



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 13/05

(Aktenzeichen)

Verkündet am
10. Januar 2007

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 302 44 939

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 10. Januar 2007 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Wortmarke

druck24

wurde am 11. März 2003 für die Waren

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien;
Druckereierzeugnisse; Schreibwaren

in das Register eingetragen.

Am 26. Januar 2004 hat die Antragstellerin beim Deutschen Patent- und Markenamt die Löschung der Marke beantragt. Der Marke habe bereits im Zeitpunkt der Eintragung die erforderliche Unterscheidungskraft gefehlt, weil sie vom angesprochenen Verkehr ohne weiteres als Hinweis auf das rund um die Uhr verfügbare Waren- und Dienstleistungsangebot eines Druckereibetriebs erfasst werde.

Selbst wenn man davon ausgehe, dass der Verkehr die Angabe „druck24“ nur mit Dienstleistungen in Verbindung bringe, könne dies nicht die Schutzfähigkeit begründen. Denn nach der Rechtsprechung seien auch solche Bezeichnungen vom Schutz ausgeschlossen, die sich in einer verständlichen Beschreibung des möglichen Inhalts, Zwecks oder Ergebnisses der Dienstleistungen erschöpfen.

Die Markenabteilung 3.4. des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 3. Dezember 2004 die Löschung der Marke angeordnet. Die Kombination „druck24“ beschreibe werbemäßig ein rund um die Uhr verfügbares Angebot zum Thema Druck. Für die Ware „Druckereierzeugnisse“ sei die beschreibende Bedeutung offensichtlich, weil der Begriff „Druck“ ein gedrucktes Werk bezeichne. Aber auch die übrigen Waren stünden in engem Sachzusammenhang mit Druckarbeiten, da sie nach der Recherche der Markenabteilung regelmäßig in Druckereien, Kopierläden und Schreibwarenläden angeboten würden. Der beschreibende Aussagegehalt des Gesamtzeichens werde weder durch die Kleinschreibung noch durch die Anfügung der Zahl 24 ohne Zwischenraum verändert und erstrecke sich auf alle eingetragenen Waren. Das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft habe bereits im Zeitpunkt der Eintragung bestanden. Zwar sei die Eintragungspraxis uneinheitlich gewesen. Bereits in den Jahren 2000 bis 2003 habe das Amt aber zahlreiche Zeichenkombinationen von Sachbegriffen mit der Zahl 24 zurückgewiesen. Auch die Entscheidungen des Bundespatentgerichts zur Schutzunfähigkeit der Zahl 24 seien vor der Eintragung der Marke ergangen.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Markeninhabers. Zur Begründung trägt er im Wesentlichen vor, dass es sich bei der angegriffenen Marke um eine ihrer Struktur nach ungewöhnliche Wortneubildung handele, der sich kein klarer Bedeutungsgehalt zuordnen lasse. Im Übrigen habe die Markenabteilung in ihrer Entscheidung verkannt, dass die Löschung nur dann erfolgen könne, wenn das absolute Schutzhindernis bereits zum Zeitpunkt der Eintragung im März 2003 bestanden habe. Das Deutsche Patent- und Markenamt habe aber im Zeitraum von 2002 bis 2003 zahlreiche entsprechend gebildete Wortmarken,

wie z. B. block24, broschüre24, businesspaper24, card24, formular24, kalender24, logo24, office24, pen24, Poster 24, print24, prospekt24 eingetragen. Diese Eintragungspraxis belege die Schutzfähigkeit der angegriffenen Marke im Zeitpunkt ihrer Eintragung.

Der Markeninhaber und Antragsgegner beantragt,

den Beschluss der Markenabteilung vom 3. Dezember 2004 aufzuheben.

Er regt die Zulassung der Rechtsbeschwerde an zu der Frage, inwieweit eine durch eine nicht unerhebliche Zahl einschlägiger Voreintragungen belegte Eintragungspraxis des Deutschen Patent- und Markenamts der Annahme einer Schutzunfähigkeit der angegriffenen Marke im Zeitpunkt der Eintragung entgegenstehen kann.

Die Antragstellerin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Die Antragstellerin ist der Beschwerde entgegengetreten. Auf die geltend gemachten Voreintragungen könne es ebenso wenig ankommen wie auf die zahlreichen Zurückweisungen von Markenmeldungen mit dem Bestandteil „24“. Ausschlaggebend sei allein die beschreibende Bedeutung der Zahl 24, die der 29. Senat bereits in seiner Entscheidung 29 W (pat) 251/03 - druckdiscount24 festgestellt habe.

