



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 522/10

(Aktenzeichen)

Verkündet am
28. Februar 2012

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2009 063 241.3

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 28. Februar 2012 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Werner sowie der Richterin Dr. Schnurr und des Richters am Oberlandesgericht Heimen

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Mit Beschluss vom 3. März 2010 hat die Markenstelle für Klasse 42 durch eine Prüferin des gehobenen Dienstes die für die Waren und Dienstleistungen

„Klasse 3: Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen, Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper und Schönheitspflege, Haarwässer, Zahnputzmittel,

Klasse 5: pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse; Hygienepräparate für medizinische Zwecke; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Pflaster, Verbandmaterial; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke; Desinfektionsmittel; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Fungizide, Herbizide;

Klasse 24: chirurgische, ärztliche, zahn- und tierärztliche Instrumente und Apparate, künstliche Gliedmaßen, Augen und Zähne; orthopädische Artikel; chirurgisches Nahtmaterial;

Klasse 16: Papier, Pappe (Karton) und weitere Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Druckereierzeugnisse; Buchbindeartikel; Fotografien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushalts-

zwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit nicht in anderen Klassen enthalten ist; Drucklettern; Druckstöcke;

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten;

Klasse 38: Telekommunikation;

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten;

Klasse 42: wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; Entwurf und Entwicklung von Computerhard- und Software“

angemeldete Wortmarke 30 2009 063 241.3

Station24

nach vorangegangener schriftlicher Beanstandung mit der Begründung zurückgewiesen, dass dem Zeichen das gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft fehle. Das Markenwort setze sich aus dem Begriff „Station“, einer Bezeichnung für die Abteilung eines Krankenhauses, für einen Haltepunkt, einen Rastplatz, einen Stützpunkt oder einen Bahnhof, sowie aus der Zahl „24“ zusammen, welche in verschiedenen Bereichen des täglichen Lebens als Kürzel und Synonym für „rund um die Uhr“ sowie für „24 Stunden lang“ verwendet werde. Das Markenwort eigne sich mithin zur Bezeichnung eines Stützpunkts oder auch einer Abteilung in einem Krankenhaus, in welcher die ver-

fahrensgegenständlichen Waren 24 Stunden täglich, also rund um die Uhr zur Verfügung stünden und die beanspruchten Dienstleistungen jederzeit erbracht werden könnten.

Gegen diese Entscheidung wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde. Sie hält das angemeldete Zeichen für unterscheidungskräftig und vertritt die Auffassung, dass dem Markenwort kein beschreibender Bedeutungsgehalt zukomme. Es handele sich auch nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache. „Station24“ beschreibe die in den Klassen 3, 15 und 16 angemeldeten Waren nicht. Für den angesprochenen Verbraucher dieser Waren bleibe offen, um welche Art einer Station es sich handeln könne. Sofern man „Station24“ die Bedeutung einer Sammelstelle für die beanspruchten Waren zumesse, die rund um die Uhr für die angesprochenen Verkehrskreise zugänglich sei, beschreibe dieser Begriff nicht die Waren selbst. Anhand der nachgestellten Hinzufügung des Bestandteils „24“ an ein Markenwort schließe der Verbraucher darauf, dass es sich um einen Hinweis auf einen ganz bestimmten Anbieter handele und nehme das Gesamtzeichen trotz seiner beschreibenden Anklänge als Kennzeichen eines bestimmten Unternehmens war. Ergänzend verweist die Anmelderin auf eine Reihe ihrer Ansicht nach einschlägiger Voreintragungen sowie auf die Entscheidung „Vorsprung durch Technik“ (EuGH GRUR 2010, 228).

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 3. März 2010 aufzuheben.

Im Termin zur mündlichen Verhandlung vom 28. Februar 2012 haben die Verfahrensbevollmächtigten der Anmelderin ihren Standpunkt erneut dargelegt. Ergänzend wird auf die Verfahrensakten Bezug genommen.

II.

