



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 270/03

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 399 37 413.2**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 20. Dezember 2005 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Hacker sowie die Richter Viereck und Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die am 22. Juni 1999 für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen in den Klassen 9, 16, 35, 36, 38, 41 und 42 angemeldete Wortmarke

#### **Surfing Senior**

ist seitens der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts zunächst in einem Zwischenbescheid vom 2. Dezember 1999 als nicht schutzfähige Bezeichnung beanstandet worden. Außerdem wurden Hinweise für eine präzisere Fassung des Waren-/Dienstleistungsverzeichnisses gegeben. Der Anmelder hat daraufhin das nachfolgende Waren- und Dienstleistungsverzeichnis (welches dem einer Vielzahl anderer von ihm getätigten Anmeldungen entspricht) vorgelegt:

„elektrische und elektronische Geräte soweit in Klasse 9 enthalten; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Form von Disketten, CDs, CD-Roms, Audio- und Videokassetten oder anderer Datenträger, Computer-Software, soweit in Klasse 9 enthalten; magnetische und optische Datenträger; Papier, soweit in Klasse 16 enthalten; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Druckform, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckerzeugnisse; gerahmte und ungerahmte Schnitte, Bilder und Drucke; Werbung, Geschäftsführung für Dritte; Unternehmensberatung; Personal- und Stellenvermittlung; Organisation und Veranstaltung von Messen für wirtschaftliche und gewerbliche Zwecke; Telefonantwortedienste; Durchführung von Versteigerungen und Auktionen im Internet; Entwicklung von Franchisekonzepten für die Vermittlung von wirtschaftlichem und organisatorischem Know how; Dienst-

leistungen im Internet, nämlich Veranstaltungen von Tauschbörsen, Vermittlung von Verträgen über den Verkauf von Waren und deren Abrechnung (Online-Shopping) in Computer-Netzwerken und/oder mittels anderer Vertriebskanäle; Betrieb von elektronischen Märkten im Internet durch Online-Vermittlung von Verträgen sowohl über die Anschaffung von Waren als auch über die Erbringung von Dienstleistungen; Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften im Rahmen eines elektronischen Kaufhauses; Betrieb eines Call-Centers, nämlich Abwicklung von Verträgen über den An- und Verkauf von Waren (Auftrags- und Bestellannahme) sowie Beratung im Hinblick darauf, Marktforschung, Betrieb einer Informations-, Beschwerde- und Notfall-Hotline; vorgenannte Dienstleistungen via Telekommunikation, insbesondere mit dem Ziel der Außendienstunterstützung/-optimierung, der Stammkundenpflege und der Neukundengewinnung; Finanzdienstleistungen; Immobilienvermittlung; Wertpapierhandel; Bereitstellen von Informationen zum Wertpapierhandel; Entwicklung von Franchisekonzepten für die Vermittlung von finanziellem Know how; Telekommunikation, Anbieten von Dienstleistungen im Internet, nämlich die elektronische Entgegennahme von Warenbestellungen, Sammeln und Liefern von Nachrichten, Übermittlung von Nachrichten; Zugangsvermittlung zu Verzeichnissen der in Daten-Netzwerken, insbesondere im Internet, verfügbaren Informationen; Erziehung, Unterhaltung, Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen, Seminaren, Symposien und Kolloquien, Unterricht, schulischer Lesese-, Rechtschreib-, Sprach- und Rechenunterricht; Schülerkurse, insbesondere Förderunterricht, Nachhilfeunterricht, Hausaufgabenhilfe, Sprachkurse, Musikunterricht, Examensvorbereitungen; Computer-, Internet- und Informatikkurse; pädagogischer Unterricht aller Art; Erstellung von Konzepten zur Anwendung individuell abgestimmter Lernmethoden, auch für Legastheniker; sämtliche

vorgenannten Dienstleistungen der Kl. 41, auch über Internet; Dienstleistungen eines Verlegers, nämlich Herausgabe und Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen; Erstellung von Computer-Software; Verwaltung von Urheberrechten; Entwicklung (Design) von Marken und Produkten für Dritte; Such- und Vermittlungsdienste, nämlich Suchen und Auffinden von Informationen in einem Daten-Netzwerk, insbesondere dem Internet; Vermittlung von Bekanntschaften, Brief- und Chat-Freundschaften“.

Die Markenstelle hat die Anmeldung mit einem ersten Beschluss vom 17. Januar 2001 in vollem Umfang als nicht unterscheidungskräftig zurückgewiesen. In Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen werde die Begriffskombination „Surfing Senior“ als Hinweis auf einen sich „im Internet bewegendem älteren Mensch“ verstanden.

