



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 521/10

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

....

betreffend die Markenmeldung 30 2009 039 578.0

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 21. Juli 2010 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, den Richter Dr. Kortbein und die Richterin Kortge

beschlossen:

1. Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 15. Januar 2010 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung bezüglich der Dienstleistungen der

Klasse 39: Starten und Aussetzen von Satelliten
für Dritte

zurückgewiesen worden ist.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

2. Die Rechtsbeschwerde wird zugelassen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

Rheinpark-Center

ist am 7. Juli 2009 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für nachfolgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten, Merchandising (Verkaufsförderung), Marketing für Dritte in digitalen Netzen,

Öffentlichkeitsarbeit, Plakatanschlagwerbung, Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen, Rundfunkwerbung, Sponsoring in Form von Werbung, Verbreitung von Werbeanzeigen, Verteilen und Versenden von Werbematerial, Fernsehwerbung, betriebswirtschaftliche Beratung für Franchising-Konzepte, Geschäftsführung für darstellende Künstler, Marketing, Bestellannahme, Lieferauftragsservice und Rechnungsabwicklung, auch im Rahmen von e-commerce für Dritte, Betrieb einer Im- und Exportagentur, Dienstleistungen einer Werbeagentur, On-line Werbung in einem Computernetzwerk, Organisation und Veranstaltung von Werbeveranstaltungen, Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Schaufensterdekoration, Telemarketing, Veranstaltung von Messen zu gewerblichen oder zu Werbezwecken, Verkaufsförderung [Sales promotion] [für Dritte], Vermittlung von Handelsgeschäften, auch im Rahmen von e-commerce für Dritte, Vermittlung von Adressen zu Werbezwecken, Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet, Vermittlung von Verträgen für Dritte für den An- und Verkauf von Waren, Vermittlung von Verträgen für Dritte über die Erbringung von Dienstleistungen, Versandwerbung, Versenden von Werbesendungen, Verteilen von Werbemitteln, Verteilung von Warenproben zu Werbezwecken, Verteilung von Werbematerial [Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben], Vervielfältigung von Dokumenten, Vorführung von Waren für Werbe-

zwecke, Waren- und Dienstleistungspräsentationen, Werbung durch Werbeschriften, Werbung im Internet für Dritte, Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken;

Klasse 36: Abwickeln von Geldgeschäften mit Kreditkarten, Ausgabe von Debitkarten, Ausgabe von Gutscheinen, Wertmarken, Ausgabe von Kreditkarten, Ausgabe von Reiseschecks, Bankgeschäfte, Bankgeschäfte mittels Onlinebanking, Beleihen von Gebrauchsgütern, Börsenkursnotierung, Clearing [Verrechnungsverkehr], Depotverwahrung von Wertsachen, Dienstleistungen eines Bauträgers, nämlich finanzielle Vorbereitung von Bauvorhaben, Dienstleistungen eines Immobilienmaklers, Dienstleistungen eines Maklers, Dienstleistungen eines Wertpapiermaklers, Dienstleistungen eines Aktuars, Dienstleistungen von Rentenkassen, Effektengeschäfte, Einziehen von Außenständen [Inkassogeschäfte], Einziehen von Miet- und Pächterträgen, elektronischer Kapitaltransfer, Entwicklung von Nutzungskonzepten für Immobilien in finanzieller Hinsicht (Facility management), Erfassung, Abwicklung und Absicherung von Termingeschäften, Erstellung von Steurgutachten und -schätzungen, Erteilung von Auskünften in Versicherungsangelegenheiten, Erteilung von Finanzauskünften, Factoring, Feuerversicherungswesen, Finanzanalysen, finanzielle Beratung, finanzielle Förderung, finanzielle Schätzungen [Versicherungs-, Bank-, Grundstücksangelegenheiten], finanzielles Sponsoring, Finanzierung

gen, Finanzierungsberatung (Kreditberatung), Finanzwesen, Gebäudeverwaltung, Geldgeschäfte, Geldwechselgeschäfte, Geschäftsliquidationen [Finanzdienstleistungen], Gewährung von Teilzahlungskrediten, Grundstücksverwaltung, Home Banking, Immobilienvermittlung, Immobilienverwaltung, Immobilienverwaltung, sowie Vermittlung, Vermietung und Verpachtung von Immobilien (Facility management), Immobilienwesen, Investmentgeschäfte, Krankenversicherung, Kreditvermittlung, Leasing, Lebensversicherungswesen, Lombardgeschäfte, Mergers- und Akquisitionsgeschäfte, nämlich finanzielle Beratung beim Kauf oder Verkauf von Unternehmen, sowie Unternehmensbeteiligungen, numismatische Schätzungen, Sammeln von Spenden für Dritte, Sammeln von Spenden für Wohltätigkeitszwecke, Schätzen von Briefmarken, Schätzen von Schmuck, Schätzung von Antiquitäten, Schätzung von Immobilien, Schätzung von Kunstgegenständen, Schätzung von Reparaturkosten [Werteermittlung], Scheckprüfung, Seeverversicherungswesen, Sparkassengeschäfte, Übernahme von Bürgschaften, Kautionen, Unfallversicherungswesen, Vergabe von Darlehen, Vermietung von Büros [Immobilien], Vermietung von Wohnungen, Vermittlung von Vermögensanlagen in Fonds, Vermittlung von Versicherungen, Vermögensverwaltung, Vermögensverwaltung durch Treuhänder, Verpachtung von Immobilien, Verpachtung von landwirtschaftlichen Betrieben, Versicherungsberatung, Versicherungswesen, Verwahrung von Wertstücken

in Safes, Wohnungsvermittlung, Zollabfertigung für Dritte;

Klasse 38: Auskünfte über Telekommunikation, Ausstrahlung von Fernsehprogrammen, Ausstrahlung von Kabelfernsehsendungen, Ausstrahlung von Rundfunk- und Hörfunksendungen, Ausstrahlung von Tele-shoppingsendungen, Bereitstellen des Zugriffs auf ein weltweites Computernetzwerk, Bereitstellen von Telekommunikationsverbindungen zu einem weltweiten Computernetzwerk, Bereitstellung des Zugriffs auf Computerprogramme in Datennetzen, Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet, Bereitstellung von InternetChatrooms, Bereitstellung von Telekommunikationskanälen für Tele-shopping-Dienste, Dienste von Presseagenturen, Durchführung von Videokonferenzen, E-Mail-Dienste, Elektronische Anzeigenvermittlung [Telekommunikation], elektronische Nachrichtenübermittlung, elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms und Internetforen, Fernschreibdienste, Funkdienste, Kommunikation durch faseroptische Netzwerke, Kommunikationsdienste mittels Computerterminals, Kommunikationsdienste mittels Telefon, Leitungs-, Routing- und Verbindungsdienstleistungen für die Telekommunikation, Mobiltelefondienste, Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer, Personenrufdienste [Rundfunk, Telefon oder mit anderen Mitteln elektronischer Kommunikation], Satellitenübertragung, Sprachübermittlungsdienste (Sprachmitteilungs-

dienste), Telefaxdienste, Telefondienste, Telefonvermittlung, Telegrafiedienste, Telegrafieren, Telegrammdienst [Depeschen], Telegrammübermittlung, Telekommunikation, Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet, Telekonferenzdienstleistungen, Teletext-Dienste, Übermittlung von Nachrichten, Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation, Vermietung von Faxgeräten, Vermietung von Geräten zur Nachrichtenübertragung, Vermietung von Modems, Vermietung von Telefonen, Vermietung von Telekommunikationsgeräten, Vermietung von Zugriffszeit auf globale Computernetzwerke, Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken, Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internet-Adressen (Web-Messaging);

