



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 160/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
21. Januar 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 73 979.3

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 21. Januar 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie des Richters Kraft und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 4. Juli 2002 insoweit aufgehoben, als er der angemeldeten Marke die Eintragung für die Dienstleistungen

„Werbung und Geschäftswesen, nämlich Aktualisierung von Werbematerial, Verbreitung von Werbeanzeigen, Fernsehwerbung, Öffentlichkeitsarbeit, Rundfunkwerbung, Schaufensterdekoration, Herausgabe von Werbetexten und Werbeschriften, Vermietung von Werbematerial; Gestaltung von Ausstellungen; Veröffentlichung von Werbetexten“

sowie für die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 41 versagt.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die genannte Markenstelle hat die für die Dienstleistungen

„Klasse 35

Werbung und Geschäftswesen, insbesondere Aktualisierung von Werbematerial, Verbreitung von Werbeanzeigen, Fernsehwerbung, Öffentlichkeitsarbeit, Rundfunkwerbung, Schaufensterdekoration, Verteilung von Werbematerial, Flug-

blättern, Prospekten, Drucksachen, Werbeschriften; Herausgabe von Werbetexten und Werbeschriften, Verteilung von Waren zu Werbezwecken; Werbemittlung, Werbung und Werbemittlung für Beherbergung und Verpflegung von Gästen, Feiern- und Freizeitgestaltung, Tourismus, Vermietung von Werbematerial; Gestaltung von Ausstellungen; Veröffentlichung von Werbetexten; Verteilung von Werbematerial und Souvenirs;

Klasse 39

Veranstaltung und Vermittlung von Reisen; touristische Dienstleistungen, insbesondere Erteilen von Auskünften über Reisen oder die Beförderung von Personen und Waren, Erteilung von Auskünften und Informationen im Bereich Tourismus, Vermittlung von Verkehrsleistungen, Veranstaltung und Vermittlung von Führungen und Besichtigungen, Reisebegleitung, Stadtbesichtigung, Rundfahrten und Besichtigungstouren; Beförderung von Personen mit Kraftfahrzeugen; Vermietung von Kraftfahrzeugen;

Klasse 41

Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten;
Organisation von Tagungen und Vorträgen;
Veranstaltung und Leitung von Lehrgängen, Kursen und Seminaren zur Fortbildung;
Informationsveranstaltungen“

angemeldete Wortmarke

Leipziger INFO - TAXI

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen werde der Verkehr die Anmeldung lediglich als Hinweis auf eine aktuelle Transportvariante verstehen, die auf den Raum Leipzig bezogen sei und durch die die Beförderung mit einem Taxi und die Vermittlung von Informationen miteinander verbunden würden. Da das Publikum in den letzten Jahren mit zahlreichen vergleichbar gebildeten Begriffen wie zB „City-Taxi, Fracht-Taxi, Lasten-Taxi, Frauen-Taxi, Kranken-Taxi“ konfrontiert worden sei, werde sich einem markenrechtlich relevanten Teil des Verkehrs der genannte Sinngehalt geradezu aufdrängen. Für diese Wertung sei eine lexikalische Nachweisbarkeit der beanspruchten Bezeichnung nicht erforderlich. Eine Mehrdeutigkeit der Aussage, die soweit gehe, daß ein konkreter beschreibender Inhalt nicht mehr feststellbar sei, liege nicht vor. Der Verkehr werde die angemeldete Marke daher nur als Hinweis auf ein spezielles Beförderungskonzept und damit sachlich verbundene Dienstleistungen auffassen und ihr deshalb keine betriebliche Herkunftsfunktion beimessen. Soweit von der Anmeldung neben transportbezogenen Dienstleistungen noch weitere Tätigkeitsbereiche beansprucht würden, rechtfertige dies keine unterschiedliche Bewertung, denn der Verkehr werde annehmen, daß diese Serviceleistungen Teil eines breiten Angebots seien, das in einem sachlichen Zusammenhang mit dem dargelegten Bedeutungsgehalt stehe.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders, der das bisherige Dienstleistungsverzeichnis der Klassen 35 und 39 wie folgt abändert:

