



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 30/05

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 37 228.5

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 18. Dezember 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Bezeichnung

Polo

für die Dienstleistungen

„Betrieb von Hotels, Geschäftsführung von Hotels im Auftrag
Dritter, Dienstleistungen von Erholungsheimen.“

Die Markenstelle für Klasse 43 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und eines bestehenden Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. „Polo“ werde in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen als Hinweis auf Hotels für Polosportler oder Besucher von Polo-Veranstaltungen sofort verstanden werden, da insbesondere Sporthotels wie Golf- oder Tennishotels auch in Deutschland weit verbreitet seien.

Hiergegen hat der Anmelder Beschwerde eingelegt und hierzu im Wesentlichen ausgeführt, das Wort „Polo“ sei mehrdeutig und daher nicht zur Beschreibung geeignet. Da in Deutschland kein Bedarf an Polo-Hotels bestehe, werde der Verkehr „Polo“ nur als Herkunftsbezeichnung verstehen. Polo sei eine komplexe Sportart, so dass das Markenwort „Polo“ nur eine unzureichende Information gebe. Bei Hotels werde stets die Kombination mit „-Hotel“ oder „-Hof“ gebildet, jedoch keine Angabe in Alleinstellung verwendet. Insbesondere für die Dienstleistung von Erholungsheimen sei „Polo“ nicht beschreibend.

Der Anmelder beantragt,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 43 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 15. Dezember 2004 aufzuheben.

Hilfsweise hat er das Warenverzeichnis wie folgt eingeschränkt:

„Betrieb von Hotels, mit Ausnahme von Hotels, deren Dienstleistungen für Polo-Spieler geeignet und bestimmt sind; Geschäftsführung von Hotels im Auftrag Dritter, mit Ausnahme der Geschäftsführung für solche Hotels, deren Dienstleistungen für Polo-Spieler geeignet und bestimmt sind; Dienstleistungen von Erholungsheimen mit Ausnahme von Erholungsheimen, deren Dienstleistungen für Polo-Spieler geeignet und bestimmt sind.“

Er ist der Ansicht, hinsichtlich des Hilfsantrages sei keine Täuschungsgefahr zu befürchten, da in der Regel eine sorgfältige Prüfung des Hotelangebots vorgenommen werde.

Ergänzend wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders ist in der Sache ohne Erfolg.

Die angemeldete Marke ist für die beanspruchten Dienstleistungen nach den Vorschriften des Markengesetzes von der Eintragung ausgeschlossen, da sie eine für den Wettbewerb freizuhaltende, beschreibende Angabe im Sinne von § 8 Absatz 2 Nr. 2 MarkenG ist.

Nach § 8 Absatz 2 Nr. 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen können.

Der Eintragungsversagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG steht insbesondere entgegen, wenn der beschreibende Aussagegehalt der angemeldeten Bezeichnung so deutlich und unmissverständlich ist, dass sie ihre Funktion als Sachbegriff erfüllen kann. Dies ist dann der Fall, wenn sich den angesprochenen Abnehmern eine konkret beschreibende Angabe ohne die Notwendigkeit besonderer Denkprozesse unmittelbar erschließt (vgl. EuGH GRUR 2003, 58, 59 (Nr. 24) Companyline).

Auf die Frage der Mehrdeutigkeit der Wortzusammensetzung kommt es bei § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG regelmäßig nicht an. Ein Wortzeichen ist nämlich von der Eintragung ausgeschlossen, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (vgl. EuGH MarkenR, 2003, 450 - DOUBLEMINT). Dabei spielt es keine Rolle, ob es Synonyme oder gebräuchlichere Zeichen oder Angaben zur Bezeichnung dieser Merkmale gibt, da es nicht erforderlich ist, dass diese Zeichen oder Angaben die ausschließliche Bezeichnungsweise der fraglichen Merkmale sind. Es ist auch unerheblich, wie groß die Zahl der Mitbewerber ist, für die eine beschreibende Verwendung in Betracht kommt, weil beschreibende Angaben und Zeichen jedermann zur freien Benutzung verfügbar bleiben müssen (vgl. EuGH GRUR Int. 2004, 410, 413 - BIOMILD; EuGH GRUR Int. 2004, 500, 507 – KPN-Postkantoor).

Es ist zudem nicht erforderlich, dass die Zeichen oder Angaben, aus denen die Marke besteht, zum Zeitpunkt der Anmeldung bereits tatsächlich zu beschreibenden Zwecken für Waren oder Dienstleistungen wie die in der Anmeldung aufgeführten oder für Merkmale dieser Waren oder Dienstleistungen verwendet werden.

Es genügt, wie sich schon aus dem Wortlaut des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ergibt, dass die Zeichen oder Angaben zu diesem Zweck „dienen können“.

Das angemeldete Wort „Polo“ ist die Bezeichnung für ein „Treibballspiel zwischen zwei Mannschaften zu je vier Spielern, die vom Pferd aus versuchen, einen Ball mit langen Schlägern in das gegnerische Tor zu treiben“ (vgl. Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl. Mannheim 2003 - CD-ROM). Auch in Deutschland wird Polo(sport) – auch wettkampfmäßig – gespielt. Es gibt mehrere Polo-Clubs, Polo-Schulen es werden Deutsche Polo-Meisterschaften und Polo-Turniere ausgetragen sowie Jugend-Polocamps veranstaltet (vgl. die Website des Dt. Poloverbandes, auf die der Anmelder mit Schriftsatz vom 30. November 2004 hingewiesen hat, unter dpv-poloverband.de).

