



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 140/04

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 301 46 429**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 9. Mai 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I.

Die Bezeichnung

# ETHNOMED

ist am 3. August 2001 für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen der Klassen 03, 05; 41 und 42 zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Nach Beanstandung der Anmeldung wegen absoluter Schutzhindernisse nach § 8 II Nr. 1 u. 2 MarkenG hat die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts mit zwei Beschlüssen vom 20. September 2002 und 7. Juli 2004, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die Anmeldung teilweise, nämlich für die Waren und Dienstleistungen

„ätherische Öle; pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke; Erziehung; Ausbildung; Durchführung von Seminaren, Schulungen, Kommunikationstraining, insbesondere zur medizinisch-wissenschaftlichen Ausbildung; Weiterbildung; Erstellen von Seminar-Konzepten und Seminarunterlagen; Unterricht durch Rundfunk und Fernsehen; Veranstaltung von Messen und Ausstellungen, soweit in Klasse 41 enthalten; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften; Dienstleistungen eines Krankenhauses, Genesungs- und Gesundheitsheimes; ärztliche Versorgung, Gesundheits- und Schönheitspflege; Dienstleistungen eines medizinischen, bakteriologischen Labors; Entwicklung

von Arzneimitteln, pharmazeutisch wirksamen Ernährungsmitteln und anderen Produkten für das Gesundheitswesen und Durchführung medizinischer und klinischer Untersuchungen; wissenschaftliche und industrielle Forschung, insbesondere medizinische, bakteriologische und chemische Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, insbesondere für medizinische Zwecke; Vermittlung und/oder Vermietung von Zugriffszeiten auf Datenbanken; Dienstleistungen auf dem Gebiet der Datenverarbeitung und Programmerstellung, insbesondere Erzeugen und Bearbeiten von Texten, Bildern, Audio- und Videosignalen für Dritte über globale Informationsnetzwerke und andere Netzwerke sowie Online-Dienste; Dienstleistungen eines Providers, nämlich Vermittlung und Vermietung von Zugriffszeiten zu Datennetzen, insbesondere im Internet; Dienstleistungen eines Netzwerkbetreibers und Informationsmaklers, nämlich Gestalten, Design von Home-Pages und WWW-Seiten, Internet-bezogene Dienstleistungen nämlich Design und Programmierung von Internetseiten für on- und offline Auftritte; Vermittlung und Vermietung von Zugriffszeiten auf Mietbasis zu Datennetzen und Computerbanken insbesondere im Internet; Erstellen von Netzwerkseiten (Homepages); Erstellen von Web-Seiten ins Internet, auch für Dritte; Webconsulting; Sammeln, Speichern und Verarbeiten von Daten und Nachrichten; gutachterliche Tätigkeit; Entwicklung, Einrichtung und Durchführung von medizinischen Therapieprogrammen, Erprobung solcher Therapieprogramme mittels Studien;“

zurückgewiesen.

Die angemeldete Bezeichnung weise für diese Waren und Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auf. Da es sich bei dem