Klasse 39: Abschleppen von Fahrzeugen, Abschleppen von Fahrzeugen im Rahmen der Pannenhilfe, Abtransport und Lagerung von Abfall- und Recyclingstoffen, Auskünfte über Transportangelegenheiten, Auslieferung von Paketen, Auslieferung von Waren, Austragen [Verteilen] von Zeitungen, Autovermietung, Beförderung von Passagieren, Beförderung von Personen, Beförderung von Personen mit Bussen [Autobusse, Omnibusse], Beförderung von Personen mit Vergnügungsdampfern, Beförderung von Reisenden, Befrachtung [Vermittlung von Schiffsladungen], Bergung von Schiffen, Betrieb von Eisbrechern, Blumenauslieferung, Buchung von Reisen, Chauffeurdienste, Dienstleistungen einer Spedition [Güterbeförderung], Dienstleistungen eines Fuhr-

unternehmers [Güterbeförderung], Dienstleistungen eines Transportmaklers, Durchführung von Umzügen, Durchleitung und Transport von elektrischem Strom, Heizwärme, Gas oder Wasser, Einlagerung von Booten, Einlagerung von Waren, Einpacken von Waren, Entladen von Frachten, Erteilung von Auskünften über Lagerhaltung, Flottensteuerung von Kraftfahrzeugen mittels elektronischer Navigations- und Ortungsgeräte, Frachtmaklerdienste, Frankieren von Postsendungen, Gepäckträgerdienste, Krankentransporte, Kurierdienste [Nachrichten oder Waren], Lagerung von Waren, Logistik-Dienstleistungen auf dem Transportsektor, Lotsendienst, Lufttransporte, Möbeltransporte, Nachrichtenüberbringung [Botendienst], Parkplatzdienste, Personenbeförderung mit Straßenbahnen, physische Lagerung von elektronisch gespeicherten Daten und Dokumenten, Pipelinetransporte, Reisebegleitung, Reservierungsdienste [Reisen], Reservierungsdienste [Transportwesen], Rettungsdienste [Bergung], Rettungsdienste [Transport], Schifffahrt-dienste [Personen- und Güterbeförderung], Schiffsmaklerdienste, Schleusendienste, Seetransporte, Starten und Aussetzen von Satelliten für Dritte, Stuarbeiten [Schiffsbeladung], Taxidienste, Transport mit Binnenschiffen, Transport mit Eisenbahnen, Transport mit Fährschiffen, Transport mit Kraftfahrzeugen, Transport mit Lastkähnen, Transport mit Lastkraftwagen, Transport mit Schiffen, Transport und Lagerung von Müll, Transport von Gütern, Transport von Wertsachen, Unterwasserrettungs-

dienste [Bergung], Veranstaltung von Kreuzfahrten, Veranstaltung von Reisen und Ausflugsfahrten, Veranstaltung von Besichtigungen, Verfrachten [Transport von Gütern mit Schiffen], Verkehrsinformationsdienste, Vermietung von Booten, Vermietung von Fahrzeugen, Vermietung von Garagen, Vermietung von Gepäckträgern für Fahrzeuge, Vermietung von Kraftfahrzeugen, Vermietung von Kühlschränken, Vermietung von Lagercontainern, Vermietung von Lagern, Vermietung von Parkplätzen, Vermietung von Pferden, Vermietung von Rennautos, Vermietung von Rollstühlen, Vermietung von Stellplätzen in Rechenzentren für Web-Server zur externen Nutzung (Webhousing), Vermietung von Stellplätzen in Rechenzentren für Webserver zur externen Nutzung (Webhousing), Vermietung von Taucheranzügen [Skaphander, schwere Taucherausrüstungen], Vermietung von Taucherglocken, Vermietung von Wagen, Vermietung von Waggons, Verpacken von Waren, Versorgung von Verbrauchern durch Anlieferung von elektrischem Strom, Heizwärme, Gas oder Wasser, Verteilung von Elektrizität, Verteilung von Energie, Verteilung von Gas, Verteilung von Heizwärme, Verteilung von Wasser, Warenbefüllung für Verkaufsstände und -regale, Wasserversorgung [Transport], Wiederflottmachen [Heben] auf Grund gelaufener Schiffe, Zustellung (Auslieferung) von Versandhandelsware;

Klasse 41: Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Organisation und Veranstaltung von Konzerten,

Veranstaltung von Autogrammstunden (Unterhaltung), musikalische Aufführung, Veranstaltung eines künstlerischen Wettbewerbs und sportlichen Wettbewerbs, Unterhaltung musikalischer und/oder kultureller Art, Hörfunk-Unterhaltung, (und deren Produktion), Fernseh-Unterhaltung (und deren Produktion), Videoproduktion, Unterhaltung mittels ChatForen im Internet, Bereitstellen von elektronischen Publikationen (nicht herunterladbar), Betrieb von Tonstudios, Erstellen von Bildreportagen, Dienstleistungen eines Ton- und Fernsehstudios, Durchführung von Spielen im Internet, Betrieb einer Diskothek, Fernsehunterhaltung, Filmproduktion, Fotografien, Herausgabe von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form auch im Internet, Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte), Komponieren von Musik, Durchführung von Live-Veranstaltungen (Unterhaltung), Musikdarbietungen, Produktion von Shows, Dienstleistungen eines Tonstudios, Ticketvorverkauf für Unterhaltungsveranstaltungen, Veranstaltung von Unterhaltungsshows, Vermietung von Tonaufnahmen, Veröffentlichung von Büchern, Aufzeichnung von Videobänder;

Klasse 43: Betrieb einer Bar, Betrieb eines Campingplatzes, Betrieb von Feriencamps [Beherbergung], Betrieb von Hotels, Betrieb von Motels, Betrieb von Tierheimen, Catering, Dienstleistungen einer Kinderkrippe, Dienstleistungen von Alten- und Seniorenheimen, Dienstleistungen von Pensionen, Vermie-

tung von Gästezimmern, Vermietung von Stühlen, Tischen, Tischwäsche, Gläsern, Vermietung von transportablen Bauten, Vermietung von Versammlungsräumen, Vermietung von Zelten, Vermietung von Ferienhäusern, Verpflegung von Gästen in Cafés, Verpflegung von Gästen in Restaurants, Verpflegung von Gästen in Schnellimbissrestaurants [Snackbars], Verpflegung von Gästen in Cafeterias, Verpflegung von Gästen in Kantinen, Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants, Zimmerreservierung, Zimmerreservierung in Hotels, Zimmerreservierung in Pensionen, Zimmervermittlung [Hotels, Pensionen];

