



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 56/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 11 443.3

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) in der Sitzung vom 5. Dezember 2007 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Fuchs-Wisseemann, den Richter Reker und die Richterin Kopacek

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Für die Dienstleistungen

Klasse 35: Dienstleistungen eines Veranstalters, nämlich organisatorische Vorbereitungen von Verkäufen und Versteigerungen im Auftrag;

Klasse 36: Dienstleistungen eines Veranstalters, nämlich finanzielle Vorbereitung von Versteigerungen und die tatsächliche Durchführung von Verkäufen und Versteigerungen;

Klasse 39: Dienstleistungen eines Vermieters, nämlich die Lagerung und bei Bedarf auch die Verpackung von Gegenständen, Möbel, Akten.

ist die Wortmarke 305 11 443.3

DEINLAGERHAUS

angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung durch Formalbeschluss zurückgewiesen, nachdem eine Stellungnahme der Anmelderin auf den Beanstandungsbescheid nicht eingegangen war. Im Beanstandungsbescheid ist ausgeführt worden, dass die angemeldete Marke eine werbende Aussage sei, die die beanspruchten Dienstleistungen ihrer Qualität nach beschreibe und anpreise („Dienstleistungen speziell für Dich / auf Dich abgestimmt“). Ein schutzwürdiger Fantasiegehalt sei in der Marke nicht zu erkennen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die sie nicht begründet hat. Sie hat auch keine Anträge gestellt.

II

Die zulässige Beschwerde erweist sich als unbegründet. Die angemeldete Marke entbehrt jeglicher Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne der vorstehend genannten Bestimmung weist eine Marke dann auf, wenn sie geeignet ist, die Waren und/oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH MarkenR 2005, 22, 25 - Das Prinzip der Bequemlichkeit; BGH BIPMZ 2004, 30 - Cityservice). Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2002, 804, 805, 809 - Philips). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die (betriebliche) Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren/Dienstleistungen zu garantieren und somit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (vgl. EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 - BRAVO). Kann demnach einer Marke z. B. ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jede Unterscheidungskraft fehlt (vgl. BGH, a. a. O. - Cityservice).

Die angemeldete Marke weist für alle beanspruchten Dienstleistungen einen beschreibenden Begriffsgehalt auf. Sie setzt sich aus dem Possessivpronomen „DEIN“ und der Gattungsbezeichnung „LAGERHAUS“ zusammen. Abgesehen von den angemeldeten Dienstleistungen der Klasse 39, die den Begriff der „Lagerung“ direkt enthalten, erscheint der Begriff „LAGERHAUS“ auch in Bezug auf die übri-

gen angemeldeten Dienstleistungen der Klassen 35 und 36 unmittelbar beschreibend, da es zur Organisation von Verkäufen und Versteigerungen einer (Zwischen-)Lagerung der betreffenden Waren bedarf. Die Verbindung mit dem Wort „DEIN“ bringt zum Ausdruck, dass es sich um einen speziellen Ort zu Lagerzwecken handelt, der auf einzelne Erfordernisse bzw. Bedürfnisse der Lagerung verschiedenster Waren des Kunden eingeht und darauf abgestimmt ist. Damit weist der Begriff „DEINLAGERHAUS“ in seiner Gesamtheit keine betriebliche Herkunftskennzeichnung auf. Dass beide Wörter zusammengeschrieben sind, reicht für die Annahme der Unterscheidungskraft nicht aus (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 8 Rdnr. 100).

Da die Anmelderin die Beschwerde nicht begründet hat, ist überdies nicht ersichtlich, inwieweit sie den angefochtenen Beschluss für angreifbar hält.

Der Beschwerde war daher der Erfolg zu versagen. Die Frage, ob die angemeldete Marke auch einem Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliegt, kann angesichts ihrer fehlenden Unterscheidungskraft dahingestellt bleiben.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Kopacek

Bb