Es liegt für den Verkehr in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen deshalb nahe, die angemeldete Bezeichnung „Polo“ als Hinweis auf den Polosport zu verstehen. Sporthotels verschiedenster Zweckbestimmungen sind in Deutschland weitverbreitet. Neben Tennishotels sind auch Golf- oder Jagdhotels bekannt, die für die betreffenden Sportler spezielle Arrangements bzw. komfortable und oft auch kostengünstige Pakete für Unterkunft, Verpflegung, Platz- oder Benutzungsgebühr, Transfer, Wettkampf- oder Turnierteilnahme anbieten. In der Regel liegen diese Hotels in der Nähe der entsprechenden Sportstätten oder haben günstige Verbindungen dorthin. Wie aus den von der Markenstelle mit dem angefochtenen Beschluss v. 15. Dezember 2004 übersandten Internetbelegen ersichtlich, werden Bezeichnungen wie u. a. „Polo Holiday, Horseback and Polo Holidays“ verwendet um auf Hotel- und Reiseleistungen in Verbindung mit Polosportmöglichkeiten hinzuweisen. An dieser Hinweiswirkung ändert auch die Alleinstellung der Bezeichnung „Polo“ nichts, da der Verkehr daran gewöhnt ist, gerade in der Werbung schlagwortartige Informationen zu erhalten. Da der Sinngehalt des Wortes „Polo“ feststeht bedurfte es keiner gesonderten Feststellungen dahingehend, dass der Verkehr „Polo“ in Alleinstellung im beanspruchten Dienstleistungs-

bereich als beschreibende Angabe verwendet (vgl. BGH GRUR 1996, 770 - MEGA).

„Polo“ ergibt unter Bezugnahme auf die beanspruchten Dienstleistungen die zur Beschreibung geeignete Sachaussage, dass es sich nach Art, Beschaffenheit oder Bestimmung um Leistungen handeln kann, die speziell für den Polosport bzw. den Polosportler geeignet oder auf den Polosport abgestimmt sind oder damit in Zusammenhang stehen. So kann es sich dabei um Dienstleistungen eines Hotels handeln, das in der Nähe eines Poloplatzes, eines Polo-Clubs liegt, das die Schulung für den Polosport ermöglicht oder eine spezielle Versorgung für die Polopferde der Hotelgäste bietet. Erholungsheime können gerade für Jugendliche Unterricht und Wettkämpfe im Polosport anbieten. Die Geschäftsführung kann sich hierauf beziehen.

Dem steht nicht entgegen, dass es sich bei Polo um eine Sportart handelt, die wegen des finanziellen Aufwands nur von relativ wenigen ausgeübt wird. Maßgeblich ist der objektiv beschreibende Charakter und das darauf beruhende Allgemeininteresse an der ungehinderten Verwendbarkeit als Fachangabe. Insoweit können bereits die Bedürfnisse eines relativ kleinen Teils des Gesamtverkehrs der Markeneintragung unter dem Gesichtspunkt des Allgemeininteresses entgegenstehen, weil jeder Mitbewerber beschreibende Angaben frei verwenden kann (vgl. EuGH a. a. O. – KPN-Postkantoor; Ströbele/Hacker MarkenG, 8. Aufl. § 8 Rdn. 198).

Dem steht auch nicht die Ansicht des Anmelders entgegen, Polo sei eine komplexe Sportart, so dass nicht klar sei, worin die konkrete Information der Bezeichnung „Polo“ liege. Denn nicht jede begriffliche Unbestimmtheit steht der Annahme einer beschreibenden Sachangabe entgegen. So können auch relativ allgemeine Angaben als verbraucherorientierte Sachinformationen in Betracht kommen, insbesondere, wenn sie allgemeine Sachverhalte beschreiben sollen. Vor allem bei Oberbegriffen oder Sammelbezeichnungen ist eine gewisse Allgemeinheit und

Unschärfe sogar unvermeidbar, um den gewünschten möglichst weiten Bereich waren- oder dienstleistungsbezogener Eigenschaften beschreibend erfassen zu können (vgl. BGH GRUR 2003, 1050 Cityservice).

Einer Stattgabe der Beschwerde auf der Grundlage des Warenverzeichnisses gemäß Hilfsantrag steht das Schutzhindernis der ersichtlichen Täuschungsgefahr gem. §§ 8 Abs. 2 Nr. 4, 37 Abs. 3 MarkenG entgegen. Die Bezeichnung „Polo“ ist nach Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses ersichtlich geeignet, den Verkehr über die Beschaffenheit derart gekennzeichnete Dienstleistungen zu täuschen. Der normal informierte und angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher hat Anlass, der Kennzeichnung von Hoteldienstleistungen sowie Dienstleistungen eines Erholungsheimes und der Geschäftsführung zu entnehmen, dass es sich - wie oben ausgeführt - um solche mit Eignung oder Bezug zum Polosport handelt, was nach dem relevanten Dienstleistungsverzeichnis jedoch gerade ausgeschlossen ist. Er wird getäuscht, wenn er in der Erwartung, auf den Polosport abgestimmte Leistungen zu erhalten, solche erhält, die diesen Bezug nicht aufweisen. Damit enthält die angemeldete Bezeichnung „Polo“ in Bezug auf die nach der Einschränkung noch beanspruchten Dienstleistungen in jedem denkbaren Fall ihrer anmeldungsgemäßen Verwendung eine unrichtige Angabe. Auch eine nur theoretische Möglichkeit einer rechtmäßigen Markenbenutzung, welche die Täuschungsgefahr ausräumen könnte, besteht dagegen nicht (vgl. BPatGE 45,1 - KOMBUCHA).

gez.

Unterschriften