Klasse 44: Ambulante Pflegedienstleistungen, Aromatherapie-Dienste, Baumchirurgie, Beratungen in der Pharmazie, Betrieb von Heilbädern (Thermalbädern), Betrieb von öffentlichen Bädern für Zwecke der Körperhygiene, Betrieb von Saunen, Betrieb von Solarien, Betrieb von Pflegeheimen, Betrieb von Tier-salons, Betrieb von türkischen Bädern, Dienstleistung eines Landschaftsarchitekten, Dienstleistungen einer Kurklinik, Dienstleistungen einer Blutbank, Dienstleistungen einer Hebamme, Dienstleistungen eines Blutspendedienstes, Dienstleistungen eines Floristen, Dienstleistungen eines medizinischen Labors, Dienstleistungen eines Psychologen, Dienstleistungen eines Sanitäters, Dienstleistungen eines Arztes, Dienstleistungen eines Chiropraktikers, Dienstleistungen eines Friseursalons, Dienstleistungen eines Gartenbauarchitekten,

Dienstleistungen eines Krankenhauses, Dienstleistungen eines Optikers, Dienstleistungen eines Tierarztes, Dienstleistungen eines Zahnarztes, Dienstleistungen von Baumschulen, Dienstleistungen von Polikliniken [Ambulanzen], Dienstleistungen von Visagisten, Dienstleistungen von Erholungs- und Genesungsheimen, Dienstleistungen von Kliniken, Dienstleistungen von Sanatorien, Dienstleistungen von Schönheitssalons, Düngemittelverteilung und Verteilung anderer chemischer Produkte für die Landwirtschaft [aus der Luft oder nicht], Durchführung medizinischer und klinischer Untersuchungen, Durchführung von Massagen, Entziehungskuren für Suchtkranke, Ernährungsberatung, Gartenarbeiten, Gartenbauarbeiten, Gesundheits- und Schönheitspflege, Gesundheitsberatung, Grünanlagenpflege im häuslichen Bereich (Hausmeisterdienste), Haarimplantation, In-vitro-Befruchtung, Krankenpflegedienste, Kranzbindearbeiten, Künstliche Besamung, Landschaftsgestaltung, Maniküre, physiotherapeutische Behandlungen, plastische und Schönheitschirurgie, psychosoziale Betreuung, Rasenpflege, Schädlings- und Ungeziefervernichtung für landwirtschaftliche Zwecke, Seniorenpflegedienste, Tätowieren, Telemedizin-Dienste, therapeutische Betreuung und ärztliche Versorgung, Tierpflege, Tierzucht, Unkrautvernichtung, Vermietung von landwirtschaftlichen Geräten, Vermietung von medizinischen Geräten, Vermietung von Sanitäranlagen, Zubereitung von Rezepturen in Apotheken.

Mit Beschluss vom 15. Januar 2010 hat die Markenstelle für Klasse 35 die Anmeldung gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft und Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Sie hat ausgeführt, dass die durch Bindestrich verbundene Wortkombination "Rheinpark-Center" in ihrer Gesamtheit von den angesprochenen Verkehrskreisen als Sachhinweis auf eine in einem Park am Fluss "Rhein" gelegene Einkaufsstätte und damit auf den Erbringungsort der beanspruchten Dienstleistungen, aber nicht als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen aufgefasst werde. Da es mehrere solcher Center am Rhein in einem Park bzw. in der Nähe eines Rheinparks geben könne, liege auch ein Interesse etwaiger Mitbewerber an der ungehinderten Verwendung des angemeldeten Wortzeichens vor. Die Anmelderin könne auch nicht aus den von ihr genannten Voreintragungen einen Eintragungsanspruch herleiten, weil sie nicht vergleichbar seien. Bei den eingetragenen Marken "RHEINCENTER EMMERICH", "Limbecker Platz Essen", "Düsseldorf Arcaden" und "RHEIN CENTER" handele es sich um Kombinationsmarken, welche aufgrund ihrer grafischen Ausgestaltung anders zu beurteilen seien. Bei den eingetragenen Wortmarken "Rheinpark" und "RHEINPARK" fehle das Wortelement "Center".

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom
15. Januar 2010 aufzuheben.

Sie vertritt die Ansicht, die angemeldeten Dienstleistungen wiesen keine Eigenschaften auf, die zu der Bezeichnung "Rheinpark-Center" passten, auch wenn ein Teil von ihnen in einem "Center" als Synonym für "Einkaufszentrum" angeboten werden könne. Bei dem angemeldeten Begriff handele es sich zudem um eine eher ungewöhnliche, lexikalisch nicht nachweisbare Wortzusammensetzung, die sich in dieser Form im üblichen Sprachgebrauch nicht wiederfinde. Ihr Einkaufszentrum liege zwar in der Nähe des Rheins, aber weder in einem Park im klassischen Sinne noch in einem "Industriepark", es befinde sich vielmehr in der Nähe

des Neusser Hafens. Mangels Eignung der angemeldeten Bezeichnung, die beanspruchten Dienstleistungen zu beschreiben, bestehe auch kein Freihaltebedürfnis. Der Ort der Erbringung einer Dienstleistung unterliege nur unter branchenbedingten besonderen Voraussetzungen einem relevanten Freihaltebedürfnis der Allgemeinheit, welche hier nicht zu erkennen seien. Die angemeldete Bezeichnung habe sich zudem infolge jahrelanger intensiver Nutzung als Eigenname und damit als Herkunftshinweis durchgesetzt. Bei Eingabe dieses Begriffs in die Internet-Suchmaschine "Google" beschäftigten sich die ersten ... Einträge nahezu ausschließlich mit ihrem Einkaufszentrum. Auch in der Presse werde die Wortkombination "Rheinpark-Center" als Eigenname verstanden, wie der Artikel "Rheinpark-Center Neuss: Nachtschicht vor Neueröffnung" in der Westdeutschen Zeitung (WZ) vom 17. Februar 2010 (Anlagenkonvolut 1, Bl. 90 GA) sowie die Online-Artikel in den Immobilien-Pressemitteilungen vom 17. Februar 2010 mit dem Titel "Rheinpark-Center in Neuss eröffnet ersten Bauabschnitt" unter www.immo-pro24.eu (Anlagenkonvolut 1, Bl. 92 GA), in der Meldung vom 18. Februar 2010 mit der Überschrift "Neueröffnung im Rheinparkcenter Neuss" unter www.neuss.-barrique.de (Anlagenkonvolut 1, Bl. 91 GA) und in dem mit "Düsseldorfer Einzelhandel in Sorge - Neusser Rheinpark-Center wird gebaut" überschriebenen Artikel vom 4. Februar 2008 unter www.rp-online.de (Anlagenkonvolut 1, Bl. 93 GA) zeigten. Für eine Verkehrsdurchsetzung sei zudem anzuführen, dass sie im Jahre 2010 für die Konzeptionierung, Gestaltung und den Druck von Plakaten, Flyern, Werbeanzeigen, die Herstellung von Werbematerial und die Erstellung und Sendung von Radiospots insgesamt mehr als ... € aufgewendet habe (Bl. 100 ff. GA). Ferner beruft sie sich unter Hinweis auf angeblich vergleichbare Voreintragungen, wie "RHEINCENTER EMMERICH", "Limbecker Platz Essen", "Düsseldorf Arcaden", "ParkCenter", "RHEIN CENTER", "Rheinpark" und "RHEIN-PARK", auf einen Gleichbehandlungsanspruch. Es sei unerheblich, dass die Wortmarken "RHEINPARK" und "ParkCenter" sowie die Wort-/Bildmarke "RHEINCENTER EMMERICH" inzwischen gelöscht seien, weil deren Löschung nur wegen Ablaufs der Schutzfrist und nicht aufgrund von Schutzhindernissen erfolgt sei. Auch die Eintragung der Wort-/Bildmarke "RHEIN CENTER" hätte abgelehnt wer-

