



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 117/11

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 30 2009 019 457

(hier: Lösungsverfahren S 145/10)

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 12. März 2013 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 31. März 2009 angemeldete und am 13. April 2010 für Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 41 und 44, u. a. für

„Datenträger bzw. Software; Tonträger; Computerprogramme; CDs; DVDs; Datenträger für Computerprogramme; CD-ROMs; Magnetaufzeichnungsträger; Druckereierzeugnisse, insbesondere periodische und nicht periodische Druckereierzeugnisse wie Zeitschriften, Magazine, Zeichnungen, Broschüren, Tagungsberichte, Taschenbücher, Informationsdrucksachen, Kalender, Jahrbücher, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), Fotogra-

fien; Ausbildung, insbesondere Aus- und Fortbildungsberatung, Aus- und Fortbildung (auch Fernkurse, Seminare und Workshops) auch mit Hilfe von Datenträgern oder Datennetzen; Dienstleistungen eines Verlages, ausgenommen Druckerarbeiten; Veröffentlichung von Büchern; Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte) in elektronischer Form, auch im Internet und anderen Datennetzen; Filmproduktion; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen, Kongressen und Symposien, insbesondere für Kommunikationsseminare; Präsentationstrainings; Trainings für Mentaltechniken; Verhandlungstrainings; Teamentwicklung durch Aus- und Fortbildung; Training; Training für Trainer; Veranstaltung und Organisation von Kursen für Stressmanagement; Einzel- und Gruppencoaching für Arbeitsmethodik; medizinische Analysen im Zusammenhang mit der Behandlung von Einzelnen (ausgeschlossen Röntgenaufnahmen und Blutproben), insbesondere therapeutische und ärztliche Versorgung und Betreuung, psychosoziale Betreuung, Gesundheitsberatung, Durchführung von Massagen, Entziehungskuren für Suchtkranke, Dienstleistungen eines Psychologen, ambulante Pflegedienstleistungen, Aromatherapie“

eingetragene Wortmarke 30 2009 019 457

MET-Coach

hat der Antragsteller am 12. Mai 2010 Antrag auf vollständige Löschung gestellt, weil die Marke nicht unterscheidungskräftig und freihaltungsbedürftig sei.

Der Markeninhaber hat dem ihm am 11. Juni 2010 zugestellten Löschungsantrag mit am 11. August 2010 per Telefax beim Deutschen Patent- und Markenamt eingegangenem Schriftsatz vom gleichen Tag widersprochen.

Die Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 22. September 2011 die teilweise Löschung der angegriffenen Marke für die vorgenannten Waren und Dienstleistungen angeordnet und im Übrigen den Löschungsantrag zurückgewiesen.

Zur Begründung ist ausgeführt, dem angemeldeten Zeichen fehle in Bezug auf die zu löschenden Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft, da es insoweit beschreibend sei. „MET“ sei u. a. die Abkürzung für die sog. Meridian-Energie-Technik, wie sich aus den dem Beschluss beigefügten Anlagen ergebe. Darunter sei eine Behandlungsmethode zu verstehen, bei der bestimmte Meridian-Punkte/Energiebahnen am Körper sanft mit dem Finger beklopft würden. Bei der Abkürzung handle es sich um eine Fachabkürzung aus dem medizinisch-therapeutischen Bereich. Das angesprochene Publikum, nämlich Fachleute aus Medizin, Heiltherapeuten, Patienten und Angehörige usw. als auch interessierte und informierte Laien, werde diese Abkürzung als beschreibende Angabe in diesem Sinne erkennen.

