



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 142/05

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 71 596.4

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 23. Juli 2007 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Vogel von Falckenstein und die Richterinnen Winter und Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Bezeichnung **HOSPIZ STUTTGART** mit folgendem Waren-/Dienstleistungsverzeichnis:

Klasse 9:

Lehr- und Unterrichtsmittel (Apparate), CDs, CD-Roms, DVD, be-
spielte Träger von Bild, Ton und Software, Filme, soweit in Klas-
se 9 enthalten.

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse, Bücher, Zeitschriften, Kalender, Poster,
Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate).

Klasse 41:

Aus- und Fortbildung auf dem Gebiet der Palliativmedizin/Palliativ-
ve Care und Hospizarbeit.

Klasse 42:

Wissenschaftliche Dienstleistungen und Forschungsarbeiten, ins-
besondere im Bereich der Palliativmedizin und damit zusammen-
hängender medizin-ethischer Fragen

Klasse 44:

Medizinische Dienstleistungen sowie Gesundheitspflege für Menschen insbesondere die stationäre Pflege, Betreuung und Sicherstellung der ärztlichen Versorgung von sterbenskranken Menschen unter Einbeziehung ihrer Angehörigen. Psychosoziale Betreuung und Beratung von sterbenskranken Menschen jeden Alters zu Hause unter Einbeziehung ihrer Angehörigen sowie die medizinisch-pflegerische Beratung von Fachleuten (insbesondere Ärzten, Pflegekräften) und Laien. Diese Arbeit wird ebenfalls in erster Linie durch speziell qualifizierte Krankenschwestern geleistet - im Verbund mit Fachleuten aus dem psychosozialen Bereich.

Die Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie im Wesentlichen ausgeführt, die Marke sei als Hinweis auf eine Einrichtung bzw. ein Konzept zur Sterbebegleitung in Stuttgart eine beschreibende Angabe.

Die Anmelderin hat hiergegen Beschwerde eingelegt. Sie hält mit näheren Ausführungen insbesondere wegen Mehrdeutigkeit des Wortes „Hospiz“ (nämlich kirchliche Verpflegungsanstalt, Gasthaus, Sterbebegleitung) die angemeldete Marke bezüglich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht für beschreibend. Sie verweist zur Begründung der Schutzfähigkeit ferner auf ihrer Meinung nach vergleichbare Voreintragungen.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle vom 27. Juni 2005 aufzuheben und die Eintragung der Marke zu verfügen.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sachverhalts wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist in der Sache ohne Erfolg. Die zur Eintragung angemeldete Marke **HOSPIZ STUTTGART** ist nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft von der Eintragung ausgeschlossen.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, 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 (vgl. zur st. Rspr. BGH GRUR 2003, 1050 – Cityservice; EuGH GRUR 2003, 58 - COMPANYLINE zur Gemeinschaftsmarkenverordnung). Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung zwar vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren/Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 – Postkantoor). Jedoch hat der EuGH auch darauf hingewiesen, dass eine unmittelbar beschreibende Bedeutung nicht Voraussetzung für die Annahme fehlender Unterscheidungskraft ist. Vielmehr kann die Unterscheidungskraft auch aus anderen Gründen fehlen (vgl. EuGH a. a. O. Nr. 70 und 86 - Postkantoor; GRUR 2004, 680, 681 Nr. 19 – BIOMILD). Maßgebend ist allein, ob der Verkehr in der angemeldeten Marke einen Herkunftshinweis erblickt oder nicht.

Ausgehend hiervon fehlt der angemeldeten Bezeichnung **HOSPIZ STUTTGART** in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen die erforderliche Eig-

nung, im Verkehr als Unterscheidungsmerkmal hinsichtlich ihrer Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen angesehen zu werden.