Bestandteil „MED“ um eine gängige und vielfach verwendete Abkürzung für „Medizin, medizinisch“ handele, werde der Verkehr die angemeldete Bezeichnung ohne weiteres als Abkürzung bzw. Kurzform für „Ethnomedizin“ verstehen. Die „Ethnomedizin“ stelle die Medizin anderer kultureller Systeme vor und analysiere Zusammenhänge zwischen Medizin und Kultur. Dementsprechend würde dieser Begriff in beschreibender Weise für den vorgenannten speziellen Bereich der Medizin umfangreich Verwendung finden. Vor diesem Hintergrund stelle die angemeldete Marke hinsichtlich der versagten Waren und Dienstleistungen eine beschreibende Sachangabe dar, der ihrem Verständnis als Marke entgegenstehe. So benenne die Bezeichnung für die versagten Waren lediglich deren Bestimmungs- und Einsatzzweck im Bereich der Ethnomedizin. Bei den versagten Waren könne es sich um solche handeln, die speziell für die Ethnomedizin entwickelt wurden oder auf den Erkenntnissen der Ethnomedizin basierten. Im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen „Erziehung; Ausbildung; Durchführung von Seminaren, Schulungen, Kommunikationstraining, insbesondere zur medizinischwissenschaftlichen Ausbildung; Weiterbildung; Unterricht;“ gebe die angemeldete Marke lediglich deren Gegenstand wieder. So könnten speziell Schulungen zur Ethnomedizin angeboten werden. Für die weiterhin beanspruchten Dienstleistungen „Erstellen von Seminar-Konzepten und Seminarunterlagen; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften;“ benenne die angemeldete Marke lediglich deren inhaltliche Ausrichtung. In Bezug auf „Dienstleistungen eines Krankenhauses, Genesungs- und Gesundheitsheimes; ärztliche Versorgung, Gesundheits- und Schönheitspflege; Dienstleistungen eines medizinischen, bakteriologischen Labors; Durchführung medizinischer und klinischer Untersuchungen; Entwicklung, Einrichtung und Durchführung von medizinischen Therapieprogrammen, Erprobung solcher Therapieprogramme mittels Studien;“ sage die angemeldete Marke lediglich aus, dass diese unter Anwendung ethnomedizinischer Kenntnisse bzw. auf dem Gebiet der Ethnomedizin erbracht würden. Für die beanspruchten Dienstleistungen „Entwicklung von Arzneimitteln, pharmazeutisch wirksamen Ernährungsmitteln und anderen Produkten für das Gesundheitswesen;“ benenne die angemeldete Marke lediglich die Tatsache, dass sich diese auf Produkte aus dem Bereich der Ethnomedizin beziehen. In Bezug

auf die übrigen versagten Dienstleistungen bezeichne die angemeldete Marke lediglich deren Bestimmungs- und Einsatzzweck im Bereich der Ethnomedizin. So könnten mittels dieser Dienstleistungen Informationen über Ethnomedizin zur Verfügung gestellt werden.

Angesichts dieses beschreibenden Aussagegehalts der angemeldeten Bezeichnung in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen könne weder die fehlende lexikalische Nachweisbarkeit des Begriffs „Ethnomed“ noch die Tatsache, dass die Anmelderin die Bezeichnung „eingeführt“ habe, schutzbegründend wirken.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders mit dem Antrag,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 vom 7. Juli 2004 aufzuheben.

Für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen könne der angemeldeten Marke die erforderliche Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden, da der Bezeichnung insoweit nicht ohne weiteres ein beschreibender Aussagegehalt beigemessen werden könne. So stelle noch nicht einmal der Begriff „Ethnomedizin“ ein „gebräuchliches“ Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache dar. Der Begriff sei lexikalisch nicht nachweisbar. Man müsse schon eine Recherche im Internet durchführen, um den Begriff „Ethnomedizin“ und seine nähere Bedeutung aufzufinden. Die dabei aufzufindenden und seitens der Markenstelle zum Beleg einer Verwendung dieses Begriffs benannten Dokumente stammten überwiegend von dem Anmelder selbst. Zumindest die Verkürzung des Begriffs „Ethnomedizin“ auf die hier angemeldete Bezeichnung „ETHNOMED“ begründe aber die erforderliche Unterscheidungskraft. Dementsprechend seien auch eine Reihe vergleichbar gebildeter Wortkombinationen mit der Abkürzung „MED“ zur Eintragung gelangt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle sowie auf die Schriftsätze des Anmelders und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil die Bezeichnung „ETHNOMED“ für die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen nicht über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG verfügt.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, 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 (vgl. zur st. Rspr. BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; EuGH GRUR 2003, 58 - COMPANYLINE zur GMV). Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 - Postkantoor). Jedoch hat der EuGH auch darauf hingewiesen, dass eine unmittelbar beschreibende Bedeutung nicht Voraussetzung für die Annahme fehlender Unterscheidungskraft ist. Vielmehr kann die Unterscheidungskraft auch aus anderen Gründen fehlen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 - Postkantoor; GRUR 2004, 680 - Biomild). Maßgebend ist allein, ob der Verkehr in der angemeldeten Marke einen Herkunftshinweis erblickt oder nicht. Ein Eintragungshindernis kann sich daher auch daraus ergeben, dass die angesprochenen Verkehrskreise im Hinblick auf den möglichen Inhalt oder Gegenstand der jeweiligen Waren oder Dienstleistungen in dem beanspruchten Zeichen eine Sachinformation sehen (BGH

MarkenR 2002, 338, 340 - Bar jeder Vernunft; BGH MarkenR 2003, 148, 149 - Winnetou; EuG GRUR Int. 2001, 864, 866 - CINE COMEDY; BPatG MarkenR 2002, 299, 301 - OEKOLAND).

