

BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 206/01

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 47 743.4

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 7. November 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie des Richters Brandt und der Richterin k.A. Bayer

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Am 21. August 1998 ist beim Deutschen Patent- und Markenamt die Bezeichnung

Cityservice

zur Eintragung als Marke für folgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Buchführung; Durchführung von Auktionen und Versteigerungen; Ermittlung in Geschäftsangelegenheiten; Dienstleistungen eines Franchisegebers, nämlich Vermittlung des organisatorischen und betriebswirtschaftlichen Know-hows im Bereich Ausbildung, Weiterbildung und Kunsterziehung sowie im Bereich Reisen, Betreuung und Pflege von Menschen; Personalberatung; Marktforschung und Marktanalyse; Vermittlung von Verträgen über Anschaffung und Veräußerung von Waren; Vervielfältigung von Dokumenten;

Versicherungswesen; Finanzwesen; Immobilienwesen; Einziehung von Außenständen; Grundstücks- und Hausverwaltung; Immobilien- und Hypothekenvermittlung; Leasing; Schätzen von Immobilien; Vermögensverwaltung; Vermögensverwaltung durch Treuhänder; Wohnungsvermittlung; Immobilienvermittlung;

Bauwesen; Reparaturwesen; Installationsarbeiten; Abbrucharbeiten; Abdichtungsarbeiten; Dachdeckerarbeiten; Dämmungsarbeiten; Elektroinstallation; Fassadenreinigung; Feuerungsbau; Fliesenlegearbeiten; Fußbodenlegearbeiten; Gebäudeentfeuchtung; Gerüstbau; Glaserarbeiten; Hoch- und Tief- und Ingenieurbau; Installation und Montage von Beleuchtungsgeräten, Blitzschutzanlagen, Erdungsanlagen, Funk- und Fernmeldeeinrichtungen, Leitungs-, Lüftungs- und Klimageräten, Kühlgeräten, sanitären Anlagen; Klempnerarbeiten und Gas- und Wasserinstallation; Gärtnerarbeiten; Maler-, Lackierer- und Tapezierarbeiten; Parkettverlegung; Parkettverlegung; Reinigung von Bauten, Kaminen, Kanälen, Kraftfahrzeugen, Textilien; Reparatur oder Instandhaltung von Bekleidungsstücken, Erzeugnissen der Elektrotechnik, Erzeugnissen des Maschinenbaus, Fahrrädern, feinmechanischen Erzeugnissen, Gummiwaren, Heizungs-, Klima-, Kühl- und Lüftungsgeräten, Kraftfahrzeugen, mechanischen Geräten und Vorrichtungen für medizinische und orthopädische Zwecke, Photo-, Projektions- und kinotechnischen Geräten, Polsterungen, Schiffen, Schuhen, Uhren, wärmetechnischen Anlagen; Stuck-, Gips- und Verputzarbeiten; Vermietung von Maschinen, Werkzeugen und Geräten für das Bauwesen; Vernichtung von Schädlingen, Ungeziefer und Unkraut; Waschen von Wäsche; Zimmererarbeiten und Ingenieurholzbau;

Telekommunikation; Ausstrahlung von Fernsehprogrammen; Fernsprehdienst; Ausstrahlung von Hörfunksendungen; Ausstrahlung von Kabelfernsehsendungen; Mobil-Funkdienst; Sammeln und Liefern von Nachrichten; Übermittlung von Nachrichten; Vermietung von Geräten zur Nachrichten-

übermittlung; Personenruf (Rundfunk, Telefon); Sammeln und Liefern von Pressemeldungen; Sammeln und Liefern von Nachrichten; Telegrammdienst (Depeschen); Telegrammübermittlung; Telegrafendienst; Auskünfte über Telekommunikation; Telekopierdienst; Telefondienst;

Beförderung von Personen und Gütern mit Kraftfahrzeugen, Schienenbahnen, Schiffen und Flugzeugen; Gepäckträgerdienste; Lagerung von Waren und Möbeln; Rettung von Personen; Veranstaltung und Vermittlung von Reisen; Vermittlung von Verkehrsleistungen; Veranstaltung von Besichtigungen; Reisebegleitung; Vermietung von Flugzeugen und Fahrzeugen;

