



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 97/02

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
12. Mai 2004

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 300 92 248.5**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 12. Mai 2004 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Viereck und Richter Kruppa

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes – Markenstelle für Klasse 41 – vom 23. Januar 2002 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung für die Dienstleistungen „Vermittlungsdienstleistungen für die Vorbereitung des Gütertransportes“ und „Vermessung von Immobilien“ zurückgewiesen worden ist.
2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Anmeldung der für die Dienstleistungen

Beförderung von Personen und Gütern in der Luft; Vorbereitung der Beförderung von Personen und Gütern durch Landfahrzeuge, einschließlich Schienenfahrzeuge, Beförderung auf Meer und Binnengewässern; Informationsdienstleistungen in Verbindung mit Flugreisen, Beförderung in der Luft, Fahrpläne, Fahrpreise, Anschlussbeförderung und Touristeninformation; Anbieten und Organisation von Urlaub und Reisen; Dienstleistungen eines Reisebüros, Vermittlungsdienstleistungen zur Vorbereitung von Reisen; Dienstleistungen zur Vorbereitung der Beförderung von Reisenden und für die Lagerung von Gütern in Verbindung damit; Dienstleistungen für die Buchung von Reisen; Vermittlungsdienstleistungen für die Vorbereitung des Gütertransportes; Anbieten von Erho-

lungseinrichtungen, Vorbereitung von Gruppenerholung; Organisation von Wettbewerben; Nachtclub- und Discothekdienstleistungen; Dienstleistungen für Schwimmbäder und Wasserrutschenanlagen; Dienstleistungen für Vergnügungsparks und Volksfeste; Dienstleistungen für Varietés; Produktion von Shows und Kabarets; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Journalen und Magazinen mit Bezug auf Reisen; Beherbergungsdienstleistungen in Villen, Häusern, Siedlungen, Appartements; Dienstleistungen für die Vermietung von Hotels und Touristenunterkünften; Buchung von Beherbergung und Unterkünften; Vermessung von Immobilien

beanspruchten Wortmarke

#### CLUB 18–30

hat die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamtes – besetzt mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes – mit Beschluss vom 23. Januar 2002 zurückgewiesen, weil die Marke gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG schutzunfähig sei.

Die angemeldete Marke enthalte eine unmittelbare Sachaussage, denn sie sage lediglich aus, dass die beanspruchten Dienstleistungen für eine Gruppe von 18- bis 30-Jährigen bestimmt seien. Es gebe eine Praxis, Reisen, Veranstaltungen und Beherbergungen für bestimmte Altersgruppen und deren Interessen anzubieten, wie beispielsweise für Senioren. Es sei üblich, Altersgruppen mit Zahlen anzugeben, wie beispielsweise „50 +“ für Altersgruppen der über 50-Jährigen. Im Interesse der Mitbewerber der Anmelderin könne eine derartige die Dienstleistungen unmittelbar beschreibende Angabe nicht eingetragen werden.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Eintragung der angemeldeten Marke zu beschließen.

Die Anmelderin ist der Ansicht, die Marke sei unterscheidungsfähig und nicht rein beschreibend. Eine unmittelbare Sachaussage könne bei der Marke „CLUB 18-30“ nicht festgestellt werden. Es handele sich dabei um einen phantasievollen Gesamtbegriff, dem keine unmittelbar beschreibende Angabe zu entnehmen sei. Dafür spreche auch, dass die Marke als Gemeinschaftsmarke und in Spanien, Frankreich, Großbritannien und Portugal eingetragen worden sei.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist teilweise – soweit die Anmeldung bezüglich der Dienstleistungen „Vermittlungsdienstleistungen für die Vorbereitung des Gütertransportes“ und „Vermessung von Immobilien“ zurückgewiesen worden ist – begründet. Im übrigen ist ihr der Erfolg zu versagen, weil die Bezeichnung „CLUB 18-30“ für die sonstigen beanspruchten Dienstleistungen eine Merkmalsangabe darstellt.

1. Für die zuletzt genannten Dienstleistungen steht einer Eintragung das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 Markengesetz entgegen. Nach dieser Vorschrift sind von der Eintragung Marken ausgeschlossen, welche ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung u. a. der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Dienstleistungen dienen können (BGH GRUR 2002, 64, 65 – Individuelle).

Die vorstehenden Dienstleistungen richten sich an potentielle Urlauber und damit an breite Bevölkerungskreise. Diese werden die Kombination aus den Bestandteilen „CLUB“ und „18-30“ im Sinne der von der Markenstelle angenommenen Bedeutung als unmittelbar beschreibende Angaben verstehen. Die Marke kann nur so verstanden werden, dass sich die angebotenen Dienstleistungen an die Altersgruppe der 18- bis 30-Jährigen richten.