Mit der Markenstelle ist davon auszugehen, dass der Verkehr in der angemeldeten Bezeichnung, die sich aus dem Wortbildungselement „ETHNO“ in seiner Bedeutung „Volk, die Völker betreffend“ (vgl. DUDEN, Das große Fremdwörterbuch, 3. Aufl., S. 418) sowie dem als Abkürzung für „Medizin, medizinisch“ allgemein bekannten und weithin verwendeten Bestandteil „MED“ zusammensetzt, ein Kurzwort für „Ethnomedizin“ oder „ethnomedizinisch“ erkennen wird. Ein solches Verständnis ist nahe gelegt, da es sich bei „Ethnomedizin“ entgegen der Auffassung des Anmelders nicht lediglich um einen nur im Internet verwendeten bzw. in den von der Markenstelle benannten Internetlexika auffindbaren Begriff handelt, sondern um einen in medizinischen und darüber hinaus auch in allgemeinen Lexika und Wörterbüchern nachweisbaren Fachbegriff, der die „Heilkunde speziell der Naturvölker“ bezeichnet (vgl. DUDEN, Das große Fremdwörterbuch, 3. Aufl., S. 419, Brockhaus, Die Enzyklopädie, 20. Aufl., Bd. 6, S. 629 sowie Pschyrembel, Klinisches Wörterbuch, 260. Aufl. S. 537). Es ist daher davon auszugehen, dass der Begriff „Ethnomedizin“ nicht nur den hier in erster Linie angesprochenen fachkundigen und fachlich interessierten Verkehrskreisen, sondern auch erheblichen Teilen des allgemeinen Verkehrs in seiner Bedeutung bekannt ist, so dass diese in der angemeldeten Bezeichnung aufgrund der sprach- und werbeüblichen Verkürzung des Begriffs „Medizin“ auf „MED“ ohne weiteres eine Verkürzung des Fachbegriffs „Ethnomedizin“ erkennen werden. Vor diesem Hintergrund weist die angemeldete Marke dann aber im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen im Vordergrund stehenden, für einen verständigen und aufmerksamen Durchschnittsverbraucher ohne analysierende Betrachtungsweise erkennbaren beschreibenden Sinngehalt auf, der ihrer Auffassung als Marke entgegensteht.

So können die zurückgewiesenen Waren der Klassen 03 und 05 ihrer Beschaffenheit nach speziell für die Ethnomedizin entwickelt worden sein oder auf Erkenntnissen der Ethnomedizin basieren, worauf bereits die Markenstelle zutreffend hingewiesen hat.

Die zurückgewiesenen Dienstleistungen der Klasse 41 („Erziehung; Ausbildung; Durchführung von Seminaren, Schulungen, Kommunikationstraining, insbesondere zur medizinisch-wissenschaftlichen Ausbildung; Weiterbildung; Erstellen von Seminar-Konzepten und Seminarunterlagen; Unterricht durch Rundfunk und Fernsehen; Veranstaltung von Messen und Ausstellungen, soweit in Klasse 41 enthalten; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften“) können sich inhaltlich und thematisch mit „Ethnomedizin“ befassen, so dass „ETHNOMED“ schlagwortartig Gegenstand oder Inhalt der jeweiligen Dienstleistungen bezeichnet.

