



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 50/11

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

### **betreffend die Markenmeldung 307 44 727.8**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. Juli 2012 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, der Richterin Winter und des Richters am Amtsgericht Backes

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I.

Zur Eintragung als Wort-/Bildmarke angemeldet ist das Zeichen



für die Dienstleistungen:

„Dienstleistungen eines Rehabilitationszentrums, medizinische Dienstleistungen, Gesundheitspflege“.

Die Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit zwei Beschlüssen - einer davon im Erinnerungsverfahren ergangen - wegen fehlender Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Der Bestandteil „Reha“ stelle eine allgemein geläufige Kurzform für „Rehabilitation“ dar, der medizinischen und pflegerischen Versorgung zur Wiederherstellung der Gesundheit. Das Wort „compact“, das dem Grundwortschatz des Englischen entstamme, werde wegen der Ähnlichkeit zum entsprechenden deutschen Begriff „kompakt“, das für „konzentriert“ oder auch für „das Wesentliche zusammenfügend“ stehe, auch in diesem Sinne verstanden, zumal es dem bereits beschreibend benutzten Begriff „Kompakt-Reha“ sehr nahe komme. In Verbindung

mit den gängigen Worten „ambulant“ und „Rehabilitationszentrum“ werde das angemeldete Zeichen in seiner Gesamtheit von den relevanten Verkehrskreisen lediglich als Hinweis darauf verstanden, dass Rehabilitationsdienstleistungen - auch als „medizinische Dienstleistungen“ und „Gesundheitspflege“, die als Oberbegriff Rehabilitationsdienstleistungen beinhalten könnten - in konzentrierter, kompakter Form nichtstationär in einem speziell für Rehabilitationsmaßnahmen ausgestatteten Zentrum erbracht würden und zum Ziel hätten, durch einen im Vergleich zu einer normalen Reha deutlich gestrafften Zeitplan eine möglichst rasche Wiedereingliederung in den Beruf zu erreichen. Die Kompaktheit könne dabei sowohl im kürzeren zeitlichen Ablauf, in der optimalen Abstimmung der einzelnen Behandlungsschritte aufeinander oder auch in beidem gleichzeitig liegen. Die grafische Ausgestaltung der angegriffenen Marke sei nicht geeignet, ihr das notwendige Maß an Unterscheidungskraft zu verleihen.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Eine Begründung der Beschwerde ist nicht zu den Akten gelangt. Im Verfahren vor dem Patentamt hat sie mit näheren Ausführungen die angemeldete Wort-/Bildmarke in ihrer Gesamtheit für schutzfähig erachtet, da es sich um eine lexikalisch nicht nachweisbare Wortneuschöpfung handele. Einer zeitlich reduzierten „Kompakt-Reha“ sei ihr Angebot nicht vergleichbar, da sie verschiedene Therapieformen unter einem Dach anbiete, nicht aber eine zeitlich reduzierte „Kompakt-Reha“. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen läge auch deshalb keine beschreibende Angabe vor, weil das Spektrum medizinischer Dienstleistungen und der Gesundheitspflege weit größer sei, als der begrenzte Bereich der Rehabilitationsdienstleistungen. Insbesondere werde die Schutzfähigkeit durch die grafische Gestaltung begründet; dabei handele es sich nicht lediglich um Zierrat oder Ausschmückung, sondern um ein sinnhaftes graphisches Gestaltungselement, das die Bestandteile „RehaCompact“ und „Ambulantes Rehabilitationszentrum“ in einer Klammer zusammenfasse. Die Marke werde seit 2006 benutzt und von den angesprochenen Verkehrskreisen aufgrund der graphischen Ausgestaltung als Unterscheidungsmittel aufgefasst.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache nicht begründet. Die angemeldete Marke ist nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen; die Markenstelle hat die Anmeldung damit zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR 2008, 608, 611 Rn. 66f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2010, 825, 826 Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2010, 935 Rn. 8 - Die Vision; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren bzw. Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235 Rn. 45 - Standbeutel; GRUR 2006, 229, 230 Rn. 27 - BioID; GRUR 2008, 608, 611 Rn. 66 - EUROHYPO; BGH GRUR 2008, 710 Rn. 12 - VISAGE; GRUR 2009, 949 Rn. 10 - My World; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard).

Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2010, 825, 826 Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2009, 411 Rn. 8 - STREETBALL;

GRUR 2009, 778, 779 Rn. 11 - Willkommen im Leben; GRUR 2009, 949 f. Rn. 10 - My World; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren und Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers bzw. -abnehmers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 412 Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944 Rn. 24 - SAT.2; BGH GRUR 2010, 935 Rn. 8 - Die Vision; GRUR 2010, 825, 826 Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 - 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. EuGH GRUR 2004, 428, 431 Rn. 53 - Henkel; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; MarkenR 2000, 420, 421 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Ausgehend hiervon besitzen Wortmarken bzw. die Wortbestandteile von Wort-/Bildmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 Rn. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2012, 270, 271 Rn. 11 - Link economy; GRUR 2009, 952, 953 Rn. 10 - DeutschlandCard; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - antiKALK) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen 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 2006, 850, 854 Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003,

1050, 1051 - Cityservice; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten).

