



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 212/05

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die angemeldete Marke 304 65 361.6**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am  
16. Januar 2007 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I**

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit zwei Beschlüssen vom 15. Juni 2005 und 19. September 2005, von denen einer im Erinnerungsverfahren erging, die Anmeldung der Wortmarke

### **Deutsche Druckservice**

für die Waren und Dienstleistungen

„Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit nicht in anderen Klassen enthalten; Drucklettern; Druckstöcke

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen

Materialbearbeitung“

nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen, weil die angesprochenen Verkehrskreise sie nur als schlagwortartige Kurzbezeichnung mit inhaltsbeschreibendem Sachhinweis auf typische Waren und Dienstleistungen ansähen, die im Leistungsspektrum eines in Deutschland ansässigen Unternehmens lägen, das auf Produkte rund um den Druck ausgerichtet sei und Materialien bedrucke; da auch die in Klasse 25 bean-

spruchten Waren bedruckbar seien, sei die Marke daher insgesamt von der Eintragung ausgeschlossen.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie sinngemäß beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Juni 2005 und 19. September 2005 aufzuheben.

Sie hält die Anmeldemarke weiterhin für schutzfähig und führt hierzu aus: Für die Waren der Klassen 16 und 25 fehle es an einem beschreibenden Inhalt; soweit die Kennzeichnung als Hinweis auf ein Druckservice-Unternehmen angesehen werden, handele es sich um eine bloße Vertriebsmodalität, die eine Schutzunfähigkeit nicht begründe. Selbst bei der beanspruchten Dienstleistung könne dem Zeichen die Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden, weil hierunter auch solche Tätigkeiten fielen, welche mit dem Bedrucken von Materialien nichts zu tun hätten, wie etwa die Erdölverarbeitung.

Hilfsweise beantragt sie die Eintragung der Anmeldemarke für folgende Waren der Klassen 16 und 25:

„bedrucktes Papier, bedruckte Pappe (Karton) und bedruckte Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; bedruckte Druckereierzeugnisse; bedruckte Buchbinderartikel; Fotografien; bedruckte Schreibwaren; bedruckte Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder Haushaltszwecke; bedruckte Künstlerbedarfsartikel; bedruckte Pinsel; bedruckte Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); bedruckte Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); bedrucktes Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit nicht in an-

deren Klassen enthalten; bedruckte Drucklettern; bedruckte Druckstöcke

bedruckte Bekleidungsstücke, bedruckte Schuhwaren, bedruckte Kopfbedeckungen.“

## II

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde ist unbegründet. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen anschließt, hat die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt. Die Beschwerdebegründung bietet für eine abweichende Beurteilung keinen Anlass.

Mit der Markenstelle geht auch der Senat davon aus, dass der angemeldeten Bezeichnung jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG fehlt, also nach der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington) und des Bundesgerichtshofs (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns) die Eignung, von den Abnehmern, an welche sich die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen richten, als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) ist nämlich davon auszugehen, dass die durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Abnehmer (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 - Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2) in ihr keinen Hinweis mehr auf die Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen sehen, sondern ihr nur einen für diese Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt entnehmen werden (vgl.

BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH GRUR 2001, 162, 163 m. w. N. - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

1. Die Bezeichnung „Deutsche Druckservice“ werden die angesprochenen Verkehrskreise - dies sind vorliegend alle inländischen Verbraucher - nur als Hinweis darauf ansehen, dass hiermit allgemein - also ohne den für die Bejahung der Unterscheidungskraft erforderlichen Hinweis auf ein ganz bestimmtes Unternehmen - Dienstleistungen angeboten werden, die das Bedrucken unterschiedlicher Materialien zum Gegenstand haben. Die vorausgesetzte geografische Angabe „Deutsche“ weist dabei nur auf den Ort der Erbringung dieser Dienstleistungen hin. Dass es nicht „Deutscher Druckservice“ heißt, führt nicht zur Schutzfähigkeit, da der Verbraucher, sofern er hierin überhaupt einen „grammatischen Fehler“ entdecken sollte, im Zweifel unwillkürlich (also ohne jede analytische Überlegung) den fehlenden Artikel „der“ voransetzt, durch den der „grammatische Fehler“ wieder beseitigt ist. Insofern ist der Ansicht der Markenstelle zuzustimmen, dass die Verbraucher „Deutsche Druckservice“ nicht anders als „Deutscher Druckservice“ verstehen werden.

2. Für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen ergibt sich in dieser Bedeutung für die Verbraucher zwanglos der rein sachliche Hinweis, dass die zu einem entsprechenden Druckvorgang geeigneten und bestimmten Waren von irgendeinem mit diesem befassten Unternehmen bedruckt wurden bzw. das unter die beanspruchte Dienstleistung fallende Bedrucken von Materialien von einem solchen Unternehmen vorgenommen wurde. Wegen des damit nur gattungsmäßig auf den Unternehmensgegenstand zahlreicher Unternehmen hinweisenden Begriffsinhalts handelt es sich daher bei der Anmeldemarke um eine nicht unterscheidungskräftige Angabe, die als Marke nicht eintragbar ist (vgl. BPatG 27 W (pat) 212/01 - KLEIDERMARKT; 33 W (pat) 334/02 - Deutsche Property Management; 26 W (pat) 192/03 - Umzugsservice; alle Entscheidungen veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM).

