFTWARE COR-

PORATION – mwN). Nach diesen Grundsätzen fehlt dem angemeldeten Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft.

1. Maßgeblich für die Prüfung der Unterscheidungskraft sind die Waren und Dienstleistungen, für die das Zeichen Schutz begehrt, und die Wahrnehmung der Verkehrskreise, an die sich diese Waren und Dienstleistungen richten (vgl. EuG WRP 2002, 426 - LITE). Als Abnehmer bzw. Empfänger der beanspruchten Waren und Dienstleistungen kommt der normale Endverbraucher in Betracht, der als durchschnittlich informiert, aufmerksam und verständlich anzusehen ist (vgl. BGH GRUR 2002, 812 - FRÜHSTÜCKSDRINK II).

2. Die angemeldete Wortfolge ist aus den Wörtern „Pflege“ und „heute“ zusammengesetzt. Wie von der Anmelderin ausgeführt, hat der Begriff der Pflege lexikalisch mehrere Bedeutungen. Im allgemeinen Sprachgebrauch ist er aber vor allem – insbesondere auf Grund der intensiven gesundheitspolitischen Diskussionen – für die Pflege im Sinne der Pflegeversicherung, dh für die Alten- und Krankenpflege gebräuchlich. Mit dieser Bedeutung findet sich der Ausdruck in den Überschriften zahlreicher Zeitungsartikeln, zB „Informationszentrum für Pflege eröffnet im März – Wie messe ich mir den Blutdruck?“, SZ vom 17.02.2001; „Grüne wollen Lücke in der Pflege schließen, SZ vom 23.08.2001; „Die Suche nach Pflege wird leichter – Betreuungsplatz-Börse: Neues Angebot für alte und behinderte Menschen“, SZ vom 23.04.2001; „Offensive für bessere Pflege - Sozialministerin kündigt Wende in der Altenpolitik an“ – SZ vom 8.03.2001. Handelt es sich hingegen um andere Arten von Pflege, so wird dies üblicherweise durch ergänzende Zusätze zum Ausdruck gebracht, zB „Tierpflege, Möbelpflege, Pflege der Mundart“ usw. Nach Auffassung des Senats ist daher davon auszugehen, dass die beteiligten Verkehrskreise den Begriff „Pflege“ ohne weiteres als Hinweis auf die Alten- und Krankenpflege verstehen. Die Bedeutung des Wortes „heute“ bedarf keiner näheren Ausführungen.

3. Das angemeldete Zeichen besteht damit aus zwei alltäglichen, in ihrer Gesamtheit eine schlagwortartige Aussage ergebenden, unmittelbar beschreibenden Begriffen, deren Verbindung nicht über die Sachaussage im Sinne von „Pflege von heute“ hinausgeht. Das angesprochene Publikum erfasst diesen Aussagegehalt ohne weiteres, denn die Verbindung eines Sachbegriffs mit dem Zusatz „heute“ ist im Bereich der Druckereierzeugnisse, insbesondere bei Zeitschriftentitel häufig anzutreffen, zB „Psychologie heute“, „Zoologie heute“, „HNO-Praxis heute“, „Frauen heute“, „Kindergarten heute“, „Medizin heute“. In Verbindung mit den in Klasse 16 beanspruchten Waren beschreibt das angemeldete Zeichen daher lediglich deren Inhalt, nämlich dass sich diese Druckereierzeugnisse und Unterrichtsmittel thematisch mit der Pflege von heute befassen. Auch für die beanspruchten Dienstleistungen erschöpft sich die Bezeichnung „Pflege Heute“ in einer Inhaltsangabe, denn es ist üblich Aus- und Fortbildungs- sowie sportliche und kulturelle Veranstaltungen, Kongresse und Konferenzen ebenso wie Datenbanken und Online-Dienste nach dem Inhalt der angebotenen Informationen zu bezeichnen. In Anbetracht des engen sachlichen Zusammenhangs zwischen den Dienstleistungen einer Datenbank und der technischen Übermittlung der in der Datenbank zur Verfügung gestellten Informationen versteht der angesprochene Verkehr das Zeichen auch in Verbindung mit den Dienstleistungen der Telekommunikation als eine Sachangabe (vgl BGH GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHOEN).

Dass der Begriff der Pflege über den genannten Begriffsinhalt im Sinne der Alten- und Krankenpflege hinaus auch andere Bedeutungen hat, führt zu keiner anderen Beurteilung. Denn in der Verwendung in Alleinstellung ohne ergänzende Zusätze steht nach den Ermittlungen des Senats der oben ausgeführte Aussagegehalt eindeutig im Vordergrund. Auch damit wird zwar ein sehr weiter Bereich abgedeckt, so dass nicht ohne weiteres ersichtlich ist, welche konkreten Informationen zu „Pflege“ die so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen enthalten. Derartige begriffliche Unschärfen stehen jedoch gerade bei Marken, die - wie hier - nach Art eines inhaltsbeschreibenden Werktitels gebildet sind, der Annahme einer be-

schreibenden Sachangabe nicht entgegen (vgl BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt).

4. Bezüglich der grafischen Elemente der angemeldeten Marke ist von dem Grundsatz auszugehen, dass einer, Wortelemente enthaltenden Bildmarke auch bei fehlender Unterscheidungskraft dieser Wortelemente in ihrer Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden kann, wenn die grafische Gestaltung ihrerseits charakteristische Merkmale aufweist, die das angesprochene Publikum als Herkunftshinweis auffasst. Einfache grafische Gestaltungen, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, können allerdings eine fehlende Unterscheidungskraft der Wortbestandteile ebenso wenig aufwiegen wie derartige einfachen grafischen Gestaltungsmerkmale auch für sich wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht als Marke schutzfähig sind (vgl BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK – mwN). Diesen Anforderungen genügen die grafischen Elemente des angemeldeten Zeichens nicht. Sowohl die gewählte Schriftart als auch die Farbgebung in Form von weißen Buchstaben auf schwarzem Hintergrund finden sich zahllos in Werbeanzeigen und Zeitschriftenrubriken. Als einfachste grafische Gestaltungsmittel treten sie angesichts des beschreibenden Aussagegehalts der Wortbestandteile innerhalb des Gesamtzeichens nicht in einer Weise hervor, die herkunftshinweisend wirken könnte.

Grabrucker

Pagenberg

Fink

CI

Abb. 1