den müssen, weil deren werbeübliche graphische Ausgestaltung die Schutzfähigkeit nicht zu begründen vermöge. Da das DPMA auf die von ihr genannten Voreintragungen nur unvollständig ohne vergleichende Würdigung eingegangen sei, liege ein wesentlicher Verfahrensfehler vor.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach § 66 Abs. 1 i. V. m. § 64 Abs. 6 MarkenG statthafte Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, hat aber in der Sache bis auf die in Klasse 39 beanspruchten Dienstleistungen im tenorierten Umfang keinen Erfolg.

1. Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens "Rheinpark-Center" als Marke gemäß §§ 33 Abs. 2, 41 MarkenG steht in Bezug auf die in Klasse 39 angemeldeten Dienstleistungen des Startens und Aussetzens von Satelliten für Dritte kein absolutes Schutzhindernis, insbesondere auch nicht das der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder des Freihaltebedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, entgegen.
 - a) Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (BGH GRUR 2006, 850, 854 Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006; 2008, 1093, 1094 Rdnr. 3 - Marlene-Dietrich-Bildnis). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH GRUR 2006, 233,

235 Rdnr. 45 - Standbeutel; 229, 230 Rdnr. 27 - BioID; GRUR 2008, 608, 611 Rdnr. 66 - EUROHYPO; BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2008, 710 Rdnr. 12 - VI-SAGE; GRUR 2009, 949 Rdnr. 10 - My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006; a. a. O. - Marlene-Dietrich-Bildnis; GRUR 2009, 411 Rdnr. 8 - STREETBALL; 778, 779 Rdnr. 11 - Willkommen im Leben; 949 f. Rdnr. 10 - My World). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2004, 943, 944 Rdnr. 24 - SAT 2; GRUR 2006, 411, 412 Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428, 431 Rdnr. 53 - Henkel; BGH MarkenR 2000, 420, 421 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch). Ausgehend hiervon besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 674, 678 Rdnr. 86 - Postkantoor; BGH a. a. O. - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - anti KALK; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2006, 850, 854 Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2009, 952, 953 Rdnr. 10 - DeutschlandCard) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer ge-

läufigen Fremdsprache bestehen, die - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. u. a. BGH GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten; BGH GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice; a. a. O. - FUSSBALL WM 2006). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH a. a. O. 855 Rdnr. 28 f. - FUSSBALL WM 2006). Dabei gilt, dass je bekannter der beschreibende Begriffsgehalt für die Waren oder Dienstleistung ist, desto eher wird er auch nur als solcher erfasst, wenn er im Zusammenhang mit der Kennzeichnung der Ware oder Dienstleistung in Erscheinung tritt (BPatG GRUR 2007, 58, 60 - BuchPartner).

- b) Das angemeldete Wortzeichen weist für die in Klasse 39 beanspruchten Dienstleistungen im tenorierten Umfang weder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt auf, noch handelt es sich um eine Angabe, durch die ein enger beschreibender Bezug zu ihnen hergestellt werden kann.
 - aa) Das Anmeldezeichen setzt sich sprachüblich aus Wörtern der deutschen Alltagssprache, nämlich der geographischen Herkunftsangabe "Rhein" sowie dem Substantiv "park" und dem mit einem Bindestrich verbundenen, in die deutsche Sprache eingegangenen englischen Begriff "Center" zusammen.
 - aaa) Der "Rhein" ist ein Fluss im Übergangsbereich von Mittel- und Westeuropa. Sein 198.735 qm umfassendes Einzugsgebiet umfasst weite Teile der Schweiz,

Deutschlands und der Niederlande, dazu vor allem Gebiete im Osten Frankreichs und im Westen Österreichs. Er ist der längste und wasserreichste Nordseezufluss und eine der verkehrsreichsten Wasserstraßen der Welt. Er hat eine Gesamtlänge von ... km, wovon ... km für die Großschifffahrt nutzbar sind. Er durchfließt in generell nordnordwestlicher Richtung die Alpen, das nördliche Alpenvorland, den Oberrheingraben, die Mittelgebirgsschwelle und das niederrheinische Tiefland.

- bbb) Der Begriff "Park" bezeichnet eine größere (einer natürlichen Landschaft ähnliche) Anlage mit (alten) Bäumen, Sträuchern, Rasenflächen, Wegen (und Blumenrabatten). Er kann aber auch die Bedeutung "Gesamtbestand" haben, wie sie in den deutschen Wortkombinationen "Fuhrpark", "Maschinenpark", "Wagenpark" (Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]; BPatG 24 W (pat) 12/01 - IMAGEPARK) "Industriepark" (<http://de.wikipedia.org/wiki/Industriepark>), "Gewerbepark" (<http://de.wikipedia.org/wiki/Gewerbepark>), "Freizeitpark" (<http://de.wikipedia.org/wiki/Freizeitpark>), "Technologiepark" oder "Technopark" (<http://de.wikipedia.org/wiki/Technologiepark>; BPatG 33 W (pat) 219/00 - Technologiepark-Bremen) hervortritt.
- ccc) Unter dem englischen, vom lateinischen "centrum" abgeleiteten Begriff "Center" versteht man ein großes Kaufhaus, ein Geschäftsviertel mit verschiedenen Einzelhandelsgeschäften (Duden - Das Fremdwörterbuch, 9. Aufl. 2007 [CD-ROM]), eine Großeinkaufsanlage oder ein Einkaufszentrum (Duden - Deutsches Universalwörterbuch,

a. a. O.). Letzteres ist eine bewusst konzipierte räumliche Konzentration von Einzelhandelsgeschäften und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Branchen und gegebenenfalls anderen Angeboten, wie z. B. Fitnesszentren oder Kinos. Gegenüber einem Kaufhaus grenzt sich das Einkaufszentrum dadurch ab, dass dessen Betreiber nicht auf eigene Rechnung Handel treibt, sondern nur als Vermieter und Center-Management auftritt (<http://de.wikipedia.org/Wiki/Einkaufszentrum>).