Ein coach sei ein Berater, Betreuer oder Trainer. Das ursprünglich aus dem Englischen stammende Wort sei mittlerweile in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen. Das Interesse an alternativen Heilmethoden sei im Laufe der Jahre immer größer geworden. Es sei davon auszugehen, dass der Markenbegriff im Jahr 2010 bereits unmittelbar verständlich gewesen sei. Eine lexikalische Nachweisbarkeit und eine häufige Verwendung eines Begriffs sei für die Bejahung der Schutzunfähigkeit nicht erforderlich. Bei „MET“ handle es sich um eine Abkürzung, deren Sinn sich im Zusammenhang mit den in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen ohne weiteres erschließe, nämlich dass es sich um Waren und Dienstleistungen handle, die mit der Meridian-Energie-Technik im Zusammenhang

stunden und die ein entsprechend geschulter Betreuer oder Berater erbringe bzw. für die Ausübung seiner Tätigkeit benötige. Dies könnten Datenträger und Computerprogramme sein, die ein Befassen mit dieser Technik ermöglichen, Druckereierzeugnisse und Kongresse über diese Thematik, die Ausbildung in dieser Technik, die entsprechenden medizinischen Dienstleistungen usw. Alle zu löschenden Waren und Dienstleistungen könnten einen Bezug zur Meridian-Energie-Technik haben.

Dass der Markeninhaber den Begriff ursprünglich einmal kreiert haben möge, führe nicht zu einer Schutzfähigkeit, da er ohne weiteres im Sinne eines Fachbegriffs aus der Heiltherapie und der Medizin verständlich sei. Selbst wenn ein Begriff auf den Erfinder hinweise, könne er zum Fachbegriff werden und nicht mehr nur von Schülern oder Mitarbeitern des Erfinders benutzt werden, sondern auch von Dritten, die das Prinzip oder die Heilmethode anwendeten wie z. B. Psychoanalyse nach Freud, die Feldenkrais-Methode, Tanztherapie nach Laban, Bewegungstherapie nach Dr. Jacobs, Urschreithherapie nach Janov usw. Im Übrigen werde der Begriff „MET“ bereits auch von Dritten beschreibend für „Meridian-Energie-Technik“ verwendet.

Eine Mehrdeutigkeit sei ebenfalls nicht ersichtlich, da fernliegende Bedeutungen außer Betracht bleiben könnten und Bedeutungen wie die der Metropolitan Opera in New York, der Memory Enhancement Technology, metallic usw. hier eher abwegig seien. Selbst wenn man davon ausgehen würde, dass auch die anderen vom Markeninhaber zitierten Bedeutungen aus dem medizinisch-therapeutischen Bereich in Betracht kämen, so wären diese für die zu löschenden Waren und Dienstleistungen ebenfalls beschreibend, da es auch darüber Datenträger, Druckereierzeugnisse, Kongresse geben könne und eine Ausbildung darin stattfinden könne. Es genüge aber, wenn bereits eine der denkbaren Bedeutungen beschreibend sei.

„MET-Coach“ sei daher beschreibend für Thema, Art und Zweck der zu löschenden Waren und Dienstleistungen. Das Publikum werde in dem Begriff deshalb insoweit keinen Herkunftshinweis sehen. Dem Beschluss beigefügt sind Internetausdrucke, die eine entsprechende Verwendung von „MET“ belegen und ein Wikipediaauszug aus dem sich ergibt, dass die Abkürzung „MET“ u. a. für die „Meridian-Energie-Technik“ stehe, wobei diese Bedeutung als erste der dort aufgezählten Bedeutungsinhalte genannt wird.

