



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 53/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 46 653.1

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 9. Juli 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Vogel von Falckenstein, des Richters Paetzold und der Richterin Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde des Anmelders wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Wortfolge

Hausärztliche Vereinigung Deutschland

für die Dienstleistungen

„Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen; wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen, Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software; Rechtsberatung und Vertretung; medizinische und veterinärmedizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen; persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse.“

Die Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die angemeldete Wortfolge beschreibe in eindeutiger und typischer Weise einen Zusammenschluss von Hausärzten in Deutschland bzw. einen Verein, der die Interessen der Hausärzte in Deutschland vertrete und für diese Leistungen erbringe. An ähnlich gebildete Begriffskombinationen wie „kassenärztliche Vereinigung“ bzw. „zahnärztliche Vereinigung“ - verbunden mit einem geographischen Zusatz - sei der Verkehr gewöhnt. Diese Vereinigungen leisteten üblicherweise ein breites Spektrum an Service für ihre Mitglieder wie z. B. wirtschaftliche und rechtliche Be-

ratung, Beratung zu Qualitätsmanagement und Fortbildungsmaßnahmen, Kooperationsberatung für Selbsthilfemaßnahmen, Berichterstattung in Fachmedien und Informationen auf Fachtagungen und Messen, Vermittlung von Ärzten, Bereitstellen von Onlineverzeichnissen über Ärzte sowie Wahrnehmung der finanziellen Interessen und Honorarverhandlungen sowie Erstellen spezieller Softwarelösungen. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen besitze die angemeldete Wortfolge einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Charakter, da alle beanspruchten Dienstleistungen nach Gegenstand, Art, Bestimmung, Inhalt oder Thema in Zusammenhang mit oder durch eine hausärztliche Vereinigung erbracht werden könnten.

Hiergegen hat der Anmelder Beschwerde eingelegt und ausgeführt, die von der Markenstelle angeführte Entscheidung des Bundespatentgerichts - 30 W (pat) 76/06 - Kassenhausärztliche Vereinigung - könne nach der Entscheidung des BGH vom 31. Juli 2008 - I ZR 171/05 „Haus & Grund II“ zur Frage des kennzeichenrechtlichen Schutzes von Verbandsnamen nicht mehr herangezogen werden. Demnach sei bei Verbandsnamen ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass eine Schutzfähigkeit nur dann abgesprochen werden könne, wenn der Name unmittelbar auf einen bestimmten Dienstleistungsbereich hinweise. An die Kennzeichnungskraft einer Unternehmensbezeichnung und an die Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG sei derselbe Maßstab anzulegen. Der angemeldeten Wortfolge „Hausärztliche Vereinigung Deutschland“ könne kein konkreter Inhalt entnommen werden, da sich nicht erkennen lasse, ob es sich dabei um einen Lobbyverband handle, eine berufsständische Einrichtung, einen Zusammenschluss gemeinschaftlich praktizierender Ärzte oder eine private Vereinigung von Menschen, die dem gleichen Beruf nachgingen. Sie sei mehrdeutig und weise wegen der Vielzahl möglicher Dienstleistungen, die mit dem Begriff verbunden werden könnten, weder unmittelbar auf einen Dienstleistungsbereich hin noch sei sie konkret beschreibend. Selbst der Begriff „Hausarzt“ sei nicht eindeutig. Ein Freihaltebedürfnis sei abzulehnen, da es genug andere Möglichkeiten der Bezeichnung ähnlicher Verbände gebe.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 13. Januar 2009 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen

sowie hilfsweise die Zulassung der Rechtsbeschwerde.

Ergänzend wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders ist in der Sache ohne Erfolg.

Die angemeldete Marke ist von der Eintragung ausgeschlossen, da sie eine für den Wettbewerb freizuhaltende, beschreibende Angabe im Sinne von § 8 Absatz 2 Nr. 2 MarkenG ist.

1. Nach § 8 Absatz 2 Nr. 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, der geographischen Herkunft oder sonstiger Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen können.

Auch Wortneubildungen kann der Eintragungsversagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegenstehen, wenn sie sprachüblich gebildet sind und ihr beschreibender Aussagegehalt so deutlich und unmissverständlich ist, dass sie ihre Funktion als Sachbegriffe erfüllen können. Dies ist dann der Fall, wenn sich den angesprochenen Abnehmern eine konkret beschreibende Angabe ohne die Notwendigkeit besonderer Denkprozesse unmittelbar erschließt (vgl. EuGH GRUR

