



BUNDESPATEENTGERICHT

30 W (pat) 112/09

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 051 915.0

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 2. November 2010 durch den Vorsitzenden Richter Knoll und die Richterinnen Winter und Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Bezeichnung **Portal Akasha** für folgende Dienstleistungen:

„Beratung in betriebswirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht, Preisvergleichsdienste; Verbraucherberatung in Handels- und Geschäftsangelegenheiten bezüglich Qualität und Preise von Gütern aller Art; Vermittlung von Handelsgeschäften für Dritte, von Handels- und Wirtschaftskontakten, jeweils auch im Internet; Warenpräsentationen, auch im Internet;

Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen, Plattformen und Portale im Internet; Elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms und Internetforen; E-Mail-Dienste; Telekommunikation, auch mittels Plattformen und Portalen im Internet sowie VoIP Anwendungen; Verbreitung (Übermittlung), Verteilung (Übermittlung) und Weiterleitungen von Fernseh-, Hörfunk-, Telekommunikations- und Informationssignalen über kabelfreie und/oder kabelgebundene digitale und analoge Netze, auch im Online- und Offline-Betrieb in Form von interaktiven elektronischen Mediendiensten sowie mittels Computer; Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken;

Coaching, Seminare und Trainings für Einzelpersonen, Teams, Unternehmen und Institutionen; Erstellung und Veröffentlichung von Seminar- und Trainingsmaterialien (z. B. Präsentationen, Leitfäden, Begleit-, Lern- und Lehrmaterialien); Herausgabe von Publikationen und Texten, auch online, nicht zu Werbezwecken;

Aus- und Fortbildung; Erziehung und Unterricht; Veranstaltung von Kongressen, Seminaren und Workshops (Ausbildung);

Beratung zur Persönlichkeitsentwicklung soweit in Klasse 44 enthalten; Durchführung von Entspannungskursen, soweit in Klasse 44 enthalten; Gesundheitspflege für Menschen, nämlich Reiki; Familienberatung, soweit in Klasse 44 enthalten; medizinische und psychologische Beratung; Vermittlung von medizinischen Dienstleistungen;

Erstellen von Horoskopen; Mediation und Konflikt-Management; persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse, nämlich Trancereisen, Wahrsagen, Energiearbeit, Rituale, Traumarbeit, Entspannung; astrologische und esoterische Beratung; zwischenmenschliche Konfliktberatung (Mediation); Imageberatung und -training für Einzelpersonen“.

Die Markenstelle für Klasse 45 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG beanstandet; das Wort „Portal“ bezeichne eine Startseite im Internet; „Akasha“ sei ein Begriff aus dem Bereich der Esoterik („Himmel, Raum, Äther“); die angemeldete Bezeichnung weise damit beschreibend auf ein Portal hin, das Themen, Angebote und Suchmöglichkeiten zum Fachgebiet „Akasha“ anbiete. Demgemäß hat die Markenstelle die Anmeldung zurückgewiesen. Die Erinnerung der Anmelderin ist erfolglos geblieben; die Anmeldung sei nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Von der Anmelderin angeführte Voreintragungen seien nicht geeignet, einen Anspruch auf Eintragung zu begründen.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie meint mit näheren Ausführungen, dass wegen Unschärfe und Interpretationsbedürftigkeit der Anmeldung Eintragungshindernisse nicht vorlägen; der Begriff „Akasha“ sei den Verkehrskreisen

nicht geläufig; insbesondere sei die Anmeldung für die beanspruchten Dienstleistungen auch nicht beschreibend. Sie verweist weiterhin auf die Eintragung von Marken mit den Bestandteilen „Portal“ und „Akasha“.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 45 aufzuheben.