Materialbearbeitung; Abbeizen; Abfallverarbeitung (Umwandlung); Abschleifen; Änderung von Bekleidungsstücken; Anfertigung von Bekleidungsstücken; Ausstopfen und Präparieren von Tieren; Bleichen von Textilien; Buchbindearbeiten; Färben von Leder, Pelzen, Schuhen, Stoffen, Textilien; Dienstleistungen einer Färberei; Filmbearbeitung; Entwicklung von fotografischen Filmen; Keltern von Früchten; Galvanisieren; Beschichten von Oberflächen; Glasblasen; Goldplattierung; Gravieren; Härten von Metallen; Zurichten von Häuten und Fellen; Holzbearbeitung; Holzfällen und -zuschneiden; Keramikarbeiten; Kesselschmiedearbeiten; Konservierung von Nahrungsmitteln und Getränken; Lötarbeiten; Luftauffrischung (Klimatisierung); Luftreinigung; Luftverbesserung (Desodorierung); Mahlen von Getreide; Metallbearbeitung; Härten von Metallen; Plattieren von Metallen; Montage von Videobändern; Müll- und Abfallrecycling, Räuchern von Nahrungsmitteln; Konservierung von Nahrungsmitteln

und Getränken; Erstellen von fotografischen Abzügen; Raffinieren; Rahmen von Kunstwerken; Schlachten von Tieren; Schmiedearbeiten; Verchromen; Vergolden; Vernickeln; Versilbern; Verzinnen; Walzen; Wasserbehandlung; Bleichen von Textilien;

Ausbildung, Erziehung, Unterricht; Unterricht durch Rundfunk und Fernsehen; Weiterbildung; Büchervermietung; Filmproduktion; Filmvermietung; Filmvorführungen; Künstlervermittlung; Musikdarbietung; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Theateraufführung; Veranstaltung sportlicher Wettbewerbe; Vermietung von Rundfunk- und Fernsehgeräten; Vermietung von Zeitschriften; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften; Dienstleistungen eines Franchisegebers, nämlich Vermittlung des organisatorischen Know-hows im Bereich Ausbildung, Weiterbildung, Kunsterziehung sowie im Bereich der sportlichen und kulturellen Aktivitäten;

Verpflegungsdienstleistungen; Beherbergung von Gästen; Bau- und Konstruktionsplanung und -beratung; Betrieb von Bädern, Schwimmbädern und Saunen; Dienstleistungen eines Altenheimes und Pflegeheimes; Dienstleistungen eines Erholungsheimes und eines Sanatoriums; Dolmetschen; Hausmeisterdienste; Butlerdienste; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Meinungsforschung; Photographieren; Übersetzungen; Veranstaltung von Messen und Ausstellungen; Vermietung von Verkaufsautomaten; Zimmerreservierung; Dienstleistungen eines Franchisegebers, nämlich Vermittlung des technischen Know-hows im Bereich Aus-

bildung, Weiterbildung, Altenheim, Verpflegung von Gästen,
Unterbringung von Gästen.

Die Markenstelle hat die gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und Nr 2 MarkenG beanstandete Anmeldung mit Beschluss vom 10. April 2001 durch eine Beamtin des höheren Dienstes zurückgewiesen, da der angemeldeten Marke für die angemeldeten Dienstleistungen zumindest jegliche Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG). "Cityservice" lasse sich hinsichtlich aller angemeldeten Dienstleistungen nur als Sachaussage verstehen, wozu vor allem eine heute bereits anzutreffende Verwendung dieser Wortkombination in der Werbung und Information durch zahlreiche Städte beitrage. Bei der angemeldeten Marke handele es sich um keine ungewöhnliche Wortbildung. Der Begriff "Service" sei in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen und der Wortbestandteil "City" werde auch im Inland gerade in Wortzusammensetzungen an Stelle der deutschen Bezeichnung "Stadt" verwendet (Citycar, City-Plan, City-Kurier, City-Tarif, Cityinfo). Der Begriff "Cityservice" werde beschreibend verwendet, wie aus Internet-Seiten ersichtlich sei. Da verschiedene Städte ihre Dienstleistungen im Rahmen eines Stadtservice anböten und auch vielfach einen Informationsdienst zu Handel und Dienstleistungsgewerbe in bestimmten Stadtregionen angeboten würde, werde der Verkehr im Zusammenhang mit Dienstleistungen jeglicher Art die angemeldete Bezeichnung als Sachaussage verstehen, nämlich dass man bei einem "Cityservice" Informationen über die in der Stadt erhältlichen Dienstleistungen und ihre Erbringer erhält bzw dass dort die Dienstleistungen im Rahmen eines "Cityservice" angeboten würden.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

den Beschluss aufzuheben.