Bei einer Wort-/Bildmarke - wie vorliegend angemeldet - ist wie bei anderen aus mehreren Elementen zusammengesetzten Marken bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft von der Gesamtheit der Marke auszugehen. Dabei hat sich die Prüfung darauf zu erstrecken, ob die Marke als solche, jedenfalls mit einem ihrer Elemente, den Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt (vgl. BGH GRUR 1991, 136, 137 - NEW MAN; GRUR 2001, 162, 163 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION; GRUR 2001, 1153 - antiKALK). Hinsichtlich der bildlichen Ausgestaltung einer Wort-/Bildmarke gilt ferner, dass der Marke - unbeschadet der gegebenenfalls fehlenden Unterscheidungskraft der Wortelemente - als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden kann, wenn die grafischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (vgl. BGH GRUR 1991, 136, 137 - NEW MAN; GRUR 2001, 1153 - antiKALK), wobei an die Ausgestaltung aber um so größere Anforderungen zu stellen sind, je kennzeichnungsschwächer die fragliche Angabe ist (vgl. auch BPatG GRUR 1996, 410, 411 - Color COLLECTION). Erforderlich ist eine den schutzunfähigen Charakter der übrigen Markenteile aufhebende, kennzeichnungskräftige Verfremdung im Gesamteindruck der Marke (vgl. auch EuGH GRUR Int. 2005, 1012, 1017 Rn. 73, 74 - BioID). Dabei vermögen einfache geometrische Formen, bloße Verzierungen oder beschreibende Bildzeichen, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, keine Unterscheidungskraft zu begründen (BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK).

2. Nach diesen Grundsätzen fehlt dem zur Eintragung in das Markenregister angemeldeten Zeichen jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Das Zeichen ist im Wortbestand gebildet aus „Reha“, „Compact“ und „Ambulantes Rehabilitationszentrum“. „Reha“ ist, wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, die allgemein gebräuchliche Kurzform des Wortes „Rehabilitation“ (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 7. Aufl., S. 1431). „Rehabilitation“ bezeichnet die Gesamtheit aller Maßnahmen medizinischer, schulisch-pädagogischer, beruflicher und sozialer Art, um chronisch Kranken oder Behinderten die bestmöglichen körperlichen, seelischen und sozialen Bedingungen zu schaffen; dazu werden medizinische und therapeutische Maßnahmen eingesetzt, wie Diagnostik, interdisziplinäre Behandlung, Physiotherapie, Schmerztherapie, Psychotherapie, Hilfsmittelversorgung, Diätetik oder Schulung/Umschulung (vgl. Roche Lexikon Medizin, 5. Aufl., S. 1576).

Das Wort „kompakt“ bedeutet „gedrängt, verdichtet, kurz gefasst“ (vgl. Brockhaus, Enzyklopädie, 21. Aufl., Band 15, S. 370); die Schreibweise mit „C/c“ statt „K/k“ stellt hierbei keine Besonderheit dar; sie entspricht lediglich dem lateinischen Ursprung des Wortes „kompakt“ von „compactus“ (vgl. Duden, a. a. O., S. 1023). Derart geringfügige Abwandlungen bleiben entweder unbemerkt (vgl. BGH GRUR 2003, 882, 883 - Lichtenstein) oder werden als werbeüblich ohne eigenständigen individualisierenden Gehalt eingestuft und stehen dem Verständnis nicht entgegen.

Das Wort „Rehabilitationszentrum“ ist die gebräuchliche Bezeichnung für eine der Rehabilitation dienende, zentrale Einrichtung, in der Leistungen zur Rehabilitation erbracht werden, die der gesundheitlichen Wiederherstellung und Wiedererlangung verloren gegangener körperlicher Funktionen und Fähigkeiten dienen (vgl. Brockhaus, a. a. O., Band 22, S. 710; Duden a. a. O. S. 1431). Das Adjektiv „ambulant“ bezeichnet im medizinischen Bereich eine nicht an eine Krankenhausaufnahme gebundene Behandlung (Duden, a. a. O., S. 134).

