



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 59/05

(Aktenzeichen)

Verkündet am
26. Juli 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 15 704.6

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch

...

auf die mündliche Verhandlung vom 26. Juli 2006

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. Februar 2004 und vom 15. Februar 2005 aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistung „Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen“ zurückgewiesen worden ist.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch zwei Beschlüsse, zuletzt durch Erinnerungsbeschluss vom 15. Februar 2005, die Anmeldung der Wortmarke

City-Ticket

für die Dienstleistungen der

Klasse 35: Marketing, Werbung; Öffentlichkeitsarbeit; betriebswirtschaftliche Beratung, Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen;

und der

Klasse 39: Beförderung von Personen, vorzugsweise im öffentlichen Personennahverkehr; Veranstaltung von Reisen und Ausflugsfahrten; Dienstleistungen eines Verkehrs- und Reisebüros, ausgenommen Zimmerreservierung in Hotels und Pensionen

gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass die angemeldete Wortfolge für die in Anspruch genommenen Dienstleistungen jeglicher Unterscheidungskraft entbehre und zudem Freihaltungsbedürftig sei. Die angemeldete Bezeichnung sei sprachüblich aus den Begriffen „City“ und „Ticket“ gebildet. Das Wort „City“ habe die Bedeutung von „Stadt, Geschäftsviertel einer Großstadt, Innenstadt“, das Wort „Ticket“ habe die Bedeutung von „Fahrschein, Eintrittskarte“ und sei wie das Wort „City“ in die deutsche Alltagssprache eingegangen. Die angemeldete Wortfolge sei von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres als eindeutig beschreibende Sachangabe zu verstehen, nämlich als eine Angabe über die Zweckbestimmung und inhaltliche Ausrichtung des in Bezug genommenen Tickets; denn vielerorts seien Berechtigungskarten, die für bestimmte Regionen zur Inanspruchnahme einzelner oder im Verbund angebotenen Dienstleistungen konzipiert seien, bekannt. Somit werde der Verkehr das Markenwort nur so verstehen, dass sich die Beförderung von Personen, die Veranstaltung von Reisen und die Dienstleistungen eines Reisebüros schwerpunktmäßig auf die Beförderung in oder zu Städten, ggf. kombiniert mit Eintrittskarten oder -berechtigungen für Sehenswürdigkeiten, Veranstaltungen oder ähnlichem, bezögen und die Berechtigungsscheine hierfür bereitgestellt und beschafft würden. Dienstleistungen wie Marketing, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit könnten lediglich das Angebot und den Vertrieb von derartigen einfachen oder kombinierten Stadtfahrkarten zum Gegenstand haben. Die angemeldete Wortfolge habe daher keinerlei betriebskennzeichnende Funktion. Sie sei wegen ihres beschreibenden Inhalts zudem Freihaltebedürftig.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie hat in der mündlichen Verhandlung das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis beschränkt und erklärt, dass sie nur noch Schutz für die Dienstleistung „Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen“ begehre. Sie ist der Auffassung, die angemeldete Marke verfüge jedenfalls insoweit über die erforderliche Unterscheidungskraft. Auch ein Freihaltebedürfnis stehe der Anmeldung insoweit nicht entgegen.

Die Anmelderin beantragt,

die angegriffenen Beschlüsse aufzuheben und der Entscheidung das neue Waren- und Dienstleistungsverzeichnis zugrunde zu legen, soweit es von der Zurückweisung umfasst ist.

II.

Die zulässige Beschwerde ist im Umfang des zuletzt gestellten Antrags begründet. Für die nach der erfolgten Beschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses noch beanspruchten Dienstleistungen entbehrt die angemeldete Marke weder der Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), noch stellt sie eine unter das Eintragungsverbot des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG fallende beschreibende Angabe dar.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG können Marken nicht eingetragen werden, denen für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft im Sinne der in Frage stehenden Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solcher anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2005, 258, 259 Roximycin). Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d. h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Die Unterscheidungskraft einer Marke ist zu bejahen, wenn ihr für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie in Anspruch genommen wird, kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann und es sich auch sonst nicht um ein Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden

Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (stdg. Rspr., BGH GRUR 2001, 1151, 1152 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – Cityservice; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 8 Rn. 74 m. w. N.). Werden zwei rein beschreibende Begriffe zu einem einzigen zusammengesetzt, so bleibt der Gesamtbegriff ungeachtet des Vorliegens einer Wortneuschöpfung von der Eintragung ausgeschlossen, wenn sich durch die Wortkombination kein über den bloß beschreibenden Inhalt jedes einzelnen Wortbestandteils hinausgehender, weitergehender Sinngehalt ergibt (EuGH GRUR 2004, 680, 682, EG 43 - BIOMILD).

Nach diesen Grundsätzen kann der Wortfolge „City-Ticket“ die Eignung zur Identifizierung des Erbringers der beanspruchten Dienstleistungen für die noch beanspruchte Dienstleistung „Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen“ - anders als für die nunmehr nicht mehr beanspruchten Dienstleistungen (vgl. insoweit BGH a. a. O. - Cityservice; BPatG, Beschl. v. 13. 3. 2001 - 33 W (pat) 264/00 - Magdeburg-Ticket, veröffentlicht auf der PAVIS-CD-ROM) - nicht abgesprochen werden. Bei der genannten Dienstleistung steht in der Regel nicht die inhaltliche Auseinandersetzung mit bestimmten Projekten oder Geschäftsgegenständen im Vordergrund, sondern die Optimierung der Effizienz von Entscheidungs- und Informationsprozessen, die Festlegung von Entscheidungsautonomien sowie die Delegation von Entscheidungen aus betriebswirtschaftlicher Sicht. Eine Beratung diesen Inhalts lässt sich nicht hinreichend mit dem Begriff „City-Ticket“ beschreiben. Der Begriff ist vielmehr insoweit nichtssagend und weist keinen hinreichend engen Bezug zu der Dienstleistung „Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen“ auf. Er ist in diesem - engen - Rahmen geeignet, vom Verkehr als betriebskennzeichnende Angabe angesehen zu werden.

Die Bezeichnung „City-Ticket“ kann daher nicht mangels Unterscheidungskraft von der Eintragung für die noch beanspruchte Dienstleistung ausgeschlossen werden.

Ebenso wenig ist ein Freihaltebedürfnis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG feststellbar. Es sind nach dem oben Gesagten keine Umstände ersichtlich, aus denen heraus die Bezeichnung „City-Ticket“ als konkrete Angabe über den Gegenstand der angemeldeten Dienstleistung zugunsten der Mitbewerber der Anmelderin freigehalten werden müsste.

gez.

Unterschriften