Die Dienstleistungen werden ausnahmslos anlässlich von Urlaubsreisen für einen altersmäßig bestimmten Personenkreis erbracht. Die beanspruchten Dienstleistungen sind als ein Gesamtpaket zu verstehen, die mit der Buchung des Urlaubs beginnen, sich über die Hin- und Rückreise zum bzw. vom Urlaubsort fortsetzen und die außerdem die vor Ort angebotenen Beherbergungs- und Vergnügungsdienstleistungen beinhalten.

Mit der Marke wird in einer für den Verkehr leicht verständlichen Weise zum Ausdruck gebracht, dass es sich bei den angebotenen Urlaubsreisen vom Angebot her – etwa, was die Freizeitaktivitäten vor Ort, die Musik, die Abendveranstaltungen, die Mitreisenden etc. betrifft – um Dienstleistungen handelt, die für die Altersgruppe der 18- bis 30-jährigen, nicht aber für jüngere oder ältere Menschen bestimmt sind. Eine von diesem Begriffsgehalt abweichende Bedeutung (Jahreszahl 1830 oder Gruppengröße 18 bis 30 Personen) wird bereits der potentielle Urlauber der Marke entgegen der in der mündlichen Verhandlung geäußerten Auffassung der Anmelderin im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen nicht ernsthaft beimessen. Erst recht gilt dies für andere Veranstalter von Clubreisen, d. h. den Mitbewerbern der Anmelderin, deren Interesse an einer ungehinderten Verwendung die Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG in erster Linie dient. „CLUB 18-30“ stellt eine für die versagten Dienstleistungen eindeutige Beschaffenheits- und Bestimmungsangabe dar, die nicht zugunsten eines einzelnen Unternehmens monopolisiert werden darf.

In dem aufgezeigten Sinn wird der Begriff „CLUB 18-30“ von unterschiedlichen Anbietern auch tatsächlich verwendet. Wie in der mündlichen Verhandlung erörtert, lässt sich eine entsprechende dienstleistungsbeschreibende Verwendung durch Mitbewerber der Anmelderin aufgrund von Internetausdrucken belegen (z. B. [www.reisen-day.com](http://www.reisen-day.com); [www.travelmike.de](http://www.travelmike.de); ClubMedIpsos gemäß <http://www.info-reisepreisvergleich.de>). Dies gilt im übrigen auch für Reiseangebote, die andere Altersgruppen ansprechen (z. B. Ü-50-Reisen gemäß [www.sauerlandreisen.de/Ü-50-reisen](http://www.sauerlandreisen.de/Ü-50-reisen)).

Die von der Anmelderin genannten Voreintragungen im Ausland und als Gemeinschaftsmarke sind für die Beurteilung der Schutzfähigkeit unerheblich und haben entgegen der Auffassung der Anmelderin auch keine entscheidungserhebliche Indizwirkung, da nur die Auffassung der inländischen Verkehrskreise maßgeblich ist (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl, § 8 Rdn 81). Dass das Deutsche Patent- und Markenamt vergleichbare Marken wie Clubreisen 28 und Club 30 eingetragen hat, vermag weder für sich, noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz zu einer anspruchsbegründenden Selbstbindung zu führen, weil die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke keine Ermessens-, sondern eine reine Rechtsfrage darstellt (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8 Rdn. 262).

Ob zusätzlich auch das Schutzhindernis des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) einer Registrierung entgegensteht, kann dahingestellt bleiben.

2. Eine andere Beurteilung ist hinsichtlich der Dienstleistungen „Vermittlungsdienstleistungen für die Vorbereitung des Gütertransportes“ und „Vermessung von Immobilien“ angezeigt. Für diese Dienstleistungen ist „CLUB 18-30“ nicht geeignet, den Mitbewerbern als unmissverständliche Produktmerkmalsangabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu dienen. Diese Dienstleistungen werden weder von 18-30 Jährigen unmittelbar in Anspruch genommen, noch ist erkennbar, dass diese Leistungen auf bestimmte Altersgruppen zugeschnitten werden. Da somit

auch ein beschreibender Sinngelalt für die von diesen Dienstleistungen angesprochenen Interessenten nicht unmittelbar im Vordergrund steht, kann nicht festgestellt werden, dass der Marke jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt.

Winkler

Viereck

Kruppa

Ko