- bb) Insgesamt hat die Bezeichnung "Rheinpark-Center" daher die Bedeutung eines in einem Park oder einer parkähnlichen Umgebung in der Nähe oder unmittelbar am Rhein gelegenen Einkaufs- oder Dienstleistungszentrums, zumal es bereits drei "Rheinparks" gibt, nämlich einen in Köln, einen in Düsseldorf-Golzheim und einen in Duisburg (<http://de.wikipedia.org/Wiki/Rheinpark>).

Zu den in Klasse 39 angemeldeten Dienstleistungen "Starten und Aussetzen von Satelliten für Dritte" hat das angemeldete Zeichen mit der vorgenannten Gesamtbedeutung allerdings keinen Bezug, weil es nahezu völlig ausgeschlossen ist, dass von einem Einkaufs- bzw. Dienstleistungszentrum in einem Rheinpark jemals ein Satellit gestartet oder ausgesetzt wird. Denn ein Standort für einen Weltraumbahnhof, an dem Trägerraketen für unbemannte Satelliten starten können, sollte nahe am Äquator liegen: Durch die Erdrotation hat die Rakete dort bereits die auf der Erdoberfläche maximal vermittelte Grundgeschwindigkeit und muss weniger beschleunigen, um insgesamt auf die im Orbit notwendige Geschwindigkeit zu kommen. Zudem erleichtert die Lage das Erreichen der Umlaufbahn. Ferner sollte ein Raketenbahnhof

abseits von dicht besiedeltem Gebiet liegen und in östlicher Richtung einen Ozean oder ein sehr dünn besiedeltes Gebiet haben. Denn fast alle Raketenstarts erfolgen mit der Erdrotation aus oben genanntem Grunde in östlicher Richtung. Wenn es zu einem Fehlstart kommt, könnten sonst Menschen durch niederstürzende Trümmer und Treibstoffe gefährdet werden (<http://de.wikipedia.org/wiki/Weltraumbahnhof>). Keine dieser vorgenannten Voraussetzungen kann ein in einem Rheinpark gelegenes "Center" jemals erfüllen.

- c) Wegen der fehlenden Eignung zur Beschreibung der vorgenannten Dienstleistungen kann bei dem Anmeldezeichen auch ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht bejaht werden.
2. Hinsichtlich der übrigen beanspruchten Dienstleistungen steht der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens "Rheinpark-Center" als Marke gemäß §§ 33 Abs. 2, 41 MarkenG sowohl das absolute Schutzhindernis des Freihaltebedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG als auch dasjenige der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.
- a) Gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind solche Marken nicht schutzfähig, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, der geographischen Herkunft oder sonstiger Merkmale der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen dienen können. Mit diesem Schutzhindernis wird das im Allgemeininteresse liegende Ziel verfolgt, dass alle Zeichen oder Angaben, die Merkmale der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen beschreiben, von allen Unternehmen frei verwendet werden können und nicht aufgrund ihrer Eintragung als Marke einem Unternehmen vorbehalten werden (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 Rdnr. 25 - Chiemsee; GRUR 2004, 680, 681 Rdnr. 35, 36 - BIOMILD;

GRUR 2008, 503 Rdnr. 22, 23 - ADIDAS II). Als beschreibend im Sinne dieser Vorschrift können dabei auch sprachliche Neuschöpfungen angesehen werden, die aus mehreren Bestandteilen zusammengesetzt sind, wenn für die Neuschöpfung selbst in ihrer Gesamtheit ein beschreibender Charakter feststellbar ist (EuGH a. a. O. Rdnr. 37 - BIOMILD). Ferner erfordert das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht, dass die fraglichen Zeichen oder Angaben bereits tatsächlich zu beschreibenden Zwecken für Waren oder Dienstleistungen der angemeldeten Art verwendet werden, vielmehr genügt, dass sie zu diesen Zwecken verwendet werden können (EuGH GRUR 2004, 146, 147 Rdnr. 32 - DOUBLEMINT; a. a. O. Rdnr. 38 - BIOMILD). Dies ist bei einem Wortzeichen dann der Fall, wenn es - in üblicher Sprachform und für die beteiligten Verkehrskreise verständlich - ein Merkmal der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (EuGH a. a. O. Rdnr. 32 - DOUBLEMINT; a. a. O. Rdnr. 38, 39 - BIOMILD). Bei der Beurteilung der Eintragungsfähigkeit ist immer auf das Verständnis eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der angesprochenen Verkehrskreise abzustellen (EuGH GRUR 2004, 943, 944 Rdnr. 24 - SAT 2; GRUR 2006, 411, 412 Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; BGH BGH GRUR 2006, 850, 854 Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006). Bei geographischen Bezeichnungen scheidet das Eintragungsverbot des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nur aus, wenn nach dem Verständnis und den Vorstellungen der Endverbraucher die konkret beanspruchten Waren oder Dienstleistungen mit dem betreffenden Ort oder mit der Region vernünftigerweise weder gegenwärtig noch in absehbarer Zukunft in Verbindung gebracht werden können (EuGH GRUR 1999, 723, 725 Rdnr. 31 - Chiemsee).

- b) Ausgehend von diesen Vorgaben ist das angemeldete Wortzeichen für die übrigen angemeldeten Dienstleistungen aus der Sicht der angesprochenen breiten Verkehrskreise unmittelbar beschreibend und daher im Interesse der Mitbewerber auf dem Markt freihaltebedürftig.

Auch die - bei Zeichen, die aus mehreren Worten oder Wortbestandteilen zusammengefügt sind - vorzunehmende Gesamtbetrachtung (EuGH a. a. O. Rdnr. 28 - SAT 2; a. a. O. Rdnr. 96 - Postkantoor; BGH a. a. O. Rdnr. 13 - VISAGE) führt vorliegend nicht zu einem Bedeutungsgehalt, der über die Summe der Einzelbestandteile des Wortzeichens hinausgehen würde.

Da die angesprochenen inländischen Verkehrskreise das Gesamtzeichen "Rheinpark-Center" ohne weiteres als Hinweis auf ein Einkaufs- und/oder Dienstleistungszentrum in einem Park oder einer parkähnlichen Umgebung in der Nähe oder unmittelbar am Rhein verstehen werden, erschöpft es sich in der beschreibenden Angabe des Erbringungsortes der beanspruchten Dienstleistungen. Denn sämtliche angemeldeten Dienstleistungen aus den Bereichen der Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten (Klasse 35), Geldgeschäfte, des Finanz-, Immobilien- und Versicherungswesens (Klasse 36), der Telekommunikation (Klasse 38), des Transportwesens, der Verpackung und Lagerung von Waren, Veranstaltung von Reisen (Klasse 39), Unterhaltung, sportlichen und kulturellen Aktivitäten (Klasse 41), Verpflegung- und Beherbergung von Gästen (Klasse 43), Medizin, Veterinärmedizin, Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere sowie dem Bereich der Land-, Garten- und Forstwirtschaft (Klasse 44) können in einem solchen Einkaufs- oder Dienstleistungszentrum angeboten und/oder erbracht werden.