Die gemäß § 66 Abs. 1, 2, § 64 Abs. 2 MarkenG zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache keinen Erfolg. Zu Recht und mit zutreffender Begründung hat die Markenstelle dem angemeldeten Zeichen für die beanspruchten Waren die Schutzfähigkeit wegen fehlender Unterscheidungskraft versagt, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG bedeutet die Eignung einer Marke, die mit ihr beanspruchten Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie dadurch für den Verkehr von denen anderer Anbieter unterscheidbar zu machen (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235, Rdn. 45 - Standbeutel; EuGH GRUR 2003, 604, 608, Rdn. 62 - Libertel). Die Eintragung als Marke kommt nur in Betracht, wenn ein Zeichen diese Herkunftsfunktion erfüllen kann (vgl. EuGH GRUR 2003, 55, 57 f., Rdn. 51 - Arsenal Football Club; BGH MarkenR 2006, 395, 397, Rdn. 18 - FUSSBALL WM 2006, m. w. N.). Ist dies nicht der Fall, widerspricht es dem Allgemeininteresse, das fragliche Zeichen durch seine Eintragung ins Register zugunsten eines Anmelders zu monopolisieren und der Nutzung durch die Allgemeinheit dauerhaft zu entziehen (vgl. EuGH GRUR 2008, 608, 610, Rdn. 59 - EUROHYPO; EuGH GRUR 2004, 943, 944, Rdn. 26 - SAT.2; EuGH GRUR 2003, 604, 608, Rdn. 60 – Libertel). Die erforderliche Unterscheidungskraft ist zum einen solchen Angaben und Zeichen abzusprechen, die einen unmittelbar beschreibenden Sinngehalt aufweisen. Aber auch anderen Angaben kann die Unterscheidungskraft fehlen, etwa wenn sie sich auf Umstände beziehen, durch die ein enger beschreibender Bezug zu den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2006, 850, Rdn. 28 - FUSSBALL WM 2006; BGH GRUR 2001, 162 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Bezeichnungen für Standorte, an denen die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen erbracht oder angeboten werden können, hat der Bundesgerichtshof in seiner jüngeren Rechtsprechung für diese Waren und Dienstleistungen für nicht

schutzfähig erachtet (vgl. BGH GRUR-RR 2012, 135, Rn. 14 - Rheinpark-Center; BGH GRUR 2012, 272, 274, Rn. 14 - Rheinpark-Center Neuss). Von der Schutzunfähigkeit derartiger Bezeichnungen ist auch die frühere Rechtsprechung des Bundespatentgerichts (vgl. BPatG 29 W (pat) 521/10, Entsch. v. 21. Juli 2010 (Nr. 31) - Rheinpark-Center; BPatG GRUR 2007, 61 - Christkindlesmarkt; GRUR 2007, 58, 60 f. - BuchPartner, GRUR 2003, 1051, 1052 - rheuma-world; BPatG 27 W (pat) 96/03, Entsch. v. 9. Dezember 2003 - TECHNOMARKT; BPatG 27 W (pat) 335/03, Entsch. v. 30. März 2004 - Gardinenland; BPatG 24 W (pat) 256/03, Entsch. v. 6. November 2004 - tabakwelt) mit der Begründung ausgegangen, dass Bezeichnungen üblicher Verkaufsstätten keine unterscheidungskräftigen Angaben im Sinne konkreter betrieblicher Herkunftshinweise auf die dort üblicherweise angebotenen Waren darstellen. Hiernach fehlt „Station24“ für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen das zur einer Eintragung notwendige Mindestmaß an Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG:

Der von dem lateinischen Wort "statio" i. S. v. "Stillstehen, Stand/-Aufenthaltort" abgeleitete Begriff "Station" bezeichnet im Deutschen u. a. die Haltestelle eines öffentlichen Verkehrsmittels, einen Bahnhof; den Aufenthaltsort oder Rastplatz während einer Fahrt oder Reise; die Abteilung eines Krankenhauses; den Stützpunkt mit einer Anlage für wissenschaftliche, militärische oder ähnliche Beobachtungen und Untersuchungen wie beispielsweise eine meteorologische Station sowie einen Sender (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 7. Aufl. 2011, S. 1668). Gerade auf technischem Gebiet ist der Zeichenbestandteil „Station“ in einer Vielzahl von Wortzusammensetzungen in Gebrauch, wie z. B. Klimastation, Orbitalstation, Mobilstation, Kontrollstation, Raketenstation, Umspannstation, Trafostation, Forschungsstation usw. (vgl. Muthmann, Rückläufiges deutsches Wörterbuch, 1988, S. 711; BPatG 30 W (pat) 31/97, Entsch. v. 4. August 1997 – MEDIASTATION).