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 angemeldete Marke weist entgegen der Auffassung der Anmelderin keine Unterscheidungskraft auf (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), so dass die Markenstelle die Anmeldung zu Recht zurückgewiesen hat (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Für die beanspruchten Dienstleistungen steht der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung **Portal Akasha** als Marke das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren (oder Dienstleistungen), für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren (oder Dienstleistungen) von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2003, 514, 517 (Nr. 40) - „Linde, Winward u. Rado“; GRUR 2004, 428, 431 (Nr. 48) - „Henkel“; GRUR 2008, 608, 611 Nr. 66 - „EUROHYPO“; EuGH GRUR 2006, 229, Nr. 27 - BioID; BGH GRUR 2006, 850, 854 Nr. 18 - „FUSSBALL WM 2006“;

GRUR 2008, 71, 73 Nr. 23 - „Fronthaube“; GRUR 2009, 411 - STREETBALL“; GRUR 2009, 949 Nr. 10 - „My World“). Nur soweit ein Zeichen zur Erfüllung der Herkunftsfunktion geeignet ist, besteht eine Rechtfertigung dafür, die allgemeine Wettbewerbsfreiheit dadurch einzuschränken, dass die betreffende Angabe der ungehinderten Verwendung vorenthalten und zugunsten eines einzelnen monopolisiert wird (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 607 Nr. 51 - „Libertel“; GRUR 2004, 674, 678 Nr. 68 - „Postkantoor“).

Ausgehend hiervon besitzt nach der Rechtsprechung des EuGH wie auch des BGH eine Wortmarke u. a. dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihr die maßgeblichen Verkehrskreise im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen oder wenn zwischen ihr und den beanspruchten Waren und Dienstleistungen ein enger beschreibender Bezug hergestellt wird (vgl. u. a. EuGH GRUR 2010, 534 Nr. 29, 30, 31 - PRANAHAUS; a. a. O. Nr. 81 u. 86 - „Postkantoor“; a. a. O. Nr. 56 ff. - „EUROHYPO“; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - „marktfrisch“; a. a. O. Nr. 18 f. - „FUSSBALL WM 2006“; GRUR 2009, 952, 953 Nr. 10 - „DeutschlandCard“; a. a. O. Nr. 20 - „My World“). Schließlich fehlt die Unterscheidungskraft auch solchen Zeichen, die, ohne beschreibend zu sein oder engen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Produkten/Dienstleistungen zu haben, aus anderen Gründen nicht zur betrieblichen Herkunftskennzeichnung geeignet sind (siehe dazu Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 49 und Rdn. 138 - 142 mit zahlreichen Nachweisen; BGH a. a. O. Nr. 19 - FUSSBALL WM 2006).

Zu prüfen ist somit zunächst, ob auf der Grundlage einer bestimmten Bedeutung des Zeichens **Portal Akasha** aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise dieses Zeichen einen hinreichend direkten und konkreten Bezug zu den Dienstleistungen aufweist, für die die Eintragung beantragt wird.

Die Markenstelle hat die Bedeutung des Wortes „Portal“ aufgezeigt. Es bezeichnet allgemein eine Website, die als Einstieg ins Internet dient und eine Zusammenstellung von Inhalten, Diensten und Verknüpfungen zu bestimmten Themengebieten enthält; der Verkehr wird mit einer Vielzahl solcher (Internet-)Portale zu unterschiedlichsten Themen konfrontiert, bei denen Gegenstand oder Thema der jeweiligen Website schlagwortartig durch eine mit dem Begriff „Portal“ gebildete Wortkombination herausgestellt wird (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. S. 1303; BPatG 25 W (pat) 48/08 - bistro portal; 29 W (pat) 159/01 - info.portal; beide veröffentlicht auf der Homepage des Gerichts); lexikalisch ist „Portal“ als Kurzwort für „Internetportal“ nachweisbar (vgl. WAHRIG, Deutsches Wörterbuch, 8. Aufl. 2006, S. 1155).

