



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 165/05

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 23 414.5

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. September 2007 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wissemann sowie des Richters Reker und der Richterin Prietzel-Funk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der für die Dienstleistungen

"Durchführung von Seminaren, Beratungen und Ausbildung sowie alle Formen von Publikationen (auch im Internet) auf den Gebieten Astrologie, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Erziehung, Unterhaltung und Gesundheitswesen; Planung und Durchführung von Urlaubsreisen"

bestimmten Wortmarke

Reise zum Lebensziel

zurückgewiesen, weil ihr jegliche Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Zur Begründung hat sie ausgeführt, der angemeldeten Wortmarke komme in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zu. Die angemeldete Wortmarke bestehe aus einem Werbeslogan, der die angesprochenen Verkehrskreise sofort erkennen lasse, dass es sich bei den Dienstleistungen der Anmeldung um Seminare, Workshops und Reisen sowie damit in Zusammenhang stehende Dienstleistungen aus den Bereichen "Selbstfindung", "Coaching" und "Astrologie" handele. Die beanspruchten Dienstleistungen könnten sich inhaltlich thematisch damit befassen, eine Reise zum Lebensziel anzutreten, bzw. über solche Wege zu informieren, sei es, dass es sich hierbei um ein Ziel im physisch-gegenständlichen Sinne, oder sei es, dass es sich um ein Ziel in einem abstrakt-geistigen Sinne handele. Die angemeldete Marke besitze damit in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen einen ohne weiteres verständlichen Begriffsgehalt und

sei geeignet, diese zu beschreiben. Die von den fraglichen Dienstleistungen angesprochenen Verkehrskreise würden den beschreibenden Gehalt der angemeldeten Marke auch ohne besondere Überlegungen und ohne gedankliche Zwischenschritte erfassen. Eine über den beschreibenden Begriffsgehalt hinausgehende sprachliche Originalität weise sie nicht auf.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie hat mit der Beschwerdebegründung ein neues eingeschränktes Dienstleistungsverzeichnis vorgelegt, das die ursprünglich beanspruchte Dienstleistung „Planung und Durchführung von Urlaubsreisen“ nicht mehr enthält. Unter Bezugnahme auf diese Einschränkung vertritt sie die Ansicht, die angemeldete Marke sei für die verbliebenen Dienstleistungen nicht beschreibend, weil es sich bei diesen Dienstleistungen nicht um solche handele, die eine körperliche Fortbewegung, also eine Reise, zum Gegenstand hätten. Deshalb bestehe an der angemeldeten Marke kein Freihaltebedürfnis. Die angemeldete Marke stelle vielmehr eine mehrdeutige und fantasievolle Wortneuschöpfung dar, die auch eine ausreichende Unterscheidungskraft aufweise. Sie habe sich auch infolge ihrer Benutzung für die betreffenden Dienstleistungen in den beteiligten Verkehrskreisen durchgesetzt, weil die Anmelderin auf die Marke in den von ihr durchgeführten Seminaren und Beratungen, in von ihr erstellten Publikationen sowie auf ihrer Homepage im Internet hingewiesen habe. Auf Internetseiten sei auch eine als Marke gekennzeichnete Bezeichnung „Ein Kurs in Wundern“ zu finden, die der angemeldeten Marke thematisch ähnlich und vom Patentamt offenbar eingetragen worden sei.

Die Anmelderin beantragt,

den angegriffenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

II

Die zulässige Beschwerde erweist sich als unbegründet. Der angemeldeten Marke fehlt auch für die nach der Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses noch beanspruchten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne der vorstehend genannten Bestimmung weist eine Marke dann auf, wenn sie geeignet ist, die Waren und/oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (EuGH MarkenR 2005, 22, 25 - Das Prinzip der Bequemlichkeit; BGH BIPMZ 2004, 30 - Cityservice). Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2002, 804, 805 und 809 - Philips). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die (betriebliche) Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und/oder Dienstleistungen zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 - BRAVO). Kann demnach einer Marke z. B. ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH a. a. O. - Cityservice).

