



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 96/10

(Aktenzeichen)

Verkündet am
30. Juni 2011

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 30 2008 019 919

(Löschungsverfahren S 112/10)

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 30. Juni 2011 unter Mitwirkung der Richterin Winter als Vorsitzende sowie der Richterinnen Bayer und Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde der Antragsgegnerin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

RUHWALD

ist für die Dienstleistungen

"Urnenbestattungen im Wald"

am 26. März 2008 angemeldet und am 23. Mai 2008 unter der Nummer 30 2008 019 919 in das Markenregister eingetragen worden.

Der Antragsteller hat am 1. April 2010 Löschung gem. § 50 Abs. 1 i. V. m. § 8 MarkenG beantragt.

Er hat zur Begründung im Wesentlichen ausgeführt, das Zeichen "Ruhwald" sei entgegen § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG eingetragen worden. Es bestehe ausschließlich aus Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art oder der Merkmale der Dienstleistung dienen, zudem fehle es dem Begriff "Ruhwald" an jeglicher Unterscheidungskraft. Es handle sich um eine gebräuchliche Bezeichnung für die Bestattungsform unter Bäumen in einem Waldgelände und damit um eine unmittelbar beschreibende Angabe für die beanspruchte Dienstleistung.

Die Antragsgegnerin hat dem Löschungsantrag rechtzeitig widersprochen mit der Begründung, der Begriff "Ruhwald" sei keine gebräuchliche Bezeichnung und auch nicht zur beschreibenden Verwendung geeignet.

Die Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Löschung angeordnet, da der Registrierung der Marke bereits zum Eintragungszeitpunkt die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegengestanden hätten und diese Schutzhindernisse auch im Zeitpunkt der Entscheidung über den Löschungsantrag fortbeständen. Der Begriff "Ruhwald" sei geeignet, den Ort zu bezeichnen, an dem Urnenbestattungen im Wald stattfänden. Er füge sich damit in eine Reihe von Bezeichnungen für Begräbnisstätten ein, die für die seit einigen Jahren möglichen Naturbestattungen bzw. Baumbestattungen verwendet würden. So ließen sich die Begriffe Friedpark, Ruhehain, Ruhebaum, Ruheforst, Friedwald, Begräbniswald, Bestattungswald, Ruheberg, Ruh-Wald, Letzte-Ruhe-Wald, Ruhewald in diesem Zusammenhang bereits ermitteln. Auch das Bundespatentgericht habe in einer Entscheidung vom 30. April 2009 (vgl. 30 W (pat) 61/08 - Chiemgauer Ruhewald) die Bezeichnung "Ruhewald" als gebräuchliche Angabe für eine Bestattungsform unter Bäumen in einem Waldgelände eingestuft. In einer weiteren Entscheidung vom 9. Juli 2009 (vgl. 30 W (pat) 14/08 - Ruheberg) habe das Bundespatentgericht diese markenrechtliche Beurteilung bestätigt und die Bezeichnung "Ruheberg" als beschreibende Angabe für die Dienstleistungen "Bestattungen, insbesondere Urnenbestattungen in der Natur" angesehen. Der Umstand, dass bei der hier zu beurteilenden Marke nicht das Wort "Ruhe", sondern

die Form "Ruh" mit dem Bestandteil "-wald" kombiniere, nehme dem Markенwort nicht die Eignung, zur Beschreibung zu dienen, zumal aus der Literatur die hier gewählte Form geläufig sei ("über allen Wipfeln ist Ruh").