Nach ihrer Auffassung fehlt der angemeldeten Marke nicht jede Unterscheidungskraft. Der Verkehr werde die Bezeichnung als einen Hinweis auf ein bestimmtes

Unternehmen werten. Bei dem angemeldeten Zeichen, das in seiner Gesamtheit zu beurteilen sei, handele es sich nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder englischen Sprache, sondern um ein eigenartiges Kunstwort. Ein eindeutig beschreibender Gehalt könne nicht erkannt werden, denn es handele sich nicht um eine konkret beschreibende Angabe einer für den Verkehr bedeutsamen Eigenschaft der angemeldeten Dienstleistungen. Die Bezeichnung sei auch nicht für den Teil schutzunfähig, der den Service-Bereich einer Stadt betreffe. Es seien zahlreiche Marken registriert, die den Bestandteil "City" oder "Service" hätten. Die Anmelderin verweist darauf, dass auch der Bezeichnung "City-Hotel" Unterscheidungskraft zuerkannt worden sei. Der angemeldete Begriff sei nicht sprachüblich, sondern allenfalls markenüblich gebildet. In Bezug auf die angemeldeten Dienstleistungen sei der beschreibende Gehalt auch nicht konkretisiert worden. Spezielle Leistungen wie "Auktionen, Abbrucharbeiten, Dachdeckerarbeiten, Parkettverlegung, Materialbearbeitung, Abschleifen, Buchbindearbeiten, Keltern von Früchten, Glasblasen, Gravieren, Härten von Metallen, Konservieren von Nahrungsmitteln und Getränken, Lötarbeiten, Plattieren von Metallen, Schmiedearbeiten, Vergolden" könnten nicht als Serviceleistungen betrachtet werden. Unter "Service" sei nur eine kundenbezogene Betreuung zu verstehen. Bei den angemeldeten Dienstleistungen sei auch kein eindeutiger Bezug zur "Stadt" gegeben. Die Anmelderin regt an, gegebenenfalls die Rechtsbeschwerde zuzulassen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, da die angemeldete Marke gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und Nr 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist.

Die Bezeichnung "Cityservice" ist im Zusammenhang mit den angemeldeten Dienstleistungen eine freihaltungsbedürftige beschreibende Angabe. Die beiden

ursprünglich der englischen Sprache entnommenen Bestandteile "City" (Stadt) und "Service" (Dienst, Dienstleistung) sind längst auch in die deutsche Umgangssprache eingegangen. Die Markenstelle hat bereits zutreffend darauf hingewiesen, dass zahlreiche zusammengesetzte Sachhinweise mit "City" gebildet werden (zB City-Kurier, City-Tarif, Cityinfo). Entsprechendes gilt auch für Wortverbindungen mit "Service" (zB wie Presse-Service, Bürger-Service oder Kundenservice usw). Auch der vorliegend zu beurteilende Gesamtbegriff "Cityservice" ist sprachüblich gebildet. Er wird sogar, was die Markenstelle ebenfalls bereits ausgeführt hat, in dieser Form umfangreich verwendet. Dies wird bestätigt durch die in der mündlichen Verhandlung überreichte Internetrecherche, wonach "Cityservice" im Zusammenhang mit verschiedenen Dienstleistungen eingesetzt wird, insbesondere in Verbindung mit Informationen über die in einer Stadt angebotenen Dienstleistungen und ihre Anbieter. Die Ansicht der Anmelderin, es handele sich um ein eigenartiges Kunstwort, ist daher unzutreffend.

Der sich leicht erschließende Begriffsinhalt der angemeldeten Marke "Cityservice" weist lediglich darauf hin, dass der Dienst bzw die Dienstleistung(en) von einem Unternehmen in der jeweils betreffenden Stadt angeboten und erbracht werden. Darin liegt eine wichtige Information für die angesprochenen Verkehrskreise, deren Entscheidung durchaus aus verschiedenen Gründen davon abhängig sein kann, ob sich der Anbieter am Ort befindet oder seinen Sitz räumlich entfernt hat mit Konsequenzen zB bezüglich Anfahrtskosten, Möglichkeit einer schnellen Inanspruchnahme des Service, Geltendmachung und Behebung von Mängeln usw. Der Ort der Erbringung der Dienstleistungen ist in § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG ausdrücklich als Merkmal genannt, dessen Angabe von der Eintragung als Marke ausgeschlossen ist. "City" ist insoweit einer geographischen Herkunftsangabe gleichzusetzen. Allerdings handelt es sich um eine Ortsangabe allgemeiner Art, die nicht eine bestimmte Stadt oder Region benennt, sondern eine Abgrenzung zu flächendeckend angebotenen Dienstleistungen darstellt. So werden zB potentielle Kunden durch eine in München erfolgende Verwendung des Hinweises "Cityservice"

darüber informiert, dass die angebotenen Dienstleistungen in der Stadt München, nicht aber in außerhalb liegenden ländlichen Gegenden erbracht werden.

