

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 284/00

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 399 68 117.5**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 20. Februar 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richterin Klante und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 41, vom 5. September 2000 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung der Marke 399 68 117.5 für die Dienstleistungen "Werbung, Unternehmensverwaltung, Erziehung, Ausbildung" zurückgewiesen worden ist.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortfolge

United Leisure Clubs Bremen

für

Werbung, Unternehmensverwaltung, Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Beherbergung von Gästen, Gesundheits- Schönheitspflege, sportliche Aktivitäten (Betrieb von Freizeit- Fitneßanlagen).

Mit Beschluss vom 5. September 2000 hat das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 41, die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft

der Marke und eines daran bestehenden Freihaltebedürfnisses in diesem Umfang zurückgewiesen und zur Begründung ausgeführt, die angemeldete Marke enthalte die deutsche Bedeutung "Vereinigte Freizeitclubs Bremen". Hierbei handele es sich um einen für jedermann ohne weiteres verständlichen, rein beschreibenden Sachbegriff.

Dagegen wenden sich die Anmelder mit ihrer Beschwerde.

Die Anmelder beantragen,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom  
5. September 2000 aufzuheben.

Sie vertreten die Auffassung, die angemeldete Wortfolge sei unterscheidungskräftig und nicht Freihaltebedürftig. Es handele sich nicht um einen sprachüblich gebildeten Begriff, sondern um ihre eigene Namensschöpfung.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist teilweise begründet.

Der begehrten Eintragung von "United Leisure Clubs Bremen" in das Markenregister steht für die beanspruchten Dienstleistungen "Werbung, Unternehmensverwaltung, Erziehung, Ausbildung" weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) noch das einer bezeichnenden Angabe iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen.

Nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, denen für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Danach ist Unterscheidungskraft die einer Marke innewohnende

(konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft ausreicht, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. Begründung zum Regierungsentwurf, BT-Drucksache 12I/6581, S 70 = BIPMZ 1994, Sonderheft, S 64). Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl. BGH BIPMZ 2002, 85 - INDIVIDUELLE).

Eine beschreibende Sachaussage, die auf bestimmte Eigenschaften der vorgeannten Dienstleistungen hinweist, ist der Marke "United Leisure Clubs Bremen" in Bezug auf die vorgeannten Dienstleistungen nicht zu entnehmen. Dieser Begriff ist zwar - wie zB "United States of America" - sprachüblich gebildet. Er dürfte auch weitgehend von den angesprochenen Verkehrskreisen verstanden werden. Das aus dem Englischen stammende Wort "United" bedeutet "vereinigte", "Leisure", ebenfalls ein Wort aus der englischen Sprache, bedeutet "Freizeit". "Clubs" und "Bremen", eine bekannte norddeutsche Stadt, mithin eine rein geografische Angabe, werden ohne weiteres erkannt. Indes ist eine zergliedernde Betrachtungsweise unzulässig (BGH BIPMZ 2001, 55, 56 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Vielmehr ist von der Wortfolge in ihrer Gesamtheit auszugehen. Die gesamte Wortfolge "United Leisure Clubs Bremen" mit der Bedeutung "Vereinigte Freizeitclubs Bremen" stellt keine unmittelbar im Vordergrund stehende beschreibende Sachangabe für die Dienstleistungen "Werbung, Unternehmensverwaltung, Erziehung, Ausbildung" dar. Diese Dienstleistungen haben vordergründig

nichts mit "Freizeit" bzw einem "Freizeitclub" zu tun, sondern bezeichnen im Gegenteil Dienstleistungen, die mit Mühen und Arbeit (Erziehung, Ausbildung, Unternehmensverwaltung) oder kreativer Anstrengung (Werbung) verbunden sind. Es sind jedenfalls mehrere Gedankenschritte erforderlich, um "Werbung, Unternehmensverwaltung, Erziehung, Ausbildung" mit "Vereinigten Freizeitclubs" in Verbindung zu bringen.

Da "United Leisure Clubs Bremen" diese Dienstleistungen selbst unmittelbar nicht beschreibt, liegt mithin auch kein Eintragungshindernis nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG vor.

Es besteht auch kein künftiges Freihaltungsbedürfnis (vgl. BGH BIPMZ 2000, 54, 55 - Fünfer), weil keine Tendenz mit hinreichender Sicherheit prognostizierbar ist (BGH BIPMZ 2001, 55 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION mwNachw), dass die vorgenannten Dienstleistungen künftig mit dem Namen "United Leisure Clubs Bremen" bezeichnet werden.

Für die übrigen Dienstleistungen, nämlich "Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Beherbergung von Gästen, Gesundheits-, Schönheitspflege, sportliche Aktivitäten (Betrieb von Freizeit-Fitneßanlagen)", stellt die Wortfolge "United Leisure Clubs Bremen" jedoch eine bezeichnende Angabe im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG dar, die den Mitbewerbern nicht vorenthalten werden darf. Danach sind solche Zeichen von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, der geografischen Herkunft oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der Dienstleistungen dienen können. Dabei handelt es sich um keinen abschließenden Katalog (vgl. BGH BIPMZ 2000, 54 ,55 - Fünfer). Es ist zu berücksichtigen, dass über die in der Bestimmung selbst gemachten Angaben und die dort ebenfalls erwähnten sonstigen Merkmale hinaus auch andere - als die aufgeführten - für den Warenverkehr wichtige und für die umworbenen Abnehmerkreise irgendwie bedeutsamen Umstände mit Bezug zu den Waren oder Dienstleistungen fallen (vgl. BGH aaO - Fünfer). Die Dienstleistungen "Unterhal-

tung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Beherbergung von Gästen, Gesundheits-, Schönheitspflege, sportliche Aktivitäten (Betrieb von Freizeit-Fitnessanlagen" sind unmittelbar Inhalt und Wesen einer Freizeiteinrichtung und können für den Erfolg und das Gelingen von Freizeiteinrichtungen bzw. Freizeitclubs wichtig bzw. bedeutsam sein.

Winkler

Sekretaruk

Klante

Hu