Bei dem Markenbestandteil „Hospiz“ handelt es sich um ein lexikalisch nachweisbares Wort der deutschen Sprache, mit dem eine Einrichtung zur Begleitung, Pflege und Betreuung schwerkranker und sterbender Menschen sowie ihrer Angehörigen bezeichnet wird (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006, S. 851); im zuletzt genannten Zusammenhang gibt es die Begriffe „Hospizbewegung, Hospizarbeit, Hospizhelfer“ (vgl. Duden a. a. O.).

Vor diesem Hintergrund eines Verständnisses des Wortes „Hospiz“ ist davon auszugehen, dass die hier zu beachtenden Verkehrskreise bei Verwendung der angemeldeten Bezeichnung - nämlich gerade im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen - an eine sachbezogene Aussage bezüglich der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen denken und nicht an eine Kennzeichnung, die es ermöglicht, sie hinsichtlich ihrer betrieblichen Herkunft von den von anderen Unternehmen angebotenen Waren und Dienstleistungen zu unterscheiden.

Was die beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 41, 42 und 44 anbetrifft, so können diese mit dem Wort „Hospiz“ nach Gegenstand, Art und Bestimmung im Zusammenhang mit dem Betrieb eines Hospizes erbracht werden. Die maßgeblichen Waren der Klassen 9 und 16 können mit dem Begriff „Hospiz“ nach Art, Inhalt bzw. Gegenstand beschrieben werden; dies gilt auch für die beanspruchte Software: Sämtliche im Zusammenhang mit der Arbeit eines Hospizes zusammenhängenden Aufgaben wie Ausbildung oder Betriebsführung können ohne weiteres durch die beanspruchte Software erfolgen oder unterstützt werden; die Lehr- und Unterrichtsmittel der Klasse 9 können für ein Hospiz bestimmt und auf dessen besondere Aufgaben abgestimmt und dessen spezielle Erfordernisse ausgerichtet sein.

Wegen seiner allgemeinen Bekanntheit und begrifflichen Eindeutigkeit erscheint es überdies naheliegend, dass der Verkehr selbst dann nicht auf die Idee kommt, die Bezeichnung „Hospiz“ könne oder solle die Herkunft einer damit versehenen Ware oder Dienstleistung aus einem bestimmten Unternehmen identifizieren, wenn sie im Zusammenhang mit Waren oder Dienstleistungen verwendet würde, die als solche ihrer Art und ihrer Bestimmung nach keinen Bezug zu einem „Hospiz“ aufweisen (vgl. dazu BGH, GRUR 2006, 850, 857 Tz. 45 – FUSSBALL WM 2006).

Dass mit dem Wort „Hospiz“ auch ein bei einem Kloster befindliches Übernachtungshaus oder für ein christlich geführtes Hotel bezeichnet wird (vgl. Duden a. a. O.), begründet als solches nicht die Schutzfähigkeit des Wortes, wie die Anmelderin aber meint. Das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG kann bereits dann gegeben sein, wenn die angesprochenen Verkehrskreise dem Zeichen von mehreren in Betracht kommenden Bedeutungen eine (insoweit eindeutige) Aussage mit beschreibendem Charakter entnehmen (BGH GRUR 2005, 257, 258 - Bürogebäude). Das ist hier, wie oben ausgeführt, der Fall.

Unterscheidungskraft einer Bezeichnung liegt zudem nicht schon dann vor, wenn man allein aus der Bezeichnung noch nicht ersehen kann, wie im Einzelnen die so bezeichneten Waren und Dienstleistungen beschaffen sind. Denn eine gewisse begriffliche Unbestimmtheit und Unschärfe begründet noch keine Unterscheidungskraft und nimmt der angemeldeten Bezeichnung nicht ihren Charakter als Sachangabe (vgl. zur Frage der begrifflichen Bestimmtheit allgemein beschreibender Angaben i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG BGH MarkenR 2000, 330, 332 - Bücher für eine bessere Welt).