„Klasse 35

Werbung und Geschäftswesen, nämlich Aktualisierung von Werbematerial, Verbreitung von Werbeanzeigen, Fernsehwerbung, Öffentlichkeitsarbeit, Rundfunkwerbung, Schaufensterdekoration, Verteilung von Werbematerial, Flugblättern, Prospekten, Drucksachen, Werbeschriften; Herausgabe von Werbetexten und Werbeschriften, Verteilung von Waren zu Werbezwecken; Werbemittlung,

Werbung und Werbemittlung für Beherbergung und Verpflegung von Gästen, Feiern- und Freizeitgestaltung, Tourismus, Vermietung von Werbematerial; Gestaltung von Ausstellungen; Veröffentlichung von Werbetexten; Verteilung von Werbematerial und Souvenirs;

Klasse 39

Veranstaltung und Vermittlung von Reisen; touristische Dienstleistungen, insbesondere Erteilen von Auskünften über Reisen oder die Beförderung von Personen und Waren, Erteilung von Auskünften und Informationen im Bereich Tourismus,

Vermittlung von Verkehrsleistungen, Veranstaltung und Vermittlung von Führungen und Besichtigungen, Reisebegleitung, Stadtbesichtigungen,

Rundfahrten und Besichtigungstouren nämlich individuelle Stadtrundfahrten **mit Taxen mit Hilfe von als Fremdenführer ausgebildeten Fahrern**“.

Er vertritt die Auffassung, die Markenstelle habe die angemeldete Wortfolge nicht in ihrer Gesamtheit gewertet, sondern eine unzulässige, zergliedernde Analyse vorgenommen. Es handele sich bei ihr um eine neue, grammatikalisch unübliche Wortkombination, deren Sinn sich nicht ohne längeres Nachdenken erschließe. Zwar würden in einem „Frauen-Taxi“ Frauen transportiert, in einem „INFO-TAXI“ aber keine Informationen. Ein eindeutiger Sinngehalt von „INFO-TAXI“ lasse sich mithin nicht nachweisen, weshalb der Anmeldung nicht die erforderliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden könne. Er habe etwa im Jahre 1997 die Bezeichnung „Leipziger INFO - TAXI“ erschaffen, um damit erstmalig eine neue touristische Dienstleistung in Form einer individuellen Stadtrundfahrt anzubieten. Die beanspruchte Kennzeichnung stehe für eine Dienstleistung des Anmelders, die ein Schulungsprogramm für Taxifahrer und eine Zertifizierung von Taxen zum

Inhalt habe, die einen entsprechenden touristischen Qualitätsstandard und Service aufwiesen, der von dem Anmelder gewährleistet werde. Da „Info mobil“, das Kurzwort aus Information und Automobil, einen fahrbaren Informationsstand bezeichne, stehe „INFO TAXI“ für einen fahrbaren Informationsstand, den man mieten könne. Dieser Sinngehalt sei für den Durchschnittsverbraucher aber ohne weiteres Nachdenken nicht ersichtlich.

Dementsprechend beantragt der Anmelder die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses.

II.

Die zulässige Beschwerde erweist sich in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang – teilweise – hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 35 sowie der Klasse 41 als begründet; hinsichtlich der weiteren begehrten Dienstleistungen, insbesondere der Klasse 39, fehlt der angemeldeten Marke jedoch jegliche Unterscheidungskraft iSd § 8 Absatz 2 Nr 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft ist 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. Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (vgl. EuGH GRUR 2001, 1148 – BRAVO). Kann demnach einer Wortmarke ein für die fraglichen Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, daß ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl. dazu BGH BIPMZ 2004, 30 – Cityservice).