2006, 411, 413 (Nr. 26) - Matratzen Concord/Hukla; BGH GRUR 2001, 1047, 1049 - LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; GRUR 2001, 735, 736 - Test it). Dabei nimmt der Verkehr Kennzeichen von Waren und Dienstleistungen regelmäßig in der Form auf, wie sie ihm entgegentreten und ist erfahrungsgemäß wenig geneigt, sie begrifflich zu analysieren, um beschreibende Bedeutungen herauslesen zu können, so dass die angemeldete Wortfolge in ihrer Gesamtheit der Beurteilung zugrunde zu legen und keine zergliedernde Analyse vorzunehmen ist (vgl. BGH GRUR 2001, 162 - 164 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Insbesondere hat eine Marke, die sich aus einem Wort oder einer Wortfolge mit mehreren Bestandteilen zusammensetzt, von deren Inhalt jeder Merkmale der beanspruchten Waren beschreibt, selbst einen die genannten Merkmale beschreibenden Charakter im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, es sei denn, dass ein merklicher Unterschied zwischen dem Wortinhalt und der bloßen Summe des Inhalts seiner Bestandteile besteht. Dabei führt die bloße Aneinanderreihung solcher beschreibenden Bestandteile ohne Vornahme einer ungewöhnlichen Änderung, insbesondere syntaktischer oder semantischer Art, nur zu einer Marke, die ausschließlich aus beschreibenden Zeichen oder Angaben besteht (EuGH GRUR Int. 2004, 410, 413 - BIOMILD; EuGH GRUR Int. 2004, 500, 507 - KPN-Postkantoor).

Auf die Frage der Mehrdeutigkeit der Wortzusammensetzung kommt es bei § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG regelmäßig nicht an. Ein Wortzeichen ist nämlich auch dann von der Eintragung ausgeschlossen, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (vgl. EuGH MarkenR, 2003, 450 - DOUBLEMINT). Dabei spielt es keine Rolle, ob es Bezeichnungsalternativen, nämlich Synonyme oder gebräuchlichere Zeichen oder Angaben zur Bezeichnung dieser Merkmale gibt, da es nicht erforderlich ist, dass diese Zeichen oder Angaben die ausschließliche Bezeichnungsweise der fraglichen Merkmale sind (vgl. EuGH a. a. O. S. 410, 412 - BIOMILD; EuGH a. a. O. S. 500, 507 - Postkantoor).

Hinsichtlich einer geographischen Herkunftsangabe muss die für die Bejahung eines Freihaltungsbedürfnisses erforderliche Beziehung zwischen den beanspruchten Waren und Dienstleistungen und dem fraglichen Ort nicht notwendigerweise auf der Herstellung der Waren oder der Erbringung der Dienstleistung in diesem Ort beruhen, sondern kann sich auch aus anderen Anknüpfungspunkten ergeben. Letztlich besteht ein Freihaltungsbedürfnis nicht nur an geographischen Angaben, die sich unmittelbar auf konkrete Eigenschaften der einschlägigen Waren und Dienstleistung beziehen, sondern auch an Ortsbezeichnungen, welche die Vorlieben der Verbraucher in anderer Weise beeinflussen können, z. B. dadurch, dass diese eine Verbindung zwischen Waren und Dienstleistungen und einem Ort herstellen, mit dem sie positiv besetzte Vorstellungen verknüpfen (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 - Chiemsee; Ströbele/Hacker § 8 Rdn. 218 m. w. N.). Dabei besteht bei Namen von Ländern oder sonst wirtschaftlich bedeutenden Örtlichkeiten eine grundsätzliche Vermutung dafür, dass sie als geographische Herkunftsangaben zur freien Verwendung benötigt werden (vgl. EuG GRUR 2004, 148 - OLDENBURGER; Ströbele/Hacker § 8 Rdn. 221 m. w. N.).

Es ist zudem nicht erforderlich, dass die Zeichen oder Angaben, aus denen die Marke besteht, zum Zeitpunkt der Anmeldung bereits tatsächlich zu beschreibenden Zwecken für Waren oder Dienstleistungen wie die in der Anmeldung aufgeführten verwendet werden. Es genügt, wie sich schon aus dem Wortlaut des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ergibt, dass die Zeichen oder Angaben zu diesem Zweck „dienen können“.

2. Davon ausgehend kann im vorliegenden Fall ein rechtserhebliches Freihaltebedürfnis an der angemeldeten Wortfolge „Hausärztliche Vereinigung Deutschland“ nicht verneint werden. Die angesprochenen Verkehrskreise entnehmen der sprachüblich gebildeten Kombination aus der Bezeichnung „Hausärztliche Vereinigung“ und der Ortsangabe „Deutschland“ ohne weiteres die Bedeutung „Zusammenschluss von als Hausarzt tätigen Medizinern in Deutschland“. Die Wortmarke „Hausärztliche Vereinigung Deutschland“ stellt eine Zusammenset-

zung aus allgemein verständlichen Wörtern des deutschen Grundwortschatzes dar. Bei derartigen, aus mehreren Bestandteilen kombinierten Marken ist es zulässig, zunächst die Bestandteile getrennt zu betrachten, soweit die Beurteilung des Schutzhindernisses auf einer sich anschließenden Prüfung der Gesamtheit dieser Bestandteile beruht (vgl. EuGH GRUR 2004, 943, 944 - SAT.2; GRUR 2006, 229, 230 - BioID).