Hiergegen hat die Antragsgegnerin Beschwerde eingelegt und im Wesentlichen begründend ausgeführt, die Marke sei keine unmittelbar merkmalsbeschreibende Angabe. Zum künftigen Freihaltebedürfnis sei im Beschluss keine Begründung bzw. Zukunftsprognose abgegeben worden. Die Bezeichnung "Ruhwald" werde nicht zur Beschreibung verwendet; hinsichtlich der Abwandlung "Ruhewald", die Gegenstand der Entscheidung "Chiemgauer Ruhewald" des Bundespatentgerichts gewesen sei, seien keine Verwendungsnachweise genannt. Bei der Bezugnahme auf die Entscheidung "Ruheberg" des Bundespatentgerichts fehle es an der erforderlichen Begründung. Bei der angemeldeten Bezeichnung handle es sich um eine Wortneuschöpfung und einen Phantasiebegriff, der keinen Bezug zu Urnenbestattungen aufweise. Die Markenabteilung habe eine unzulässige ex-post Betrachtung angestellt. Die Marke habe zum Zeitpunkt der Eintragung über Unterscheidungskraft verfügt.

Die Antragsgegnerin beantragt,

den Beschluss der Markenabteilung vom 14. Oktober 2010 aufzuheben und den Löschungsantrag zurückzuweisen.

Der Antragssteller beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Der Antragsteller trägt hierzu im Wesentlichen vor, die Bezeichnung "Ruhwald" sei zur Beschreibung geeignet; es werde Bezug genommen auf den Ausdruck "in Frieden ruhen". Ein Unterschied zwischen "Ruh" und "Ruhe" bestehe bei Wortverbindungen nicht, so dass auf die Entscheidung "Ruhewald" Bezug genommen

werden könne. Der beschreibenden Angabe fehle die erforderliche Unterscheidungskraft. Der Begriff "Ruhwald" sei schon vor dem Anmeldezeitpunkt gebräuchlich gewesen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten und das der Antragsgegnerin übersandte Ergebnis der Internetrecherche Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Antragsgegnerin ist in der Sache ohne Erfolg. Auf den Löschungsantrag, dem die Antragsgegnerin gemäß § 54 Abs. 2 Satz 3 MarkenG rechtzeitig widersprochen hat, ist die Eintragung der Marke zu Recht gelöscht worden, da sie entgegen § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG (§ 50 Abs. 1 und 2 MarkenG) eingetragen worden ist. Dieses Schutzhindernis besteht auch noch gegenwärtig fort (§ 50 Abs. 2 Satz 1 MarkenG).

Die eingetragene Marke war und ist gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, weil ihr für die geschützten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion einer Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren bzw. 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. EuGH GRUR 2010, 228 Rn. 33 - Audi (Vorsprung durch Technik); GRUR 2006, 220 Rn. 27 - BioID; BGH GRUR 2010, 935 Rn. 8 - Die Vision; GRUR 2010, 138 Rn. 23 - ROCHER-Kugel; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006; MarkenR 2004, 39 - City Service). Die Unterscheidungskraft einer Marke ist

dabei zum einen in Bezug auf die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise zu beurteilen, die sich aus den normal informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchern dieser Waren oder Durchschnittsempfängern dieser Dienstleistungen zusammensetzen (vgl. EuGH GRUR 2008, 608 - EUROHYPO; MarkenR 2004, 99 - Postkantoor; BGH GRUR 2009, 411 - STREETBALL).

Nach ständiger Rechtsprechung des BGH sind Wortmarken nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft von der Eintragung ausgeschlossen, wenn ihnen entweder ein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden kann (BGH GRUR 2005, 417, 418 - Berlin Card; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch) oder wenn es sich um Angaben handelt, 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 (vgl. BGH GRUR 2010, 1100 Rn. 23 - TOOOR!; GRUR 2009, 411 Rn. 9 - STREETBALL; GRUR 2006, 850 Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 1998, 465, 468 - Bonus). Weiter fehlt solchen Angaben die erforderliche Unterscheidungskraft, bei denen es sich um ein geläufiges und alltägliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027 Rn. 38 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2001, 735 - Test it; a. a. O. - City Service).

Bei der Prüfung ist nach der Rechtsprechung des BGH von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d. h. jede noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch). Allerdings darf die Prüfung dabei nicht auf ein Mindestmaß beschränkt

werden, sondern sie muss vielmehr gründlich und vollständig ausfallen (vgl. EuGH WRP 2003, 735 - Libertel-Orange; a. a. O. - Postkantoor).