Hiervon ausgehend steht der begehrten Eintragung in bezug auf die versagten Dienstleistungen das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegen. Im Zusammenhang mit diesen Dienstleistungen wird ein ganz überwiegender und damit markenrechtlich relevanter Teil des angesprochenen Verkehrs in der Bezeichnung „Leipziger INFO – TAXI“ keinen betrieblichen Herkunftshinweis, sondern lediglich einen Sachhinweis sehen.

Wie bereits die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, ist der Markenbestandteil „INFO-TAXI“ entsprechend vergleichbaren und gebräuchlichen Begriffen wie zB „Lasten-Taxi“, „Sammel-Taxi“, „Kranken-Taxi“ etc – und damit sprachüblich gebildet.

Da das Zeichenelement „INFO-“ als Kurzwort für „Information“ gebräuchlich ist (vgl zB „Info-Stand“), wird der angesprochene inländische, durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher, auf dessen Verständnis es allein ankommt (vgl BGH WRP 2000, 535 – ATTACHÉ TISSERAND), die (Gesamt-)Bezeichnung „Leipziger INFO-TAXI“ nur als Sachhinweis werten, mit dem auf spezielle Mietwagen hingewiesen wird, die etwa im Rahmen von Rundfahrten besonders umfangreiche Informationen über die Stadt Leipzig anbieten. Es liegt nahe, daß die Fahrer dieser (INFO-)TAXIS für ein derartiges (touristisches) Angebot besonders geschult sind oder die betreffenden Fahrzeuge zB mit speziellen Audioprogrammen ausgerüstet sind.

Die von dem Anmelder gegen ein derartiges Verständnis der beanspruchten Bezeichnung erhobenen Einwände greifen nicht durch. Er räumt selbst ein, daß „Info mobil“, das Kurzwort aus Information und Automobil, einen fahrbaren Informationsstand bezeichne, so daß „INFO-TAXI“ für einen fahrbaren Informationsstand stehe, den man mieten könne. Darüber hinaus habe er im Jahre 1997 die Bezeichnung „Leipziger INFO-TAXI“ erschaffen, um damit eine neue touristische Dienstleistung in Form von individuellen Stadtrundfahrten anzubieten. Unter diesen Umständen bestehen keine Bedenken, daß auch der angesprochene Verkehr

die angemeldete Bezeichnung weitgehend im dargelegten Sinn auffaßt. Soweit nach den Angaben des Anmelders die Marke „Leipziger INFO-TAXI“ für eine Dienstleistung des Anmelders stehen soll, die ein Schulungsprogramm für Taxifahrer und eine Zertifizierung von Taxen zum Inhalt habe, kommt dieses Anliegen weder in dem angemeldeten Zeichen selbst, noch in dem nunmehr noch beanspruchten Dienstleistungsverzeichnis zum Ausdruck.

Ausgehend von dem oben dargelegten Sinngehalt der Anmeldung wird der Verkehr in der Anmeldung, insbesondere in bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 39 keinen Hinweis auf einen bestimmten Erbringer dieser Dienstleistungen selbst, sondern ausschließlich einen Sachhinweis sehen. Sämtliche touristischen Dienstleistungen dieser Klasse können mit Taxen von als Fremdenführer ausgebildeten Fahrern erbracht werden. Entsprechendes gilt für Dienstleistungen der Klasse 35, soweit in den betreffenden Taxen ua Werbematerial, Flugblätter, Prospekte etc, etwa über Restaurants oder Hotels verteilt werden kann. In bezug auf die Erstellung des Werbematerials selbst weist die Anmeldung dagegen keinen beschreibenden Bezug auf, was ebenfalls für die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 41 gilt. Insoweit war deshalb der angefochtene Beschluß aufzuheben; im übrigen konnte die Beschwerde jedoch keinen Erfolg haben.

Vorsitzender Richter Albert
ist infolge Urlaubs an der
Unterschriftsleistung ge-
hindert.

Eder

Kraft

Kraft

Ko