Werden die beanspruchten Waren und Dienstleistungen mit „Station“ gekennzeichnet, weist die angefügte Zahl „24“ darauf hin, dass es sich um eine „Station“ handelt, in der oder auf welcher diese Waren und Dienstleistungen rund um die

Uhr, d. h. dauerhaft erhältlich sind oder erbracht werden können (vgl. BPatG 33 W (pat) 111/06, Entsch. v. 23. September 2008 – Gastro Kauf 24; BPatG 29 W (pat) 13/05, Entsch. v. 10. Januar 2007 – Druck 24; BPatG 25 W (pat) 113/04, Entsch. v. 26. April 2005 – adress24; BPatG 29 W (pat) 137/02, Entsch. v. 29. September 2004, - Camp24; BPatG 25 W (pat) 280/01, Entsch. v. 19. September 2002 – Alarm24; BPatG 29 W (pat) 155/04, Entsch. v. 29. September 2004 – design24; BPatG 27 W (pat) 181/09, Entsch. v. 19. Januar 2010 – collect 24; BPatG 26 W (pat) 42/08, Entsch. v. 4. März 2009 – charterflug24; BPatG 29 W (pat) 196/03, Entsch. v. 10. Oktober 2005 - Autorecht 24; BPatG 29 W (pat) 43/04, Entsch. v. 10. Januar 2007 – print24; BPatG 25 W (pat) 207/01 – medi-24 m. w. N).

An eine Zusammenschreibung von Markenbestandteilen als Hinweis- und Sachinformation ist der Verkehr gewöhnt, denn sie wird in der beschreibenden Werbesprache und insbesondere bei der Eingabe von Suchbegriffen im Internet oder in Domainadressen häufig verwendet, ohne dass der beschreibende Begriffsinhalt dadurch in den Hintergrund tritt (vgl. BPatG 29 W (pat) 192/01, Entsch. v. 15. Oktober 2003, - Travelagain).

Bei einer Verkaufsstation, die sich speziell an den medizinischen, pharmazeutischen oder orthopädischen Fachverkehr richten kann, kann es sich um ein rund um die Uhr geöffnetes Internetportal handeln, welches zugleich Dienstleistungen mit fachspezifischem Bezug anbietet. Üblich ist es im Verkehr auch, mit einer dem Wort „Station“ nachgestellten Zahl die Nummer der Abteilung eines Krankenhauses oder einer Pflegeeinrichtung zu bezeichnen. Zusätzlich kann es sich bei einer „Station24“ um eine rein virtuelle Pflegestation handeln. Ein Beispiel hierfür stellt das von der Anmelderin auf ihrer Homepage www.station24.de betriebene Online-Pflegeportal für Auszubildende, Pflegepraktiker und Angehörige des Pflegemanagements dar, in welchem sie ihr pflegeorientiertes Waren- und Dienstleistungsan-

gebot mit der Abbildung zweier Pflegender in Berufskleidung illustriert hat, die auf einem Krankenhausflur liegend den Bildschirm eines Notebooks betrachten. Der Verkehr ist an eine Fülle von Bezeichnungen für Verkaufsstandorte gewöhnt. Des Weiteren können auch Forschungseinrichtungen und Sender mit Nummern bezeichnet werden, ohne dass der Verkehr in der Kombination von „Station“ und der Zahl „24“ jeweils einen Hinweis auf einen bestimmten Anbieter eines dort hergestellten bzw. für die Station bestimmten Produkts oder auf eine durch diese erbrachte Dienstleistung sehen wird.

Die beanspruchten Waren der Klassen 3 und 5 können für eine rund um die Uhr geöffnete Verkaufsstation sowie für die Station eines Krankenhauses mit der Nummer 24 geeignet und bestimmt sein.

Die beanspruchten Waren der Klasse 16 können auf der Station eines Krankenhauses oder in der Abteilung einer Pflegeeinrichtung mit der Nummer 24 zu therapeutischen Zwecken, zur Fortbildung und in der stationseigenen Verwaltung eingesetzt werden und für eine solche Station mit der Nummer 24 geeignet und bestimmt sein.

Die in den Klassen 35 und 38 beanspruchten Werbe-, Geschäftsführungs-, Unternehmensverwaltungs- und Telekommunikationsdienstleistungen sowie die Dienstleistung "Büroarbeiten" können auf eine Verkaufsstation in Form eines Internetportals, auf ein virtuelles Pflegeportal und auf einen Stützpunkt mit einer Anlage für wissenschaftliche Untersuchungen und Beobachtungen zugeschnitten sein.

Die in Klasse 41 beanspruchten Dienstleistungen "Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten" sowie Telekommunikationsdienstleistungen der Klasse 38 kann insbesondere eine Sendestation mit der Nummer 24 erbringen.