Das Wort „hausärztlich“ leitet sich von „Hausarzt“ ab, einer Bezeichnung für einen „(langjährigen) Arzt (einer Familie), der bei auftretenden Krankheiten als erster in Anspruch genommen wird und auch Hausbesuche macht“ (vgl. Duden - Dt. Universalwörterbuch, 6. Aufl., Mannheim 2006 - CD-ROM). „Hausärztlich“ ist ein allgemein gebräuchlicher Begriff, um einen speziellen Bereich oder eine konkrete Art der Ausübung einer medizinischen Tätigkeit - z. B. in Abgrenzung zum Facharzt - zu bezeichnen und ist entgegen der Ansicht des Anmelders in dieser Bedeutung allgemein verständlich.

Auch der Begriff „Vereinigung“ als „Zusammenschluss von Personen zur Verfolgung eines gemeinsamen Zwecks“ (vgl. Duden a. a. O.) ist klar verständlich und wird für unterschiedliche Lebensbereiche - in Zusammensetzungen mit Inhalt oder Thema und ggf. einer geographischen Angabe - zur Bezeichnung verwendet. Wie die Markenstelle bereits festgestellt hat, ist dem Verkehr im ärztlichen Bereich insbesondere die Bezeichnung „kassenärztliche Vereinigung“ bekannt. Es handelt sich damit um eine ohne weiteres beschreibende Sachangabe zu Art oder Ort der so gekennzeichneten Dienstleistungen.

Der Bestandteil „Deutschland“ gibt einen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Dienstleistungen bzw. auf eine in Deutschland tätige Vereinigung.

Die Wortfolge „Hausärztliche Vereinigung Deutschland“ in ihrer Gesamtheit enthält keinen Aussagegehalt, der über die Bedeutung ihrer einzelnen Bestandteile hinausgeht (vgl. EuGH GRUR 2006, 229, Rn. 29 - BioID).

Es liegt für die fachlich informierten Verkehrskreise in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen daher nahe, die angemeldete Bezeichnung „Hausärztliche Vereinigung Deutschland“ im Sinne irgendeines Zusammenschlusses von Hausärzten in Deutschland zu verstehen. Wie der Anmelder selbst zutreffend festgestellt hat, kann es sich dabei nicht nur um einen Interessensverband handeln, der - wie die Markenstelle festgestellt hat - üblicherweise eine Vielzahl von Serviceleistungen erbringt und Aufgaben zentral für seine Mitglieder erledigt, sondern eine Vereinigung kann auch lediglich in einer Gemeinschaft von Ärzten bestehen, die sich - z. B. aus Kostengründen - zur gemeinsamen Berufsausübung zusammengeschlossen haben und gemeinsame Aufgaben und Dienstleistungen zentral erbringen (lassen) oder in Anspruch nehmen. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen ergibt die angemeldete Bezeichnung „Hausärztliche Vereinigung Deutschland“ die zur Beschreibung geeignete, naheliegende Sachaussage, dass es sich nach Art und Beschaffenheit um Dienstleistungen handelt, die unter dem Dach eines in Deutschland ansässigen Zusammenschlusses als Hausarzt praktizierender Mediziner von diesen angeboten oder erbracht werden bzw. hierfür bestimmt sind oder dort Verwendung finden. Dies trifft entgegen der Ansicht des Anmelders auch für Dienstleistungen mit nicht ausschließlichem medizinischem Bezug zu, da die angemeldete Wortfolge für diese eine Bestimmungsangabe sein kann.

Entgegen der Ansicht des Anmelders stehen die obengenannten Bedeutungen in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen deutlich im Vordergrund. Auch mögliche Bedeutungsvarianten der Einzelbestandteile führen nicht zur Schutzfähigkeit, da es nicht erforderlich ist, dass der Verkehr die angemeldete Bezeichnung in allen Bedeutungsmöglichkeiten als Sachangabe versteht (vgl. EuGH a. a. O. - DOUBLEMINT; a. a. O. - BIOMILD). Eine beschreibende Benutzung als

Sachangabe für die Dienstleistungen setzt insbesondere nicht voraus, dass die Bezeichnung feste begriffliche Konturen erlangt und sich eine einhellige Auffassung zum Sinngehalt herausgebildet hat. Von einem die Dienstleistungen beschreibenden Begriff kann auch auszugehen sein, wenn das Markenwort verschiedene Bedeutungen hat, sein Inhalt vage ist oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Dienstleistungen beschreibt (vgl. BGH GRUR 2008, 900 - 903 - SPA II).