- aa) In Einkaufszentren finden sich häufig auch Banken oder Bankfilialen, in denen Finanzgeschäfte, wie die in Klasse 36 beanspruchten Dienstleistungen "Abwicklung und Absicherung von Termingeschäften", "Übernahme von Bürgschaften" sowie "Mergers- und Akquisitionsgeschäfte, nämlich finanzielle Beratung beim Kauf oder Verkauf von Unternehmen sowie Unternehmensbeteiligungen", abgewickelt werden. In der Branche der Investmentbanken gelten M... (Fusionen und Übernahmen) als Teilbereich der Corporate Finance. In einem "Center" kann auch ein Büro eingerichtet sein, das sich mit der "Verpachtung landwirtschaftlicher Betriebe" befasst.
- bb) Angesichts der Rheinnähe können in einem "Rheinpark-Center" auch sämtliche in Klasse 39 angemeldeten Dienstleistungen aus dem Bereich des Schifffahrtswesens angeboten werden. Selbst der "Betrieb von Eisbrechern" gehört dazu, weil der Rhein in der Vergangenheit immer wieder ganz oder teilweise zugefroren. Im Jahr 1929 war der Fluss fast auf seiner gesamten Länge zugefroren. 1947 zerstörte Treibeis in Neuwied die hölzerne Behelfsbrücke. 1954 ertsreckte sich das Eis von Oberwesel bis Mainz. Im Februar 1956 staute es sich von der Loreley über Bingen hinaus auf einer Strecke von ... km. Im Winter 1962/63 war der Rhein das letzte Mal streckenweise zugefroren; an der Loreley staute sich das Eis so stark, dass keine Eisbrecher mehr durchkamen, es wurde gesprengt (<http://de.wikipedia.org/wiki/Rhein>).
- cc) In einem "Rheinpark-Center" können auch Heilbäder (Thermalbäder) oder eine Kurklinik betrieben werden, also Dienstleistungen, welche die Beschwerdeführerin in Klasse 44 angemeldet hat. Denn entlang des Rheins gibt es einige Kurorte, wie z. B. Bad Bodendorf (Stadt Sinzig), Bad Breisig, Bad Hönningen, Bad

Salzig, Lahnstein und Wiesbaden. Dabei verfügt Bad Hönningen über ein Thermal-Mineralheilbad, nämlich die "Kristall-Rheinpark Therme" (<http://www.kristall-rheinpark-therme.de>), Lahnstein über einen Heilquellen-Kurbetrieb und die übrigen genannten Kurorte über Mineralheilbäder. In Wiesbaden gibt es mehr als ... heiße Quellen, von denen die Kaiser-Friedrich-Therme gespeist wird. In einem "Center" in einem Park am Rhein können auch ein Erholungs- und Genesungsheim oder ein Sanatorium betrieben werden. In einem solchen "Center" können auch ein Krankenhaus, eine Poliklinik oder ein Blutspendedienst untergebracht sein. Da jedes Krankenhaus eine kleine Blutbank unterhält, um den Eigenbedarf zu decken, und Hebammen in einer solchen Klinik tätig sein können, können auch deren Dienstleistungen hier angeboten und erbracht werden. Entziehungskuren für Suchtkranke und In-vitro-Befruchtung können in einer Klinik durchgeführt werden. Auch die Unterbringung eines Pflegeheims in einem solchen Center ist nichts Ungewöhnliches mehr, wie das Pflegeheim im Schlossberg-Center in Albstadt-Ebingen zeigt (<http://pflegeheime-hoss.de>). Zu den Dienstleistungen eines Tierarztes, dessen Praxis sich in einem "Rheinpark-Center" befinden kann, kann auch die künstliche Besamung gehören, eine Zeugungsmethode, bei der Sperma von Vartieren gewonnen und instrumentell in die Geschlechtsorgane weiblicher Tiere eingeführt wird. Da inzwischen bei den Baumschulen die Spezialisierung in Produktion (erwerbsmäßige Bewirtschaftung von Anbauflächen für Bäume, Sträucher, Ziergehölze, Obstgehölze und Forstpflanzen) einerseits und Verkauf andererseits zunimmt und es in der Fachrichtung "Baumschule" in Bayern und Nordrhein-Westfalen in der Ausbildung seit kurzem die Möglichkeit der Schwerpunktbildung "Verkauf und Beratung" (sogenannter Verkaufsgärtner) gibt (<http://de.wikipedia.org/wiki/Baumschule>), kön-

nen in dieser Form in einem "Rheinpark-Center" "Dienstleistungen von Baumschulen" angeboten und erbracht werden. Die "Düngemittelverteilung und Verteilung anderer chemischer Produkte für die Landwirtschaft [aus der Luft oder nicht]" kann auch von einem "Rheinpark-Center" ausgehen, indem von dort Fahrzeuge, z. B. Düngestreuer, losfahren oder Agrarflugzeuge mit Düngemitteln starten.

Bei sämtlichen beanspruchten Dienstleistungen ist der Ort ihrer Erbringung von besonderem Interesse, weil dem Durchschnittsverbraucher an einer problemlosen und zeitsparenden Versorgung gelegen ist, was den Anbieter zu einer entsprechenden beschreibenden Hervorhebung eines günstig gelegenen Standorts veranlasst (vgl. bei Handelsdienstleistungen im Lebensmittelbereich: BPatG GRUR 2009, 491, 493 - Vierlinden). Entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin ist daher ein relevantes Freihaltebedürfnis der Allgemeinheit gegeben.

- c) Auch der Umstand, dass das Anmeldezeichen "Rheinpark-Center" lexikalisch nicht nachweisbar ist, ändert nichts an seiner Schutzunfähigkeit für die vorgenannten angemeldeten Dienstleistungen.

Denn auch wenn ein Wortzeichen bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, reicht es aus, dass es in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2003, 58, 59 Rdnr. 21 - Companyline; GRUR 2004, 146, 147 f. Rdnr. 32 - DOUBLEMINT; GRUR 2004, 674, 678 Rdnr. 97 - Postkantoor; GRUR 2004, 680, 681 Rdnr. 38 - BIOMILD); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben

für sich genommen schutzunfähig sind, sofern das Gesamtzeichen nicht infolge einer ungewöhnlichen Veränderung - etwa syntaktischer oder semantischer Art - hinreichend weit von der bloßen Zusammenfügung seiner schutzunfähigen Bestandteile abweicht (EuGH a. a. O. Rdnr. 98 - Postkantoor; a. a. O. Rdnr. 39 f. - BIOMILD; a. a. O. Rdnr. 28 - SAT.2; a. a. O. 230 Rdnr. 29 - BioID; MarkenR 2007, 204, 209 Rdnr. 77 f. - CELLTECH).