Auf die Erinnerung des Anmelders hat die Markenstelle mit Beschluss vom 14. Juli 2003 den Erstbeschluss teilweise aufgehoben und der Anmeldung die Eintragung nur noch für folgende Waren und Dienstleistungen versagt:

„elektrische und elektronische Geräte soweit in Klasse 9 enthalten; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Form von Disketten, CDs, CD-Roms, Audio- und Videokassetten oder anderer Datenträger, Computer-Software, soweit in Klasse 9 enthalten; magnetische und optische Datenträger; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Druckform, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckerzeugnisse; Werbung; Organisation und Veranstaltung von Messen für wirtschaftliche und gewerbliche Zwecke; Telefonantwortedienste; Betrieb einer Informations-, Beschwerde- und Notfall-Hotline; Telekommunikation; Sammeln und Liefern von Nachrichten, Übermittlung von Nachrichten; Zugangsvermittlung zu Verzeichnissen der in Daten-Netzwerken, insbesondere im Internet,

verfügbaren Informationen; Unterhaltung, Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen, Seminaren, Symposien und Kolloquien, Unterricht; Computer-, Internet- und Informatikkurse; pädagogischer Unterricht aller Art; Erstellung von Konzepten zur Anwendung individuell abgestimmter Lernmethoden, auch für Legastheniker; sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Kl. 41, auch über Internet; Dienstleistungen eines Verlegers, nämlich Herausgabe und Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen; Erstellung von Computer-Software; Such- und Vermittlungsdienste, nämlich Suchen und Auffinden von Informationen in einem Daten-Netzwerk, insbesondere dem Internet; Vermittlung von Bekanntschaften, Brief- und Chat-Freundschaften“.

In dem genannten Umfang fehle der Marke jegliche Unterscheidungskraft. Sie erschöpfe sich in der Beschreibung von Inhalt und Bestimmung der Waren und Dienstleistungen. Im Zusammenhang mit den Waren und Dienstleistungen, die entsprechende thematische Inhalte aufweisen könnten, beschreibe die Marke lediglich, dass diese Informationen für Senioren über das Internet zum Inhalt hätten bzw. sich mit dem Thema „Senioren im Internet“ befassen. Die des weiteren zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen würden durch die Marke dahingehend beschrieben, dass diese für Senioren bestimmt seien, die im Internet surfen wollten.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Eine - zunächst angekündigte - Begründung ist nicht zu den Gerichtsakten gelangt.

## II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders ist nicht begründet. Der angemeldeten Bezeichnung „Surfing Senior“ fehlt für die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einer Marke inwohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der so gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Die Prüfung, ob das erforderliche, aber auch ausreichende Mindestmaß an Unterscheidungskraft vorliegt, muss - seitens der Markenstelle ebenso wie in der Beschwerdeinstanz - streng, vollständig, eingehend und umfassend sein (vgl. EuGH GRUR 2003, 604 - Libertel, Rdn. 59; GRUR 2004, 674 - KPN Postkantoor, Rdn. 123). Kann einer Wortmarke ein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und/oder handelt es sich um ein gebräuchliches Wort (bzw. eine Wortkombination) der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so entbehrt diese jeglicher Unterscheidungskraft (st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2004, 30 - Cityservice).

Den Bedeutungsgehalt der Wortfolge „Surfing Senior“ in Bezug auf die weiterhin zu versagenden Waren und Dienstleistungen hat die Markenstelle auch in ihrer Gesamtbedeutung zutreffend dargelegt; zur Vermeidung von Wiederholungen wird hierauf Bezug genommen. Die Markenstelle hat weiterhin durch den dem Erstbeschluss beigefügten Bericht aus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung zumindest eine sinngemäße Verwendung der Wortfolge im Inland belegt. In dem Zeitungsartikel werden surfende Senioren als Netzpiraten tituliert. Für sämtliche der be-

schwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen vermittelt die angemeldete Bezeichnung einen Hinweis auf die Zielgruppe, nämlich auf Senioren. Auch insoweit kann auf die umfassenden und zutreffenden Ausführungen in dem Erinnerungsbeschluss vom 14. Juli 2003 vollinhaltlich Bezug genommen werden.

Ob die angemeldete Marke außerdem auch als Merkmalsbezeichnung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dienen kann und deshalb von Monopolrechten eines einzelnen Unternehmens freizuhalten ist, kann - da nicht entscheidungserheblich - dahingestellt bleiben.

Hacker

Viereck

Kruppa

Hu