Dem steht auch der Einwand der Anmelderin nicht entgegen, dass ein hinreichend enger Bezug zum Bedrucken von Materialien jedenfalls bei Waren nicht bestehe. Die Anmelderin verkennt hierbei, dass nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auch solche Zeichen von der Eintragung ausgeschlossen sein können, denen – auch wenn sie möglicherweise nicht zur Beschreibung unmittelbarer Merkmale der Waren im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG geeignet sind (vgl. dazu BGH GRUR 2001, 988 – HOUSE OF BLUES) – jegliche Eignung fehlt, vom Verkehr als individuelles betriebliches Unterscheidungsmerkmal angesehen zu werden. Hierzu gehört in jedem Fall nicht nur der Hinweis auf die Gattung der Vertriebsstätte, aus der die angemeldeten Waren stammen (vgl. BPatG a. a. O. - KLEIDERMARKT), sondern auch nur gattungsmäßige Angaben zum Gegenstand der gewerblichen Betätigung. Allgemein bekannte und übliche Bezeichnungen für den Unternehmensgegenstand wie Betrieb von Groß- und Einzelhandel, Reparatur, Möbelherstellung, Betrieb eines Telekommunikationsnetzes, Erdölverarbeitung (Raffinerie), Druck oder - wie hier - Druckservice weisen nämlich grundsätzlich nur allgemein und ohne die erforderliche Individualisierung auf das Betätigungsfeld hin, auf dem zahlreiche Unternehmen tätig sind oder tätig sein können, so dass sie vom Verkehr nicht mit einem ganz bestimmten Unternehmen in Verbindung gebracht werden, aus dem die Waren stammen oder welches die fragliche Tätigkeit erbringt.

a) Soweit es die Waren der Klasse 25 betrifft, ist dabei darauf hinzuweisen, dass es zahlreiche Bekleidungsgeschäfte gibt, die ihren Kunden anbieten, bei oder nach Kauf der von ihnen angebotenen Kleidungsstücke (insbesondere von T-Shirts, Sweat-Shirts oder Hosen) diese mit aufgedruckten Aufschriften, Bildern, Fotos usw. zu versehen; daneben gibt es auch eine Vielzahl an Unternehmen (insbesondere Druck- und Kopiercenter), die eine solche Leistung gesondert (also ohne eigenes Angebot von Kleidungsstücken) anbieten. Insofern werden die Verkehrskreise die Anmeldemarke bei diesen Waren nur als Sachhinweis darauf ansehen, dass sie grundsätzlich bedruckbar sind und der aufgebrachte Druck von (irgend-)einem mit dem Bedrucken dieser Waren befassten deutschen Unterneh-

men aufgebracht wurde. Einen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen werden sie der Bezeichnung demgegenüber nicht entnehmen können.

b) Gleiches gilt auch bei den Waren der Klasse 16, bei denen die angemeldete Bezeichnung als Bestimmungsangabe darauf in Betracht kommt, dass diese Waren zu einem solchen Vorgang geeignet und bestimmt sind und von (irgend-)einem hiermit befassten Unternehmen bedruckt wurden. So können Papier, Pappe, Klebstoffe, Künstlerbedarfsartikel, Schreibmaschinen, Büroartikel, Drucklettern, Druckstöcke usw. bei einem Druckvorgang verwendet werden, während Druckereierzeugnisse und Fotografien das Ergebnis eines Druckvorgangs sein können.

c) Zu den lediglich nach ihrem Oberbegriff „Materialbearbeitung“ bezeichneten Dienstleistungen der Klasse 40 gehört auch das Bedrucken von Materialien jeglicher Herkunft; da eine Kennzeichnung aber schon dann nicht mehr schutzfähig ist, wenn sie für eine einzige von unzähligen Waren oder Dienstleistungen beschreibend ist, die unter den im Waren- und Dienstleistungsverzeichnis genannten Oberbegriff fallen, scheidet auch eine Eintragung der Anmeldemarke für „Materialbearbeitung“ aus; dass hierzu auch Vorgänge zählen, die keine Druckbearbeitung sind (wie die in der Beschwerdebeurteilung genannte Erdölverarbeitung) spielt rechtlich keine Rolle, da die Eintragungsbehörde weder berechtigt noch verpflichtet ist, sich aus den unter einen Oberbegriff fallenden verschiedensten Tätigkeiten die „passenden“ herauszusuchen. Vielmehr ist es alleinige Sache des Anmelders, solche Dienstleistungen, bei denen die Kennzeichnung nicht (mehr) beschreibend ist, zu benennen.

3. Aus diesem Grund führt auch der Hilfsantrag nicht weiter, mit dem die Eintragung der Anmeldemarke nur für bedruckte Waren der Klassen 16 und 25 begehrt wird; denn auch bei bedruckten Waren wird der Verkehr ohne weiteres Nachdenken der Anmeldemarke nur den Hinweis entnehmen, dass der aufgebrauchte Druck von irgendeinem hiermit befassten Unternehmen stammt, ohne

dass ihm der Gedanke kommt, es könne sich hierbei um ein ganz bestimmtes Unternehmen handeln.

4. Da die Markenstelle somit im Ergebnis der Anmeldemarke zutreffend die Eintragung wegen des Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt hat, war die Beschwerde der Anmelderin zurückzuweisen.

gez.

Unterschriften