Die Bezeichnung "Rheinpark-Center" ist zwar eine sprachliche Neuschöpfung, aber der Verkehr ist daran gewöhnt, im Geschäftsleben ständig mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen lediglich in einprägsamer Form übermittelt werden sollen. Der Durchschnittsverbraucher wird auch bisher noch nicht verwendete, ihm aber gleichwohl verständliche Sachaussagen als solche und nicht als betriebliche Herkunftshinweise auffassen (BPatG 26 W (pat) 90/09 - brand broadcasting m. w. N.). So liegt der Fall auch bei der hier angemeldeten, nicht besonders ungewöhnlich gebildeten Wortkombination.

- d) Der Annahme einer beschreibenden Angabe steht auch nicht entgegen, dass das angemeldete Wortzeichen eine gewisse Unbestimmtheit dahingehend aufweist, welchen konkreten geographischen Standort das Einkaufszentrum hat. Denn eine beschreibende Benutzung als Sachangebe für die Waren und Dienstleistungen setzt nicht voraus, dass die Bezeichnung feste begriffliche Konturen erlangt und sich eine einhellige Auffassung zum Sinngehalt herausgebildet hat. Von einem die Waren oder Dienstleistungen beschreibenden Begriff kann auch auszugehen sein, wenn das Markenwort verschiedene Bedeutungen hat oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Waren oder Dienstleistungen beschreibt (BGH GRUR 2008, 900, 901 Rdnr. 15 - SPA II; GRUR 2000, 882 f. - Bücher für eine bessere Welt). Der Umstand, dass der genaue

Standort unklar bleibt, so dass das Anmeldezeichen nur eine allgemeine Angabe über den Erbringungsort der beanspruchten Dienstleistungen enthält, bestätigt vielmehr das Freihaltebedürfnis zugunsten von Mitbewerbern, denen es möglich bleiben muss, unter der verfahrensgenständlichen Bezeichnung ein Einkaufszentrum in einem Park oder einer parkähnlichen Umgebung an dem mehr als 1.000 km langen Fluss zu betreiben.

- e) Dem Anmeldezeichen fehlt in Bezug auf die vorgenannten Dienstleistungen zudem jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Angesichts des im Vordergrund stehenden, dienstleistungsbezogenen Sinngehalts der angemeldeten Bezeichnung ist davon auszugehen, dass sie die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich als Hinweis auf den Erbringungsort der beanspruchten Dienstleistungen auffassen werden, nicht aber als unternehmensbezogenen Herkunftshinweis. Damit verfügt sie nicht über die Eignung, für die angesprochenen Verkehrskreise die Ursprungsidentität der fraglichen Dienstleistungen zu garantieren. Bei dieser Sachlage widerspricht es dem im Rahmen des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu berücksichtigenden Allgemeininteresse, die Marke der ungehinderten Verwendung durch die Allgemeinheit dauerhaft zu entziehen.

3. Die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG können auch nicht gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG durch Verkehrsdurchsetzung überwunden werden. Die Bestimmung des § 8 Abs. 3 MarkenG erfordert, dass sich eine zur Eintragung angemeldete Marke infolge ihrer Benutzung für die mit ihr beanspruchten Dienstleistungen in einem erheblichen Teil der beteiligten Verkehrskreise durchgesetzt hat. Als im Rechtssinne erheblich ist es dabei anzusehen, wenn die Mehrheit der angesprochenen Verkehrskreise in der Mar-

ke nicht mehr nur eine nicht unterscheidungskräftige Sach- oder sonstige Angabe, sondern einen auf ein bestimmtes Unternehmen bezogenen kennzeichnenden Herkunftshinweis sieht (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 727 Rdnr. 52 - Chiemsee; GRUR 2002, 804, 808 Rdnr. 65 - Philips; BGH GRUR 2001, 1042, 1043 - REICH UND SCHOEN; GRUR 2006, 760, 762 - LOTTO; BPatG GRUR 2005, 337, 341 f. - VISAGE). Es ist daher eine schlüssige und durch entsprechendes Tatsachenmaterial belegte Darlegung erforderlich, dass die Marke infolge ihrer Benutzung für die beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen von den beteiligten Verkehrskreisen oder zumindest einem erheblichen Teil dieser Kreise im gesamten Bundesgebiet wahrscheinlich als von einem Unternehmen stammend erkannt wird (Fezer/Grabrucker, Handbuch der Markenpraxis, Band I, Markenverfahrensrecht, 1. Teil, 2. Kap., Rdnr. 509). Dies setzt Angaben voraus, aus denen sich ergibt, von wem in welcher Form für welche Waren und/oder Dienstleistungen in welchem Gebiet und Umfang sowie seit wann die angemeldete Bezeichnung im Verkehr nach Art einer Marke eingesetzt worden ist. Hierfür geeignete Belege sind insbesondere Kataloge, Preislisten, Werbematerial (unter Angabe der jeweiligen Auflagenzahl) sowie Angaben zu den getätigten Werbeaufwendungen und zu den bisher erzielten Umsätzen (Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rn. 432). Diesen Anforderungen ist die Beschwerdeführerin trotz entsprechenden Hinweises des Senats nicht hinreichend nachgekommen.

Der Umstand, dass bei Eingabe des angemeldeten Zeichens in die Internet-Suchmaschine "Google" sich die ersten ... Einträge nahezu ausschließlich mit dem Einkaufszentrum der Anmelderin befassen, reicht zur Darlegung einer Verkehrsdurchsetzung genauso wenig aus wie die vier von ihr überreichten Presseberichte, nämlich der Artikel "Rheinpark-Center Neuss: Nachtschicht vor Neueröffnung" in der Westdeutschen Zeitung (WZ) vom 17. Februar 2010 (Anlagenkonvolut 1, Bl. 90 GA) sowie die Online-Artikel in den Immobilien-Pressemitteilungen vom 17. Februar 2010 mit dem Titel "Rheinpark-Center in Neuss eröffnet ersten Bauabschnitt" unter

pro24.eu (Anlagenkonvolut 1, Bl. 92 GA), in der Meldung vom 18. Februar 2010 mit der Überschrift "Neueröffnung im Rheinparkcenter Neuss" unter www.neuss.barrigue.de (Anlagenkonvolut 1, Bl. 91 GA) und in dem mit "Düsseldorfer Einzelhandel in Sorge - Neusser Rheinpark-Center wird gebaut" überschriebenen Artikel vom 4. Februar 2008 unter www.rp-online.de (Anlagenkonvolut 1, Bl. 93 GA). Auch die belegte Mitteilung der Anmelderin, dass sie im Jahre 2010 Werbeaufwendungen von mehr als ... € getätigt habe, ist für sich allein unzureichend. Denn es fehlen Angaben dazu, in welcher konkreten Form, für welche Waren und/oder Dienstleistungen sowie in welchem Verbreitungsgebiet das angemeldete Zeichen nach Art einer Marke eingesetzt worden ist. Ohne die weitere Vorlage von Katalogen, Preislisten, Werbematerial und die Mitteilung von Umsatzzahlen oder zumindest des Umfangs der unter der Bezeichnung "Rheinpark-Center" durchgeführten einschlägigen Aufträge lassen das Internetergebnis, die Pressemitteilungen und der in 2010 getätigte Werbeaufwand keine Rückschlüsse auf den Durchsetzungsgrad des Anmeldezeichens zu. Ein demoskopisches Gutachten wurde ebenfalls nicht vorgelegt.