Hinsichtlich der zurückgewiesenen Dienstleistungen der Klasse 42 „Dienstleistungen eines Krankenhauses, Genesungs- und Gesundheitsheimes; ärztliche Versorgung, Gesundheits- und Schönheitspflege; Dienstleistungen eines medizinischen, bakteriologischen Labors; Entwicklung von Arzneimitteln, pharmazeutisch wirksamen Ernährungsmitteln und anderen Produkten für das Gesundheitswesen und Durchführung medizinischer und klinischer Untersuchungen; wissenschaftliche und industrielle Forschung, insbesondere medizinische, bakteriologische und chemische Forschung; gutachterliche Tätigkeit; Entwicklung, Einrichtung und Durchführung von medizinischen Therapieprogrammen, Erprobung solcher Therapieprogramme mittels Studien“ besagt die angemeldete Bezeichnung, dass diese unter Anwendung ethnomedizinischer Kenntnisse bzw. auf dem Gebiet der Ethnomedizin erbracht werden.

Auch die den Bereich der Datenverarbeitung betreffenden Dienstleistungen „Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, insbesondere für medizinische Zwecke;... Dienstleistungen auf dem Gebiet der Datenverarbeitung und Pro-

grammerstellung, insbesondere Erzeugen und Bearbeiten von Texten, Bildern, Audio- und Videosignalen für Dritte über globale Informationsnetzwerke und andere Netzwerke sowie Online-Dienste; .... Dienstleistungen eines Netzwerkbetreibers und Informationsmaklers, nämlich Gestalten, Design von Home-Pages und WWW-Seiten, Internet-bezogene Dienstleistungen nämlich Design und Programmierung von Internetseiten für on- und offline Auftritte;.... Erstellen von Netzwerkseiten (Homepages); Erstellen von Web-Seiten ins Internet, auch für Dritte; Webconsulting; Sammeln, Speichern und Verarbeiten von Nachrichten“ können sich inhaltlich mit „Ethnomedizin“ befassen.

Soweit „Ethnomedizin“ nicht unmittelbar Gegenstand und Inhalt der Dienstleistungen sein kann, wie bei den zurückgewiesenen Dienstleistungen „Vermittlung und/oder Vermietung von Zugriffszeiten auf Datenbanken; Online-Dienstleistungen eines Providers, nämlich Vermittlung und Vermietung von Zugriffszeiten zu Datennetzen, insbesondere im Internet; Vermittlung und Vermietung von Zugriffszeiten auf Mietbasis zu Datennetzen und Computerbanken insbesondere im Internet“, wird der Verkehr angesichts des sofort erfassen Bedeutungsgehalts der Bezeichnung einen Hinweis auf den Gegenstand des jeweiligen Datennetzes bzw. der Datenbank sehen, nämlich dass diese Informationen und Daten zum Thema „Ethnomedizin“ enthält.

Der Verkehr hat daher angesichts des im Vordergrund stehenden und deutlich erkennbaren Sinngehalts des Begriffs keine Veranlassung, diesen als individualisierenden, betrieblichen Herkunftshinweis für die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen zu verstehen, auch wenn grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen ist und es zur Begründung der Unterscheidungskraft keiner eigentümlichen oder originellen Zeichenbildung oder eines Phantasieüberschusses bedarf (vgl. BGH MarkenR 2000, 264, 265 - LOGO; EuG MarkenR 2002, 88 - EUROCOOL).

Der Charakter von „ETHNOMED“ als erkennbare Verkürzung des Fachbegriffs „Ethnomedizin“ unterscheidet diese Bezeichnung auch von vergleichbar mit dem Bestandteil „MED“ gebildeten und z. T. auch als Marke eingetragenen Wortkombinationen wie z. B. „dermamed“, die zwar ebenfalls Sachaussagen enthalten, jedoch sich nicht in einer Verkürzung eines gebräuchlichen Fachbegriffs erschöpfen - ein Fachbegriff „Dermamedizin“ lässt sich nicht nachweisen -, sondern in ihrer Wortbildung trotz der deutlich erkennbaren beschreibenden Anlehnung eine hinreichende Eigenprägung besitzen, die ihnen die markenrechtlich erforderliche Unterscheidungskraft verleiht. Demgegenüber setzt die hier angemeldete Bezeichnung sich nicht hinreichend von dem entsprechenden Fachbegriff „Ethnomedizin“ ab, sondern stellt sich für den angesprochenen Verkehr lediglich als sprach- und werbeübliche Verkürzung dieses Begriffs dar, welche keine semantischen Besonderheiten aufweist, die den Verkehr veranlassen könnten, in dem Begriff eine Marke zu sehen.