Darin liegt ein wesentliches Merkmal der Erbringung von Dienstleistungen, das gleichermaßen für alle beanspruchten Dienstleistungen gilt. Die Schutzfähigkeit wird nicht - wie die Anmelderin meint - dadurch begründet, dass der beschreibende Gehalt der Bezeichnung nicht weiter konkretisiert ist. Maßgeblich ist vielmehr, dass bei einer Verwendung der Angabe im Zusammenhang mit den einzelnen Dienstleistungen oder einem umfassenden Dienstleistungsangebot der Begriffsinhalt der Sachangabe jeweils ohne weiteres verständlich ist. Gerade wenn wie im vorliegenden Fall sehr unterschiedliche Dienstleistungen angeboten werden, ist das Wort "Service" eine treffende Sammelbezeichnung, da nur dann alle Arten der angebotenen Dienstleistungen umfasst werden. Zudem werden die beanspruchten Dienste auf solche in der Stadt erbrachten konkretisiert. Eine gleichwohl bestehende begriffliche Unbestimmtheit führt nicht zu einer schutzbegründenden Mehrdeutigkeit (vgl auch die ähnlichen Überlegungen des BGH in der Entscheidung "Bücher für eine bessere Welt", GRUR 2000, 882). Dem entspricht auch die Rechtsprechung zu Gemeinschaftsmarken, wonach zB die Bezeichnung "COMPANYLINE" (angemeldet für Versicherungs- und Finanzwesen) keine Unterscheidungskraft hat (EuG MarkenR 2000, 70; EuGH, Urteil vom 19.09.02 - C-104/00P).

Soweit die Anmelderin hinsichtlich einer Reihe oben genannter, spezieller Leistungen geltend macht, diese könnten nicht als Serviceleistungen betrachtet werden, da unter "Service" nur eine kundenbezogene Betreuung zu verstehen sei, kann sich der Senat dem schon deshalb nicht anschließen, weil sich die Bedeutung des Wortes "Service" nicht auf eine eng verstandene kundenbezogene Betreuung in dem Sinne beschränkt, dass die Dienstleistungen nur für Personen erbracht werden, die bereits Kunden des Unternehmens sind. Zwar gibt es Serviceleistungen, die - etwa weil sie unentgeltlich oder besonders kostengünstig sind - nur im Rahmen einer schon bestehenden Geschäftsbeziehung erbracht

werden (und deshalb oft auch als Hilfsdienstleistungen bezeichnet werden). Das Angebot eigenständiger Dienstleistungen unter der Bezeichnung "... Service" (zB Schlüsselservice, Pizzaservice usw) richtet sich aber an jedermann und ist nicht im vorstehenden Sinne als "Kundenservice", sondern als normale Geschäftstätigkeit zu verstehen.

Auch das weitere Argument, ein eindeutiger Bezug zur Stadt sei bei den angemeldeten Dienstleistungen nicht gegeben, greift nicht durch. Es kommt nicht darauf an, ob die beanspruchten Dienstleistungen zwangsläufig einen Bezug zur Stadt haben, was zB bei der Dienstleistung "Stadtplanung" der Fall wäre. Maßgeblich ist vielmehr, dass die für die Dienstleistungen gewählte Bezeichnung "Cityservice" einen sprachüblich gebildeten und ohne weiteres verständlichen Hinweis darauf gibt, dass es sich um ein Dienstleistungsangebot in der Stadt, für den städtischen Bereich handelt.

Der Senat teilt zudem die Auffassung der Markenstelle, dass die angemeldete Bezeichnung nicht die für eine Marke erforderliche Unterscheidungskraft aufweist (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG), wenngleich dabei von einem großzügigen Maßstab auszugehen ist. Soweit der Bundesgerichtshof für die Prüfung dieses Schutzhindernisses bei Wörtern darauf abstellt, ob ihnen für die fraglichen Waren ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann und/oder ob es sich um ein sonst gebräuchliches 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 (vgl BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch), muss vorliegend das Eintragungshindernis bejaht werden.