4. Soweit sich die Beschwerdeführerin auf Voreintragungen beruft, sind diese entweder bereits wieder gelöscht oder nicht vergleichbar, so dass sie nichts an der fehlenden Schutzfähigkeit des vorliegend zu beurteilenden Anmeldezeichens ändern.

Zwar kann eine uneinheitliche Entscheidungspraxis des DPMA, die dazu führt, dass in einer nicht unerheblichen Zahl von Fällen wesentlich gleiche Sachverhalte ohne nachvollziehbaren Grund ungleich behandelt worden sind, grundsätzlich eine Verletzung des allgemeinen Gleichheitsgrundsatzes nach Art. 3 GG darstellen. Dies setzt aber voraus, dass sich die bisherige Amtspraxis als willkürlich herausstellt und nicht erkennen lässt, welche der vorangegangenen Entscheidungen rechtmäßig und welche rechtswidrig waren (BPatG 29 W (pat) 43/04 - juris Tz. 15 - print 24). Allein aus einer oder

wenigen vorangegangenen Entscheidungen lässt sich jedoch noch nicht der Vorwurf einer willkürlichen Ungleichbehandlung ableiten, zumal es sich um rechtswidrig vorgenommene Eintragungen oder Eintragungen vor Eintritt einer Richtlinien- oder Rechtsprechungsänderung handeln kann. Niemand kann sich auf eine fehlerhafte Rechtsanwendung zugunsten eines anderen berufen, um eine identische Entscheidung zu erlangen (EuGH GRUR 2009, 667, 668 Rdnr. 18 - Volks.Handy, Volks.Camcorder, Volks.Kredit und SCHWABENPOST). Für die erforderliche Bereinigung des Markenregisters sieht das Gesetz das Lösungsverfahren vor, das von jedermann eingeleitet werden kann.

Die für vergleichbare Dienstleistungen eingetragenen Wortmarken "ParkCenter" (39637429), "RHEINPARK" (39937534) und die Wort-/Bildmarke "RHEINCENTER EMMERICH" (39872512) sind bereits wieder gelöscht und können daher nicht berücksichtigt werden. Entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin ist dabei unerheblich, aus welchem Grund diese Löschung erfolgt ist. Den Wortmarken "Ruhr-Park" (30139016) und "Rheinpark" (HABM 001443167) fehlt der für den Vergleich entscheidende Zusatz "Center", "Zentrum" oder "Einkaufszentrum". Hinzu kommt, dass die am 27. Februar 2001 erfolgte Eintragung der Gemeinschaftsmarke "Rheinpark" schon zu lange zurückliegt und ihre Schutzfrist bereits am 29. Dezember 2009 abgelaufen ist.

Die für vergleichbare Dienstleistungen eingetragenen Wort-/Bildmarken "Limbecker Platz Essen" (302008065771), "Düsseldorf Arcaden" (30242174) und "RHEIN ARCADEN WEIL AM RHEIN" (302008049485) unterscheiden sich sowohl begrifflich als auch aufgrund ihrer besonderen graphischen Ausgestaltung von dem hier angemeldeten Wortzeichen. Letzteres gilt auch für die Wort-/Bildmarke "MÄRKISCHES ZENTRUM" (30259989).

Die Graphik der für vergleichbare Dienstleistungen eingetragenen Wort-/Bildmarken "Cladow Center" (30319888), "RHEIN CENTER" (30715592), "ROT-

MAIN-CENTER BAYREUTH" (30676046), "LEINE CENTER" (30715588) und "RHEIN NECKAR ZENTRUM" (30715593) bildet auch hier den entscheidenden Unterschied zu dem verfahrensgegenständlichen Wortzeichen.

Selbst wenn man aber die Graphik der fünf vorgenannten Wort-/Bildmarken wegen ihrer Einfachheit und Werbeüblichkeit zur ausschließlichen Begründung der Schutzfähigkeit für unzureichend hielte, läge die am 10. Dezember 2003 erfolgte Eintragung der Wort-/Bildmarke "Cladow Center" schon zu weit zurück und bei den vier anderen handelte es sich nur um einige rechtswidrig im September 2007 erfolgte Eintragungen, die den Vorwurf einer willkürlichen Ungleichbehandlung nicht rechtfertigen könnten.

5. Entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin hat sich die Markenstelle in der Begründung des angefochtenen Beschlusses mit allen von ihr genannten Voreintragungen, soweit sie noch nicht gelöscht waren, auseinandergesetzt, so dass kein Verfahrensfehler festgestellt werden kann.
6. Die Rechtsbeschwerde wird gemäß § 83 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zugelassen. Dem Senat ist aus anderen bei ihm anhängigen Verfahren bekannt, dass es inzwischen einzelne Betreibergesellschaften gibt, wie z. B. die E... G.m.b.H. & Co. KG, welche bundesweit eine Vielzahl von Einkaufszentren betreiben, so dass bei dem von den Betreiberdienstleistungen angesprochenen Fachverkehr der Eindruck entstehen könnte, dass ein bestimmtes Unternehmen dahinter steht, so dass Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG gegeben sein könnte. Es bedarf daher einer grundsätzlichen, höchstrichterlichen Klärung der Rechtsfrage, in welchem Verhältnis Unterscheidungskraft und Freihaltebedürfnis stehen, wenn es sich bei der angemeldeten Bezeichnung zwar um eine Freihaltebedürftige Angabe handelt, die sich aus einer mehr oder weniger konkreten geographischen Herkunftsangabe und einer Sachangabe zusammensetzt, die aber auf ein bestimmtes Unternehmen hinweist. Ferner weicht die vorliegende Ent-

scheidung von drei Beschlüssen des 27. Senats des Bundespatentgerichts vom 15. September 2009 (27 W (pat) 166/09 - Stadtwerke Dachau), 18. November 2009 (27 W (pat) 139/09, GRUR 2010, 342 f. - German Poker Players Association) und 13. Juli 2010 (27 W (pat) 85/10 - Konstanzer Konzilgespräch) ab (§ 83 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG), in welchen dieser entschieden hat, dass Kombinationen aus einer Ortsangabe und den Sachbegriffen "Stadtwerke" oder "Konzilgespräch" bzw. ein aus einem geographischen Wirkungsfeld und einem Sachgebiet zusammengesetzter Verbandsname von den angesprochenen Verkehrskreisen als unterscheidungskräftige und nicht freihaltungsbedürftige betriebliche Herkunftsangaben wahrgenommen würden.

Grabrucker

Dr. Kortbein

Kortge

Hu