Die Markenstelle ist daher zutreffend davon ausgegangen, dass der angesprochene Verkehr - Fachkreise und interessierte Laien - die Marke in ihrer Gesamtheit ohne weiteres in dem Sinn verstehen wird, dass die beanspruchten Dienstleistungen in gedrängter Form ambulant in einer speziell für Rehabilitationsmaßnahmen ausgestatteten zentralen Einrichtung erbracht werden. Entgegen der Auffassung der Anmelderin ergibt sich diese Bedeutung aus der Beurteilung des Wortbestands der Anmeldung in der Gesamtheit. Dies schließt aber nicht die Prüfung der einzelnen Markenteile aus (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rn. 146 m. w. N.). Dass das Wort „Compact“ nicht eindeutig eine Sachinformation vermittelt, sondern in zeitlicher oder organisatorischer Hinsicht verstanden werden könnte, wie von der Markenstelle ausgeführt, oder, wie die Anmelderin vorträgt, sich darauf bezieht, dass ihr Angebot „unter einem Dach“ erfolgt, führt nicht vom Eindruck einer beschreibenden Angabe weg. Auch allgemeine Angaben können als Sachinformation verstanden werden, insbesondere wenn sie sich auf umfängliche und übergreifende Sachverhalte beziehen, um etwa einen möglichst weiten Bereich (waren- oder) dienstleistungsbezogener Eigenschaften, Vorteile oder Leistungsinhalte zu erfassen (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8 Rn. 107; 112 m. w. N.). Das ist für das genannte, eine Rehabilitation umfassende Leistungsangebot einer entsprechenden Einrichtung charakteristisch.

Bei diesem Verständnis ergibt die Anmeldung einen im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht unterscheidungskräftigen Sachhinweis auf die Art der beanspruchten Dienstleistungen, die von der in der Marke bezeichneten Einrichtung angeboten oder erbracht werden und zu deren typischem Tätigkeitsgebiet gehören, was die beanspruchten „Dienstleistungen eines Rehabilitationszentrums“ anbetrifft. „Medizinische Dienstleistungen, Gesundheitspflege“ können ebenfalls zum Angebot einer derartigen Einrichtung gehören, da eine umfassende medizinische und gesundheitliche Betreuung sich über den üblichen Diagnose-, Behandlungs- und Betreuungsbereich hinaus auch auf das Gebiet Rehabilitation erstrecken kann, wie auch beansprucht. Entgegen der Auffassung der Anmelderin ist die Eintragung eines angemeldeten Zeichens bereits dann für den beanspruchten Ober-

begriff ausgeschlossen, wenn sich auch nur für eine spezielle, hierunter fallende Dienstleistung ein Eintragungshindernis ergibt (vgl. BGH WRP 2002, 91, 93-94 - AC; GRUR 2011, 65 Rn. 26 - Buchstabe T mit Strich).

Die grafische Ausgestaltung bewegt sich entgegen der Ansicht der Anmelderin im Rahmen des Werbeüblichen und vermag das Schutzhindernis nicht auszuräumen. Ein schutzbegründender „Überschuss“ kann zwar - wie oben ausgeführt - durch eine besondere bildliche Ausgestaltung schutzunfähiger Wortbestandteile erreicht werden. Das ist hier aber nicht der Fall. Die innerhalb eines schwarzen Rechtecks in der Farbe weiß wiedergegebenen Worte, der Fettdruck des Wortes „Reha“, das schräg laufende Schriftbild des Wortes „Compact“ sowie die in kleiner Schrift dargestellte Bezeichnung „Ambulantes Rehabilitationszentrum“ in der Zeile unterhalb der beiden anderen Worte liegen im Rahmen des Werbeüblichen; die beiden Bögen, in die die vier Wortbestandteile eingefügt sind, dienen lediglich als Blickfang und unterstreichen bildlich die Zusammengehörigkeit der Worte, entfalten daneben aber keine eigene schutzbegründende Wirkung. Da die Anmeldung im Wortbestand deutlich beschreibend ist, vermögen die genannten werbeüblichen Grafikelemente - auch in ihrer Kombination - nicht den Schutz des beanspruchten Zeichens zu begründen, da sie weder einzeln noch in ihrer Summe eine eigenständige Bedeutung erlangen und damit nicht von der beschreibenden Sachausgabe wegführen können. Der Verkehr nimmt die angemeldete Marke als Gesamtheit wahr, in der die genannte beschreibende Angabe so im Vordergrund steht, dass der bildlichen Gestaltung daneben keine über das Werbeübliche hinausgehende Besonderheit beigemessen wird (vgl. BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK; BGH GRUR 2009, 954, 955 Rn. 15 - Kinder III in Bestätigung von BPatG GRUR 2007, 324 - Kinder schwarz-rot).

3. Die zur Eintragung in das Markenregister angemeldete Marke kann damit ihre Hauptfunktion, nämlich den Verkehrskreisen die Ursprungsidentität der mit der Marke gekennzeichneten Dienstleistungen zu garantieren, nicht erfüllen. Die

angemeldete Marke ist nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

4. Dem von der Anmelderin vorgetragenen Umstand, dass die angemeldete Marke seit 2006 benutzt und von den angesprochenen Verkehrskreisen aufgrund der graphischen Ausgestaltung als Unterscheidungsmittel aufgefasst werde, könnte eine Bedeutung zukommen, wenn zur Überwindung des Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG der Nachweis geführt wird, dass sich die Bezeichnung im Verkehr infolge ihrer Benutzung als Marke für die angemeldeten Dienstleistungen durchgesetzt hat. Diesen Nachweis hat die Anmelderin nicht geführt.

5. Die Beschwerde ist daher zurückzuweisen.

Hacker

Winter

Backes

CI