Der angemeldeten Marke kann auch und gerade für die die im Dienstleistungsverzeichnis verbliebenen Dienstleistungen ein beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden. Das in der angemeldeten Marke enthaltene Wort „Reise“ weist entgegen der Ansicht der Anmelderin nicht nur die Bedeutung einer körperlichen Fahrt zu einem entfernteren Ort auf, sondern es wird in einer Vielzahl umgangssprachlicher Redewendungen auch zur Bezeichnung einer geistigen und seelischen Fortbewegung und Entwicklung verwendet. So gehören beispielsweise Re-

dewendungen wie „eine Reise in die Vergangenheit unternehmen“ oder „nicht wissen, wohin die Reise geht“ seit langem zur Umgangssprache (vgl. z. B. Duden, Deutsches Universalwörterbuch A-Z, 2. Auflage 1989, S. 1237). Angesichts dieser Sprachgewohnheiten wird der normal informierte und angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher der in der Anmeldung aufgeführten Dienstleistungen, auf den auch bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft einer Marke abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 943, 944, Nr. 24 – SAT.2), in der angemeldeten Marke nur einen Hinweis auf das Thema und den Inhalt der von der Anmelderin angebotenen Seminare, Beratungen und Ausbildungen und der von ihr herausgegebenen Publikationen sehen, nicht jedoch - was die für die Überwindung des in § 8 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG normierten Schutzhindernisses erforderlich wäre - einen Hinweis auf die Herkunft der so bezeichneten Dienstleistungen von einem bestimmten Anbieter. Für die beanspruchten Dienstleistungen sind die maßgeblichen Verkehrskreise das an Fragen der Lebensplanung und der Esoterik interessierte Publikum, wie sich auch der auf der Homepage der Anmelderin benannten Zielgruppe der an "Selbsterkenntnis und Lebenssinn" Interessierten entnehmen lässt. Diesem Verkehrskreis ist die Wortfolge "Reise zum Lebensziel" als thematischer Sachhinweis ohne weiteres verständlich.

Weder im Sachvortrag der Anmelderin nachvollziehbar begründet noch sonst für den Senat erkennbar ist, inwieweit die angemeldete Marke in ihrer inhaltlichen Aussage mehrdeutig sein könnte. Ob eine im Einzelfall ggf. schutzbegründende Bedeutungsvielfalt vorliegt, darf nicht abstrakt-lexikalisch beurteilt werden, sondern muss im Zusammenhang mit den jeweils konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen gesehen werden (BGH GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt). Bei dieser Sichtweise kann sich der Kreis lexikalisch möglicher Begriffsgehalte auf einen im Vordergrund stehenden Sinngehalt reduzieren. Aber auch in Bezug auf die angemeldeten Waren und/oder Dienstleistungen verschiedene gleichwertige Bedeutungen einer Marke sprechen nicht für deren Unterscheidungskraft, wenn sich alle Deutungsmöglichkeiten als zur Erfüllung der Herkunftsfunktion ungeeignet erweisen (BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB

DIREKT; EuG GRUR Int. 2006, 44, 46, Nr. 84 - LIVE RICHLIY). Wird der Durchschnittsverbraucher der angemeldeten Marke im Zusammenhang mit den von der Anmelderin noch beanspruchten Dienstleistungen konfrontiert, ist für ihn sofort und ohne gedankliche Analyse der Marke sofort erkennbar, dass es sich bei der Bezeichnung „Reise zum Lebensziel“ um ein Angebot handelt, bei dem nicht eine körperliche, sondern eine geistige Reise zum Lebensziel des Abnehmers der Dienstleistung Gegenstand und Thema des Seminars, der Beratung und Ausbildung bzw. der Publikation ist. Aber auch dann, wenn der Verkehr die angemeldete Marke als körperliche Fortbewegung verstehen sollte, änderte dies nichts an dem Verständnis als beschreibende Sachangabe und könnte die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke folglich nicht begründen.