Auch die Ansicht des Anmelders, es könne der angemeldeten Marke nicht entnommen werden, welche konkreten Dienstleistungen hiervon umfasst seien, führt nicht zur Schutzfähigkeit der angemeldeten Bezeichnung. Denn nicht jede begriffliche Unbestimmtheit steht der Annahme einer beschreibenden Sachangabe entgegen. So können auch relativ allgemeine Angaben als verbraucherorientierte Sachinformationen in Betracht kommen, insbesondere, wenn sie allgemeine Sachverhalte beschreiben sollen. Vor allem bei Oberbegriffen oder Sammelbezeichnungen - wie es vorliegend der Fall ist - ist eine gewisse Allgemeinheit und Unschärfe sogar unvermeidbar, um den gewünschten möglichst weiten Bereich waren- oder dienstleistungsbezogener Eigenschaften beschreibend erfassen zu können (vgl. BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice).

Selbst wenn der Begriff „Hausärztliche Vereinigung Deutschland“ auf eine Wortschöpfung durch den Anmelder zurückzuführen wäre, so ist er doch sprachüblich gebildet, ohne weiteres verständlich und deshalb zur Beschreibung der Dienstleistungen geeignet, so dass seine freie Benutzung durch Dritte gewährleistet sein muss (vgl. BGH GRUR 2005, 578, 580 - LOKMAUS). Die Angabe eines Merkmals bzw. einer Bestimmungs- oder Inhaltsangabe der beanspruchten Dienstleistungen ist eine wichtige Sachinformation, die auch unabhängig von ihrer wirtschaftlichen Bedeutung und davon, ob möglicherweise andere Angaben zur Bezeichnung dieser Merkmale gebräuchlich sind, den Mitbewerbern zur Beschreibung ihrer Dienstleistungen zur Verfügung stehen muss (vgl. EuGH a. a. O. - Postkontoor). So muss es auch anderen möglich sein, ohne Behinderung durch Monopolrechte

Dritter darauf hinweisen zu können, dass sie als zusammengeschlossene Hausärzte in Deutschland entsprechende Leistungen erbringen bzw. dass sie Dienstleistungen für zusammengeschlossene Hausärzte in Deutschland erbringen.

Der Anmelder kann sich zur Ausräumung der Schutzhindernisse auch nicht auf eine seiner Meinung nach abweichende Rechtsprechung berufen. Zum einen ist die vom Anmelder herangezogene Entscheidung von ihrem Sachverhalt nicht vergleichbar, da diese den Bereich des Schutzes nach § 5 MarkenG für Unternehmenskennzeichen betrifft und, wie oben erläutert, der Begriff Vereinigung nicht notwendigerweise mit dem Begriff Verband gleichzusetzen ist. Die namensmäßige Unterscheidungskraft nach § 5 Abs. 2 MarkenG kann jedoch der konkreten Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht gleichgesetzt werden, weil dem schon die unterschiedliche Funktion von Unternehmenskennzeichen und Marke entgegen steht (vgl. Ströbele/Hacker a. a. O. § 5 Rdn. 28 ff.).

Zum anderen erwächst selbst aus Voreintragungen ähnlicher oder übereinstimmender Marken unter dem Gesichtspunkt des Gleichbehandlungsgebots (Art. 3 GG) grundsätzlich kein Eintragungsanspruch für spätere Markenmeldungen, da es sich bei der Entscheidung über die Eintragbarkeit einer Marke nicht um eine Ermessens-, sondern um eine gebundene Entscheidung handelt, die jeweils einer auf den Einzelfall bezogenen Prüfung unterliegt (vgl. BGH GRUR 1997, 527, 528 - Autofelge; BGH BIPMZ 1998, 248, 249 - Today; GRUR 2005, 578 - LOKMAUS; EuGH a. a. O. - BioID; BPatG PMZ 2007, 160 - Papaya; vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 8 Rdnr. 25, 26 m. w. N.).

Wegen des in Bezug auf die obengenannten Dienstleistungen im Vordergrund stehenden Begriffsgehalts sowohl der Einzelelemente als auch der daraus gebildeten Kombination, die über den Sinngehalt der Einzelelemente nicht hinaus geht, handelt es sich um eine deutlich und unmissverständlich beschreibende Angabe

ohne jegliche begriffliche Ungenauigkeit, die zu einer konkreten beschreibenden Bezeichnung dienen kann. Markenschutz kann hierfür nicht gewährt werden.

Die Beschwerde ist daher zurückzuweisen.

Dr. Vogel von Falckenstein

Paetzold

Hartlieb

Cl