Soweit sich dem Verkehr wegen des allgemeinen Aussagegehalts des Begriffs „ETHNOMED“ die im Einzelfall betroffenen tatsächlichen Inhalte nicht umfassend erschließen, steht dies einem Verständnis als Sachangabe nicht entgegen. Denn „ETHNOMED“ bezeichnet schlagwortartig und treffend das Fachgebiet der beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Die angemeldete Bezeichnung ist insoweit weder unklar noch mehrdeutig (vgl. dazu BGH MarkenR 2000, 330, 332 - Bücher für eine bessere Welt). In rechtlicher Hinsicht ist unabhängig davon noch zu beachten, dass nach der Rechtsprechung des EuGH ein Wortzeichen bereits dann von der Eintragung ausgeschlossen ist, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen beschreibt (vgl. EuGH GRUR 2004, 146, 147 f. Rn. 32 - DOUBLEMINT; GRUR 2004, 680, 681 Rn. 38 - BIOMILD).

Es ist auch nicht erforderlich, dass Zeichen oder Angaben, aus denen die Marke besteht, bereits tatsächlich zu beschreibenden Zwecken für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen oder deren Merkmale verwendet werden. Es genügt,

dass die Zeichen oder Angaben zu diesem Zweck verwendet werden können (vgl. EuGH, MarkenR 2004, 111 - BIOMILD/Campina Melkunie Tz 38), was auf den Begriff „ETHNOMED“ aus den genannten Gründen zutrifft. Unabhängig davon lässt sich aber auch eine Verwendung der angemeldeten Bezeichnung als Kurzwort für „Ethnomedizin“ belegen (vgl. [www.medicalparc.de](http://www.medicalparc.de): „Zertifizierung der Ethnomed Kurse als Fortbildung für Ärzte“; [www.trance-tanz-ritual.de](http://www.trance-tanz-ritual.de): „Ethnomed-Therapeuten-Fortbildung: zweijährig berufsbegleitend ...“). Selbst wenn diese Verwendungen in irgendeiner Form auf die Anmelderin zurückzuführen sein sollten - was für den Senat aber nicht ersichtlich ist -, ändert dies nichts daran, dass der Begriff „Ethnomed“ in diesen Fällen jedenfalls als Sachbegriff Verwendung findet.

Soweit sich der Anmelder auf Eintragungen vergleichbar gebildeter Bezeichnungen wie z. B. „LASER MED“, „GenoMed“ oder auch „Aurikolo Medizin“ beruft, ist lediglich darauf hinzuweisen, dass deren Eintragungsfähigkeit nur für Waren und Dienstleistungen bejaht wurde, bei denen die angemeldeten Bezeichnungen keinen im Vordergrund stehenden sachbezogenen Aussagegehalt aufwiesen; soweit dies der Fall war, wurden die entsprechenden Anmeldungen hingegen zurückgewiesen oder seitens der Anmelder eingeschränkt. Dementsprechend hat auch die Markenstelle der hier angemeldeten Bezeichnung nur insoweit die Eintragung versagt, als sie in Bezug auf die konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen beschreibenden Charakter besitzt. Abgesehen davon handelt es sich bei der Prüfung der absoluten Schutzfähigkeit zudem um eine Rechtsfrage und nicht um eine Ermessensfrage, so dass selbst Voreintragungen identischer Zeichen nicht zu einer anspruchsbegründenden Selbstbindung führen (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rdn. 262).

Aufgrund der vorgenannten Feststellungen bestehen auch erhebliche Anhaltspunkte dafür, dass das angemeldete Zeichen in Bezug auf die hier maßgeblichen beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine beschreibende Angabe im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG darstellt, an der die Mitbewerber ein berechtigtes

Freihaltungsbedürfnis haben. Einer abschließenden Entscheidung bedarf es aber im Hinblick darauf, dass das Zeichen bereits keine ursprüngliche Unterscheidungskraft i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aufweist, insoweit nicht.

Die Beschwerde hat daher keinen Erfolg.

gez.

Unterschriften