Die in Klasse 42 beanspruchten „wissenschaftlichen und technologischen Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen“ sowie „industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen“ können durch einen Stützpunkt mit einer Anlage für wissenschaftliche Untersuchungen und Beobachtungen erbracht werden. Die Dienstleistung „Klasse 42: Entwurf und Entwicklung von Computerhard- und Software“ kann auf die Entwicklung einer Verkaufsstation oder eines virtuellen Pflegeportals im Internet zugeschnitten, aber auch auf für eine Forschungsstation, einen militärischen Stützpunkt oder einen Rundfunksender geeignet und bestimmt sein und von einer solchen „Station“ 24 Stunden lang angeboten werden.

Für eine Schutzversagung reicht es bereits aus, wenn ein Wortzeichen in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (vgl. EuGH GRUR 2003, 58, 59 (Rdn. 21) - Companyline; MarkenR 2003, 450, 453 (Rdn. 32) - Doublemint, MarkenR 2004, 99, 109 (Rdn. 97) - Postkantoor; MarkenR 2004, 111, 115 (Rdn. 38) - Biomild). Angesichts dessen werden weder die mit den jeweiligen Waren und Dienstleistungen angesprochenen Fachverkehrskreise, noch der allgemeine, durchschnittlich aufmerksame Endverbraucher in „Station24“ einen Herkunftshinweis sehen, wenn das Anmeldezeichen zur Kennzeichnung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen verwendet wird. Dem Zeichen fehlt mithin jegliche Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Die von der Anmelderin angesprochene Entscheidung BPatG 32 W (pat) 189/01 - Kidstation vom 17. April 2002 ist zeitlich vor den erwähnten Entscheidungen des Gerichtshofs der Europäischen Union (EuGH GRUR 2003, 58, 59 (Rdn. 21) - Companyline; MarkenR 2003, 450, 453 (Rdn. 32) - Doublemint, MarkenR 2004, 99, 109 (Rdn. 97) - Postkantoor; MarkenR 2004, 111, 115 (Rdn. 38) - Biomild) ergangen. Der Umstand, dass das dortige Anmeldezeichen ausweislich einer Internetrecherche in mehrfacher Hinsicht verwendet wurde, spräche nach heutigem Verständnis nicht für die Unterscheidungskraft einer bestimmten Wortkombination.

Auch auf Fremdsprachenkenntnisse der angesprochenen Verkehrskreise, die im Rahmen der Entscheidungsfindung des 32. Senats eine Rolle gespielt haben, kommt es im hiesigen Fall nicht an.

In seiner Entscheidung vom 3. November 2003, BPatG 30 W (pat) 210/02 - pharmacy24, mit der sich die Anmelderin ebenfalls auseinandergesetzt hat, hat der 30. Senat an die Entscheidung des Bundesgerichtshofs BGH GRUR 1999, 988 - HOUSE OF BLUES angeknüpft und ausgeführt, dass sich das Freihaltebedürfnis an der Bezeichnung eines Ladengeschäfts nicht auf die in diesem angebotenen Leistungen erstreckt. Mit Rücksicht auf die bereits zitierte jüngere Rechtsprechung zur fehlenden Schutzfähigkeit der Bezeichnungen für Erbringungs- und Angebotsstätten würde die Entscheidung „pharmacy24“ heute so nicht mehr ergehen.

Aus der Schutzgewährung für andere Marken kann die Anmelderin schließlich keinen Anspruch auf Eintragung ableiten. Voreintragungen einschließlich der von der Anmelderin angesprochenen Registereintragungen Nr. 300 176 848, 397 127 227, 30 2008 067 6450, 398 330 786 und 003 525 524 mit dem Wortbestandteil „Shopping24“ führen weder für sich genommen noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Eintragung zu befinden haben, denn die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke ist keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage (vgl. EuGH MarkenR 2008, 163, 167 [Rz. 39] - Terranus; GRUR 2004, 674, Nr. 43, 44 - Postkantoor; GRUR 2004, 428, Nr. 63 - Henkel; BPatG MarkenR 2007, 351, 352 f. - Topline; GRUR 2007, 333, 335 ff. - Papaya; GRUR 2010, 423 amazing discoveries; GRUR 2010, 425 - Volksflat).

Aus diesen Gründen war die Beschwerde zurückzuweisen.

Werner

Dr. Schnurr

Heimen

Bb