II

Die zulässige Beschwerde der Antragsgegnerin hat in der Sache keinen Erfolg. Der angegriffenen Marke fehlte im Zeitpunkt der Eintragung die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Dieses Schutzhindernis besteht auch noch im Zeitpunkt der Entscheidung über den Löschungsantrag fort (§ 50 Abs. 1, Abs. 2 S. 1 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Sie entspricht der Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Die Beurteilung der Unterscheidungskraft hat sich daher einerseits an den beanspruchten Waren und Dienstleistungen und andererseits an der Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise zu orientieren (vgl. EuGH GRUR 2006, 229, Rn. 27 f. - BioID; GRUR 2004, 674, Rn. 34 - POSTKANTOOR; BGH GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2006, 850, Tz. 18 - FUSSBALL WM 2006). Die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt einer Wortmarke nur dann, wenn sich dem Zeichenwort ein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen klarer und ohne weiteres verständlicher beschreibender Begriffsinhalt zuordnen lässt oder es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom angesprochenen Publikum stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl. BGH GRUR 1999, 1089 - YES; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2006, 850, Tz. 18 ff. - FUSSBALL WM 2006). Nach diesen Grundsätzen weist die angegriffene Marke weder im Zeitpunkt der Eintragung im September 2000 noch im Zeitpunkt der Entscheidung des Senats die erforderliche Unterscheidungskraft auf.

2. Die Kombination des bekannten Wortes „druck“ und der Zahl 24 erschöpft sich für das angesprochene Publikum in Verbindung mit den vom Schutz erfassten Waren in dem werbeüblichen und ohne weiteres verständlichen Hinweis auf ein 24-stündiges Druckangebot. Sowohl die Kleinschreibung des Wortbestandteils als auch das Aneinanderfügen beider Bestandteile ohne Zwischenraum sind gängige Gestaltungsmittel, die den beschreibenden Aussagegehalt des Zeichens nicht verändern. Diese Beurteilung entspricht der ständigen Rechtsprechung des Bundespatentgerichts zu entsprechend gebildeten Kombinationszeichen (vgl. 26 W (pat) 158/04 vom 21. Juni 2006 - mailing24; 25 W (pat) 113/04 vom 26. April 2006 - adress24; 29 W (pat) 196/03 vom 19. Oktober 2005 - Autorecht24; 24 W (pat) 162/03 vom 16. November 2004 - unfallrecht24; 29 W (pat) 155/04 vom 29. September 2004 - design24; 29 W (pat) 137/02 vom 29. September 2004 - cam24; 29 W (pat) 262/02 vom 7. Juli 2004 - auskunft 24; 29 W (pat) 251/03 vom 14. Januar 2004 - DruckDiscount24.de; 30 W (pat) 210/02 vom 3. November 2003 - pharmacy24; 25 W (pat) 110/03 vom 23. Oktober 2003 - beauty24.de [GRUR 2004, 336 ff.]; 24 W (pat) 126/02 vom 24. Juni 2003 - surf24; 28 W (pat) 92/02 vom 14. Mai 2003 - fleisch24; 25 W (pat) 280/01 vom 19. September 2002 - Alarm 24).

3. Der Annahme fehlender Unterscheidungskraft steht nicht entgegen, dass das Wort „Druck“ im Kontext der hier in Rede stehenden Waren als Imperativform des Verbs „drucken“ die Tätigkeit des Druckens und nicht unmittelbar das Druckereierzeugnis beschreibt. Denn auch bei Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, ist eine hinreichende Unterscheidungskraft zu verneinen, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den jeweiligen Waren und Dienstleistungen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2006, 850, Tz. 19 und 28 - FUSSBALL WM 2006, GRUR 2005, 417, 419 - BerlinCard). Dass sich dabei der eine Ware unmittelbar beschreibende Begriffsinhalt auch auf die Dienstleistungen erstrecken kann, mittels derer die betreffenden Waren entstehen, hat der Bundesgerichtshof bereits mehrfach festgestellt (vgl. BGH GRUR 2003, 342, 343 - Winnetou; GRUR 2001,

1042, 1043 - REICH UND SCHOEN). Für den umgekehrten Fall eines Zeichens, das unmittelbar nur die Dienstleistung und nicht die in Rede stehenden Waren beschreibt, muss entsprechendes gelten, sofern der Verkehr den beschreibenden Bedeutungsgehalt auch in eine unmittelbare Beziehung zu den jeweiligen Waren setzt (vgl. BPatG GRUR 2007, 58, 60 - Buchpartner).

Ein solch enger beschreibender Bezug ist im vorliegenden Fall gegeben, weil die Tätigkeit des Druckens einerseits einen zu bedruckenden Gegenstand voraussetzt und andererseits zwangsläufig ein Druckerzeugnis zum Ergebnis hat. Wegen dieses funktionalen Zusammenhangs zwischen der Dienstleistung des Druckens und den daraus entstehenden Druckereierzeugnissen erfasst der Verkehr die Bezeichnung „druck24“ auch hinsichtlich der Waren „Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien; Druckereierzeugnisse“ als reinen Sachhinweis auf ein 24-stündiges Angebot entsprechender Druckarbeiten und nicht als betrieblichen Herkunftshinweis. Entsprechendes gilt für die Ware „Schreibwaren“. Der Begriff „Schreibwaren“ bezeichnet als Handelsware alle zum Schreiben benötigten Gegenstände (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]) und umfasst damit nicht nur Schreibgeräte, sondern u. a. auch Brief- und Schreibpapier, das ebenfalls Gegenstand von Druckarbeiten sein kann.