Nach diesen Grundsätzen erfüllt die eingetragene Wortmarke selbst diese geringen Anforderungen nicht, da sie eine Sachaussage beinhaltet, die sich ausschließlich in der Beschreibung der maßgeblichen Waren und Dienstleistungen erschöpft (vgl. BGH a. a. O. – marktfrisch).

Der Markenbestandteil "Ruh" ist die verkürzte Form des Wortes "Ruhe". Entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin handelt es sich dabei um eine allgemein bekannte und übliche Kurzform, die sich - wie die Markenabteilung zutreffend festgestellt hat - schon in "Wandrer's Nachtlid" von Goethe findet ebenso wie im Text des bekanntesten Weihnachtsliedes der Welt (Stille Nacht, ...Schlafe in himmlischer Ruh!). Das Wort "Ruhe" bedeutet "Stille" und wird mit den Worten "die ewige Ruhe finden" als Umschreibung für das Wort "Sterben" verwendet. Entsprechend der Umschreibung "zur letzten Ruhe betten" für das Wort "beerdigen" bezeichnet die "letzte Ruhestätte" die Grabstätte bzw. den Ort des Grabes (vgl. Duden - Universalwörterbuch, 6. Aufl., Mannheim 2006 - CD-ROM). Das Wort "Wald" bedeutet "größere, dicht mit Bäumen bestandene Fläche" (vgl. Duden a. a. O.). Die Zusammensetzung "RUHWALD" bezeichnet daher ebenso wie vergleichbare Zusammensetzungen "Beisetzungswald, Friedwald, Begräbniswald" eine Begräbnisstätte im Wald. Wie aus dem der Antragsgegnerin übersandten Ergebnis der Internetrecherche ersichtlich, war dem Verkehr bereits vor dem Anmeldezeitpunkt im Zusammenhang mit alternativen Bestattungsformen und Begräbnisstätten im Wald bzw. der Errichtung eines Beisetzungswaldes das Wort "Ruhwald" bzw. "Ruhewald" geläufig (vgl. u. a. "Ratgeber der Hamburger Friedhöfe - Grab und Bestattung", 7. Aufl., September 2007: "Grabstätten speziell für Urnenbeisetzungen ...Ohlsdorfer Ruhewald" unter www.friedhof-hamburg.de sowie "Friedhofssatzung für den Ruhwald Aerzen" im Amtsblatt für den Landkreis Hameln-Pyrmont Nr. 24/2007 vom 20.12.2007: "§ 1 ... für die Errichtung und den Betrieb eines

kommunalen Friedhofes in der Form der Naturwaldbestattung (sog. Ruhwald)..." unter [www. hameln-pyrmont.de](http://www.hameln-pyrmont.de)).

Wie die Markenabteilung zutreffend festgestellt hat, werden die angesprochenen Verkehrskreise vor dem Hintergrund dieser gebräuchlichen Verwendung im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen die Bezeichnung "RUHWALD" lediglich als Sachhinweis darauf verstehen, dass die angebotenen Urnenbestattungen im Rahmen einer alternativen Bestattungsform in einem (Natur)Wald erfolgen. Der Verkehr versteht "RUHWALD" daher ohne weiteres und ohne analytische Zwischenschritte als unmittelbar beschreibenden Hinweis auf Art und Erbringungsort der beanspruchten Dienstleistungen, nicht hingegen als Marke.

Wegen des in Bezug auf die eingetragenen Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschriebenen Begriffsgehalts ist die Marke "RUHWALD" jedenfalls entgegen § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG eingetragen worden. Dieses Schutzhindernis besteht im Zeitpunkt der Entscheidung unverändert fort.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass § 71 Abs. 1 MarkenG.

Winter

Bayer

Hartlieb

Hu