Das weitere Markenwort „Akasha“ ist ein Begriff der fernöstlichen Religionsgeschichte; er stammt ursprünglich aus dem Sanskrit, wird übersetzt mit „Raum, Äther“, und bezeichnet in diesem System das Feinste der fünf Elemente, aus denen das Universum, also auch Erde und Mensch, zusammengesetzt sind; es soll sich um eine Substanz handeln, die das gesamte Universum erfüllt und besonderer Träger des Lebens ist (vgl. K. Friedrichs, „Das Lexikon des Hinduismus“ S. 17; M. Roberts, „Das neue Lexikon der Esoterik“ S. 31; Brockhaus, Enzyklopädie, Band 1 S. 396). „Akasha“ ist außerdem Teil der Lehre der ayurvedischen Medizin, die ein Gleichgewicht der fünf Elemente postuliert (vgl. <http://www.spg-zh.ch/cms/infos-und-texte.html#aka>; http://www.ayurveda-arzt.de/deu_ayurveda.html). In der indischen Vedanta-Philosophie ist „Akasha“ neben „Prana“ die Bezeichnung für eine von zwei Grundkräften des Seins (vgl. <http://www.bpv.ch/content/texte/diverse-lebensenergie.html>). In der buddhistischen Meditation wird ein Bereich mit dem Wort „Akasha“ bezeichnet (Lexikon der östliche Weisheitslehren, S. 8, 9). Dieses Wort hat in der westlichen Welt Eingang in die Theosophie und insbesondere die Esoterik gefunden. In der Esoterik wird das Wort auch im Sinn von „Bewußtseinsraum, Haupts substanz“ verstanden (vgl. die Darstellung des Akasha-Zentrums Berlin, übersandt mit dem Hinweis des Gerichts vom 20. Juli 2010). Mit dem Wort „Akasha“ wird zudem eine Weltenchronik be-

zeichnet, die als das astrale Weltgedächtnis des Universums gilt. Darin soll sowohl jedes Einzelschicksal als auch der komplette Verlauf der Weltgeschichte (virtuell) gespeichert sein; daraus sollen auch die Aufgaben, welche in diesem Leben zu „erledigen“ seien, erkannt werden. Dieses „astrale Gedächtnis“ sollen medial veranlagte Menschen „lesen“ können (vgl. z. B. die Internetseiten: <http://www.waldfee.net/begriffsbedeutung.html?&cHash=0ade75ddbc&type=0&uid=17>; http://anthroposophie.byu.edu/vortraege/054_06.pdf; vgl. Wikipedia Online Lexikon, Stichwort „Akasha-Chronik). Vom bereits erwähnten Akasha Zentrum in Berlin wird mediale Lebensberatung und mediales Coaching angeboten (vgl. <http://www.akasha-zentrum-berlin.de/mediale-beratung.htm>).

Die Bezeichnung **Portal Akasha** bezeichnet demnach ein Internetportal zum Themenbereich Akasha.

Die hier maßgeblichen Verkehrskreise sind ein durchschnittlich informiertes und angemessen aufmerksames und verständiges Publikum, das ein Spezialpublikum mit guten Kenntnissen der Esoterik, der Alternativmedizin, des Buddhismus, der Meditation, der Medialität und der fernöstlichen Kultur einschließt und hieran ein besonderes Interesse hat (vgl. auch EuGH GRUR 2006, 411, Nr. 32 - Matratzen Concord; Ströbele/Hacker a. a. O. § 8 Rdn. 324, 325, 334). Sämtliche beanspruchten Dienstleistungen können sich mit fernöstlichen Religionen und Heilslehren beschäftigen oder den entsprechenden esoterischen Ansatz zur Grundlage ihrer (Beratungs-)Tätigkeit bzw. ihrer Dienstleistungen machen.