Auch dass es sich bei der angemeldeten Marke, wie die Anmelderin behauptet, um eine von ihr entwickelte neue Bezeichnung handelt, ist für sich gesehen nicht geeignet, die Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu begründen. Insoweit ist für die Annahme dieses Schutzhindernisses auch kein lexikalischer oder sonstiger Nachweis erforderlich, dass die Angabe bereits im Verkehr geläufig ist oder verwendet wird (EuGH GRUR 2004, 1027, 1029, Nr. 37 ff. - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT).

Auch die Eintragung einer identischen oder vergleichbaren Marke vermag allenfalls als - allerdings widerlegbares - Indiz zu wirken, jedoch weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz einen Anspruch auf Eintragung der Marke zu begründen, weil die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage darstellt (BGH GRUR 1997, 527, 529 - Auftofelge; EuGH GRUR 2006, 229, 231, Nr. 46 - 49 - BioID; BPatG GRUR 2007, 333 ff. - Papaya).

Letztlich kann die rechtliche Bedeutung von Voreintragungen vorliegend aber dahingestellt bleiben, weil aus dem Sachvortrag der Anmelderin nicht erkennbar ist, dass und in welcher konkreten Form die von ihr im Internet festgestellte, mit der

angemeldeten Marke ihrer Auffassung nach vergleichbare Bezeichnung als Marke eingetragen ist und für welche Waren und/oder Dienstleistungen eine solche Eintragung ggf. erfolgt ist.

Da die angemeldete Wortfolge die Aufgabe, die so bezeichneten Dienstleistungen als solche eines einzelnen Unternehmens zu kennzeichnen und von den Dienstleistungen anderer Unternehmen zu unterscheiden, nicht erfüllen kann, ist ihr die Eintragung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu versagen. Bei dieser Sach- und Rechtslage kann dahingestellt bleiben, ob die angemeldete Marke auch als freihaltungsbedürftige Sachangabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung auszuschließen wäre.

Auch die von der Anmelderin in der Beschwerdebegründung geltend gemachte Verkehrsdurchsetzung der angemeldeten Marke rechtfertigt nicht die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses und die Zurückverweisung der Sache an das Deutsche Patent- und Markenamt zur Prüfung dieser Rechtsfrage.

Der Vortrag einer gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG kraft Verkehrsdurchsetzung grundsätzlich möglichen Überwindung der in § 8 Absatz 2 Nr. 1 bis 3 MarkenG bestimmten Schutzhindernisse stellt eine Rechtsfolgenbehauptung dar, die vom Anmelder auf entsprechend vorgetragenes und belegtes Tatsachenmaterial gestützt werden muss (BPatG GRUR 2003, 521, 528 - Farbige Arzneimittelkapsel). Die zunächst erforderliche Glaubhaftmachung der Benutzung verlangt Angaben, aus denen sich ergibt, für welche Waren und/oder Dienstleistungen, von wem, in welchem Gebiet und Umfang sowie seit wann die angemeldete Marke im Verkehr nach Art einer Marke eingesetzt worden ist (BPatG a. a. O. - Farbige Arzneimittelkapsel). Die insoweit erforderlichen Tatsachen hat die Anmelderin weder hinreichend dargelegt noch glaubhaft gemacht. Deshalb ist es nicht gerechtfertigt, das Amt im Wege der Zurückverweisung der Sache zu veranlassen, den aufwendigen und mit nicht unerheblichen Kosten verbundenen Weg amtlicher Ermittlungen zur Verkehrsdurchsetzung der angemeldeten Marke in die Wege zu leiten (BPatG

GRUR 2000, 428, 431 - Farbmarke gelb/schwarz). Der Beschwerde musste daher der Erfolg versagt bleiben.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Richterin Prietzel-Funk ist
wegen Abordnung an den
BGH an der Unterschrift
gehindert.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Bb