Die angemeldete Bezeichnung hat - wie oben ausgeführt - bezüglich der beanspruchten Dienstleistungen einen leicht erkennbaren Begriffsinhalt, der zugleich dazu führt, dass "Cityservice" nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird. Selbst Wortzusammenstellungen, die lexikalisch nicht nachweisbar sind, erfüllen

nicht immer die Anforderungen an die Unterscheidungskraft (vgl. BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK), wenn es sich um eine sprachübliche Begriffsbildung mit unmittelbar beschreibendem Waren- oder Dienstleistungsbezug handelt. Dabei ist die Anwendung von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG aber nicht einmal auf die Angaben iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG beschränkt, da das gesetzliche Eintragungshindernis fehlender Unterscheidungskraft nicht auf das Vorliegen bestimmter objektiver Merkmalsangaben, sondern auf die Verkehrsauffassung abstellt. Bezüglich "Cityservice" ist jedoch festzustellen, dass genau diese Wortzusammenstellung bereits in einer Reihe verschiedener Städte als Sachhinweis auf ein Dienstleistungsangebot verwendet wird. Dies ist zutreffend in dem angefochtenen Beschluss ausgeführt und wird durch die zusätzliche Internetrecherche des Senats belegt. Soweit die angesprochenen Verkehrskreise in ihren Städten noch nicht an diese Verwendung der Bezeichnung "Cityservice" für ein Dienstleistungsangebot oder einen entsprechenden Informationsdienst durch Unternehmen oder die Kommune gewöhnt sind, erschließt sich ihnen der Begriffsinhalt ohne weiteres, da es sich um die sprachübliche Verbindung von zwei bekannten Wörtern handelt, deren Aussagegehalt durch die Kombination nicht verändert wird. Auf die obigen Ausführungen wird Bezug genommen. Auch wenn es sich um eine Angabe mit beschreibendem Bezug zu Dienstleistungen allgemein handelt, haben die angesprochenen Verkehrskreise nach der allgemeinen Lebenserfahrung keinen Anlass, darin ein betriebliches Unterscheidungsmittel zu sehen (vgl. auch EuG MarkenR 2000, 70; EuGH, Urteil vom 19.09.02 - C-104/00P).

Auch soweit die Anmelderin auf eingetragene Marken mit dem einen oder anderen Bestandteil der hier angemeldeten Marke hinweist und für den Fall einer negativen Entscheidung insbesondere eine ungerechtfertigte Abweichung von Markeneinträgen mit dem Bestandteil "City" sowie von der in der "City-Hotel"-Entscheidung des BGH (GRUR 1995, 507) ausgeführten Rechtsauffassung geltend macht, führt dies nicht zu einem anderen Ergebnis. Der weitaus größte Teil der genannten "City"- und "Service"-Marken ist mit der hier zu beurteilenden Bezeichnung "City-

service" schon deshalb nicht zu vergleichen, weil dort die Eintragungsfähigkeit aufgrund weiterer (schutzfähiger) Wortbestandteile oder wegen einer die Schutzfähigkeit begründenden Kombination von Wörtern oder wegen schutzfähiger Bildelemente bejaht werden konnte. Zudem würden selbst gleich zu beurteilende Markeneintragungen, denen nach Auffassung des Senats dann fehlerhafte Entscheidungen zugrunde lägen, keine Bindungswirkung entfalten (BGH GRUR 1999, 420 – K-SÜD; für den Gemeinschaftsmarkenbereich vgl. EuG MarkenR 2002, 600, 603, Tz 55 u. 56 - ELLOS). Da die Anmelderin diesem Komplex offenbar besondere Bedeutung beimisst, ist zu betonen, dass es vorliegend nicht um die Beantwortung der Eintragungsfähigkeit von "City"-Marken allgemein gehen kann, sondern nur um die konkret angemeldete Wortverbindung und um die Frage, ob etwa die Verbindung der beiden glatten Sachangaben zur Schutzfähigkeit führt.

Was die in einem Verletzungsstreit ergangene "City-Hotel"-Entscheidung des BGH betrifft, so waren die besonderen Umstände in der einschlägigen Branche maßgeblich, der Wortfolge eine kennzeichnende Bedeutung beizumessen, allerdings nur eine örtlich begrenzte Kennzeichnungskraft, worauf der BGH ausdrücklich hingewiesen hat. Denn der Verkehr sei gerade bei Hotels - so hat er ausgeführt - daran gewöhnt, dass als Geschäftsbezeichnung mehr oder weniger deutlich beschreibende Bezeichnungen verwendet werden und es nach einer dem Verkehr bekannten allgemeinen Übung innerhalb eines umgrenzten örtlichen Bereichs regelmäßig nur ein Unternehmen mit dieser Bezeichnung gibt. Diese Überlegungen können schon deshalb nicht als Begründung für die Eintragung einer Marke mit dem Bestandteil "City" herangezogen werden, da die Markenregistrierung kein örtlich begrenztes, sondern ein im gesamten Geltungsbereich des Markengesetzes wirksames Schutzrecht schafft.

Die Beschwerde war daher zurückzuweisen.

Die Rechtsbeschwerde wird anregungsgemäß zugelassen.

Kliems

Brandt

Bayer

Fa