Es können einerseits Personen oder Betriebe sein, die in dieses Portal aufgenommen werden wollen oder andererseits sich über die in diesem Portal angebotenen Dienstleistungen informieren und diese in Anspruch nehmen möchten. Diese Verkehrskreise sind in der Lage, das Zeichen **Portal Akasha** in seiner Bedeutung im Allgemeinen zu verstehen und darin den Hinweis zu sehen, dass die maßgeblichen Dienstleistungen nach ihrer Art, ihrem Bestimmung-/Verwendungszweck bzw. ihrem Gegenstand und Inhalt über ein Portal angeboten werden

oder für ein derartiges Portal bestimmt sein können. Alle beanspruchten Dienstleistungen können typischerweise über ein solches Portal bereitgestellt werden, die technischen Voraussetzungen für den Zugriff auf ein entsprechendes Portal oder die erforderliche Netzstruktur schaffen oder aber über eine solche Internetplattform abrufbare Inhalte zum Gegenstand haben, so dass die angemeldete Bezeichnung ihrem Gesamteindruck nach nur einen sachbezogenen Aussagegehalt vermittelt, nicht aber den Eindruck einer individualisierenden betrieblichen Kennzeichnung erweckt.

Dies gilt entgegen der Auffassung der Anmelderin auch für die Dienstleistungen der Klasse 35. Anbieter wie Abnehmer und damit Adressaten solcher über ein Portal angebotenen Beratungsdienstleistungen können Betriebe und Unternehmen sein, wie beispielsweise auch ersichtlich aus dem Dienstleistungsverzeichnis der im Bereich der Klasse 41 verwendeten Formulierung „Coaching...für...Unternehmen“; das oben bereits erwähnte Angebot des Akasha-Zentrums in Berlin beinhaltet beispielsweise Coaching von Unternehmen. So gekennzeichnete Dienstleistungen können auch Unternehmensstrukturen und Finanzen beinhalten, ebenso die auf Preise bezogenen Dienstleistungen, zumal derartige Portale Angebote verschiedener Betriebe bzw. Personen mit unterschiedlichen Preisen aufnehmen können, wie etwa auch von der Anmelderin auf ihrer Internetseite angeboten.

Wegen der für den angesprochenen Verkehr aus sich heraus verständlichen und sofort erfassbaren schlagwortartigen Sachaussage zu Gegenstand und Inhalt der Dienstleistungen fehlt der angemeldeten Bezeichnung jegliche betriebskennzeichnende Hinweiskraft (vgl. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Aufgrund der vorgenannten Feststellungen bestehen auch erhebliche Anhaltspunkte dafür, dass das angemeldete Zeichen in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen eine beschreibende Angabe im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG darstellt, an der die Mitbewerber ein berechtigtes Bedürfnis an der freien

Verwendung haben. Einer abschließenden Entscheidung bedarf es aber im Hinblick darauf, dass das Zeichen bereits keine Unterscheidungskraft i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aufweist, insoweit nicht.

Die Anmelderin kann aus der Eintragung anderer Marken mit dem Wort „Portal“ bzw. „Akasha“ keinen Anspruch auf Eintragung der vorliegenden Anmeldung herleiten. Der Senat hat diese Ausführungen berücksichtigt, sieht sich aber nicht veranlasst, in gleichem Sinn zu entscheiden und die Eintragungshindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG unberücksichtigt zu lassen. Voreintragungen führen weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Eintragung zu befinden haben. Denn die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke stellt keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage dar (EuGH a. a. O. Nr. 43, 44 - Postkantoor; EuGH a. a. O. Nr. 63 - Henkel; BGH GRUR 1997, 527, 529 - Autofelge; GRUR 2008, 1093, 1095 Nr. 18 - Marlene-Dietrich-Bildnis I; BPatG GRUR 2007, 333, 335 ff. - Papaya; MarkenR 2007, 178, 180 ff. - CASHFLOW; MarkenR 2007, 527, 531 - Rapido; BIPMZ 2008, 29 f. - Topline; bestätigt durch EuGH GRUR 2009, 667 Nr. 19 - Schwabenpost u. a.).

Die Markenstelle hat die angemeldete Marke nach alledem zu Recht von der Eintragung ausgeschlossen.

Knoll

Winter

Hartlieb

CI