In rechtlicher Hinsicht ist insoweit zu berücksichtigen, dass bei einem Waren- und Dienstleistungsverzeichnis, welches wie vorliegend durch die Verwendung von Oberbegriffen unterschiedliche Waren bzw. Einzeldienstleistungen umfasst, die Eintragung des angemeldeten Zeichens für einen beanspruchten Oberbegriff be-

reits dann ausgeschlossen ist, wenn sich auch nur für eine spezielle, hierunter fallende Ware bzw. Dienstleistung ein Eintragungshindernis ergibt (vgl. BGH WRP 2002, 91, 93, 94 - AC; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl § 8 Rdn. 203). Dies ist der Fall, wenn sich die jeweilige Ware oder Dienstleistung, wie oben ausgeführt, speziell mit dem Thema Hospiz befasst. Andernfalls wäre es möglich, ein für bestimmte Waren oder Dienstleistungen bestehendes Eintragungshindernis dadurch zu umgehen, dass in das Verzeichnis ein entsprechend weit gefasster Waren-/Dienstleistungsbegriff aufgenommen wird.

Was die geographische Angabe „Stuttgart“ anbelangt, ist diese Großstadt die Hauptstadt des Landes Baden-Württemberg und einer der wirtschaftsstärksten, bekanntesten Standorte in Europa (vgl. Duden a. a. O. S. 1641; Brockhaus, Enzyklopädie, 21. Aufl., Band 26 S. 540f.). Als sachbeschreibende Angabe über den Herkunfts-/Erbringungsort der beanspruchten Waren und Dienstleistungen ist diese Angabe geeignet, jedoch nicht als Betriebskennzeichnung; entgegenstehende Anhaltspunkte sind nicht erkennbar.

Schließlich entbehrt das Gesamtzeichen **HOSPIZ STUTTGART** jeglicher Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Zwar ist eine unterscheidungskräftige Marke dann anzunehmen, wenn ein merklicher Unterschied zwischen dem Gesamtgebilde und der bloßen Summe der Bestandteile besteht, was bei Wortkombinationen sprachliche oder begriffliche Besonderheiten voraussetzt, welche die gewählte Verbindung als ungewöhnlich und über die bloße Summenwirkung der Einzelworte hinausgehend erscheinen lässt (vgl. EuGH a. a. O. Nr. 98-100 - Postkantoor; GRUR 2006, 229, 230 Nr. 34-37 - BioID; a. a. O. Nr. 39-41 - BIOMILD; auch Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 92). Als eine solche in ihrer Gesamtheit unterscheidungskräftige, nicht beschreibende Gesamtheit kann die angemeldete Marke nicht beurteilt werden. Beide Einzelbestandteile werden dabei entsprechend ihrem Sinngehalt verwendet und bilden auch in der Gesamtheit keinen neuen, über die bloße Kombination hinausgehenden Begriff. Die Anmeldung bringt nämlich insgesamt nur zum Ausdruck, dass Herstellungs-/Ver-

triebs- bzw. Erbringungsort/-stätte der angemeldeten Waren und Dienstleistungen ein Hospiz in Stuttgart ist und erfüllt damit nicht die Funktion eines sich durch individuelle Merkmale von den Waren und Dienstleistungen anderer Anbieter unterscheidenden betrieblichen Herkunftshinweises (vgl. u. a. EuGH a. a. O. - Nr. 86 - Postkantoor; BGH a. a. O. - Cityservice; BGH a. a. O. m. w. N. - URLAUB DIREKT).

Soweit sich die Anmelderin auf Voreintragungen von ihrer Meinung nach vergleichbaren Marken bezogen hat, vermag dies in Übereinstimmung mit der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes und des Bundespatentgerichts sowie auch der ganz überwiegenden Literaturmeinung keine andere Beurteilung zu begründen. Es bedarf deshalb im Einzelnen keiner Erörterung, ob die genannten Voreintragungen überhaupt gleich zu beurteilende Sachverhalte betreffen (vgl. BPatG GRUR 2007, 337 - Papaya; BPatG MarkenR 2007, 178 - CASHFLOW).

Dr. Vogel von Falckenstein

Winter

Hartlieb

Ko