4. Das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft bestand auch schon im Zeitpunkt der Eintragung der angegriffenen Marke im März 2003.

4.1. Zu Marken, die aus Zusammensetzungen mit einer Sachangabe und der Zahl 24 gebildet sind, zeigt die Recherche im amtlichen Schutzrechtssystem DPINFO, dass das Deutsche Patent- und Markenamt solchen Zeichen jedenfalls seit dem Jahr 1998 in ständiger Entscheidungspraxis als rein beschreibenden Hinweisen auf ein 24-stündiges Waren- oder Serviceangebot für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen die Eintragung versagt hat. Dies ergibt sich z. B. aus der sog. „Nichtschutzbegründung“ für die Zurückweisung der Marken „SHOPPING 24; Archiv 24; dryclean 24; PFLEGE 24; FITNESS 24; Versand-

apotheke 24; camping 24“. Die Prüfungspraxis des Amtes steht damit im Einklang mit der oben zitierten Rechtsprechung des Bundespatentgerichts, die ebenfalls bereits vor dem Zeitpunkt der Eintragung des angegriffenen Zeichens die Schutzunfähigkeit derartiger Kombinationszeichen festgestellt hat. Soweit Marken mit dem Bestandteil „24“ in dem hier relevanten Zeitraum zur Eintragung gelangt sind, handelt es sich entweder um Kombinationen, bei denen der zusätzliche Wortbestandteil keinen klaren und eindeutigen Aussagegehalt aufweist, wie z. B. „MEG 24; PERSO JOB 24; LaLeLu 24; genial getroffen 24“ oder um Wort-/Bildmarken, die wegen ihrer grafischen Gestaltung mit der angegriffenen Wortmarke nicht vergleichbar sind.

4.2. Bei dieser Sachlage bestand für den Senat keine Veranlassung - wie vom Markeninhaber angeregt - zur Frage des Verkehrsverständnisses der angesprochenen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Eintragung der angegriffenen Marke ein Sachverständigengutachten einzuholen. Angesichts der vom Deutschen Patent- und Markenamt veröffentlichten Begründungen für die mangelnde Schutzfähigkeit von mit der Zahl 24 gebildeten Kombinationszeichen und der tatsächlichen Feststellungen in den genannten Entscheidungen des Bundespatentgerichts bestehen für den Senat keine Zweifel, dass die angegriffene Marke vom angesprochenen Publikum bereits im März 2003 als reiner Sachhinweis erfasst wurde.

5. Die zu Gunsten des Markeninhabers erfolgten Voreintragungen der Marken „block24, broschüre24, businesspaper24, card24, formular24, kalender24, logo24, office24, pen24, Poster 24, print24, prospekt24“ rechtfertigen keine andere Beurteilung. Zwar kann eine uneinheitliche Entscheidungspraxis des Deutschen Patent- und Markenamts, die dazu führt, dass in einer nicht unerheblichen Zahl von Fällen wesentlich gleiche Sachverhalte ohne nachvollziehbaren Grund ungleich behandelt worden sind, grundsätzlich eine Verletzung des allgemeinen Gleichheitsgrundsatzes nach Art. 3 GG darstellen. Dies setzt aber voraus, dass sich die bisherige Amtspraxis als willkürlich darstellt und nicht erkennen lässt, welche der vorangegangenen Entscheidungen rechtmäßig und welche unrechtmäßig waren.

Anhaltspunkte für eine solche auf Willkür beruhende, ungleiche Amtspraxis sind aber für den Senat nicht ersichtlich. Die Frage, ob diese Voreintragungen für die hier einschlägigen Waren zu Unrecht erfolgt sind, ist nicht Gegenstand des hier zu entscheidenden Verfahrens und bedarf daher keiner weiteren Erörterung. Aus diesem Grund erübrigte sich auch die vom Markeninhaber angeregte Beziehung der betreffenden Verfahrensakten.

6. Für die Zulassung der Rechtsbeschwerde fehlen die gesetzlichen Voraussetzungen des § 83 Abs. 2 MarkenG. Eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung war nicht zu entscheiden, da der Senat in seiner Entscheidung nicht von den in der Rechtsprechung anerkannten Grundsätzen zur Beurteilung der Schutzfähigkeit von Kombinationsmarken und zur Bindungswirkung von Voreintragungen abweicht.

7. Eine Kostenentscheidung war nicht veranlasst (§ 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG).

gez.

Unterschriften