Gegen diesen dem Markeninhaber am 4. Oktober 2011 zugestellten Beschluss richtet sich die am 31. Oktober 2011 per Telefax eingegangene Beschwerde des Markeninhabers. Unter Bezugnahme auf sein Vorbringen im Amtsverfahren vertritt der Markeninhaber die Auffassung, die Marke sei unterscheidungskräftig. Die Abkürzung „MET“ sei nicht eindeutig definierbar, sondern könne für eine Vielzahl von Wortzusammensetzungen stehen. Darunter befänden sich nicht nur fernliegende Bedeutungen, sondern auch Begriffe aus dem medizinisch-therapeutischen Bereich, der einen Teil der beanspruchten Dienstleistungen betreffe. Insofern sei die Abkürzung nicht eindeutig definierbar, sondern erwecke allenfalls verschwommene Vorstellungen über den möglichen Sinngehalt. Eine eindeutige Festlegung wäre nur dann möglich, wenn die Abkürzung „MET“ in der Markenbezeichnung erläutert werden würde, beispielsweise durch „MET-Meridian-Energie-Technik-Coach“, was hier jedoch nicht der Fall sei. Ansonsten bleibe es bei einem nicht eindeutig definierbaren Begriff.

Erst recht werde dieser Begriff durch das Bestimmungswort „Coach“ undefinierbar. Ein Coach sei ein Trainer und somit eine Person. Der Gesamtbegriff „MET-Coach“ werde somit lediglich personenbezogen verstanden, jedoch nicht sachbezogen und schon gar nicht als Hinweis auf Dienstleistungen. Die Arbeit eines „Coach“ bestehe darin, in einer intensiven Auseinandersetzung mit einem Klienten, z. B. durch eine spezielle Fragetechnik, seelische Blockaden zu lösen. Insofern werde der Begriff „Coach“ vorwiegend in der Psychotherapie und im Sport verwendet. Im

Zusammenhang mit medizinisch-therapeutischen Behandlungsmethoden sei dieser Begriff eher ungewöhnlich.

Die dem Beschluss beigefügten Internet-Ausdrucke würden keine Verwendung der Marke im Zusammenhang mit den hier maßgeblichen Waren und Dienstleistungen zum Zeitpunkt der Anmeldung und zum Zeitpunkt der Beschlussfassung belegen. Der angesprochene Verbraucherkreis, der sich auch aus dem allgemeinen Durchschnittsverbraucher und nicht nur aus dem medizinisch-geschulten Fachverkehr zusammensetze, werde keinen unmittelbaren Hinweis auf die relevanten Waren und Dienstleistungen erkennen, wenn er der Markenbezeichnung begegne. Zwar sei möglicherweise keines der Einzelelemente als solches schutzfähig, die Kombination sei jedoch für die fraglichen Waren hinreichend individualisierend, so dass diese durchaus als betriebskennzeichnender Herkunftshinweis geeignet sei.

Der Markeninhaber beantragt (sinngemäß),

den Beschluss der Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamts teilweise aufzuheben, soweit darin die teilweise Löschung der Marke 30 2009 019 457 angeordnet worden ist und den Löschungsantrag auch insoweit zurückzuweisen.

Der Antragsteller beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er verteidigt den angegriffenen Beschluss. Das Schutzhindernis habe bereits zum Zeitpunkt der Eintragung bestanden.

II.

Die zulässige Beschwerde des Markeninhabers hat in der Sache keinen Erfolg, weil die Markenabteilung zu Recht die teilweise Löschung der angegriffenen Marke „MET-Coach“ gemäß § 50 Abs. 1 MarkenG angeordnet hat. Deren Eintragung stand das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, welches auch noch im Zeitpunkt der Entscheidung des Senats besteht (§ 50 Abs. 2 Satz 1 MarkenG).

1.

Über die Beschwerde kann ohne mündliche Verhandlung entschieden werden, da der Markeninhaber keinen Antrag auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung gestellt hat und der Senat diese auch nicht für erforderlich hält. Das Bundespatentgericht entscheidet über Beschwerden in Markensachen grundsätzlich im schriftlichen Verfahren (§ 69 MarkenG).

2.

Der Markeninhaber hat auf die ihm am 11. Juni 2010 zugestellte Mitteilung nach § 54 Abs. 2 Satz 1 MarkenG dem zulässigen Löschungsantrag am 11. August 2010 rechtzeitig widersprochen und beantragt, den Löschungsantrag zurückzuweisen.

3.

Die Markenabteilung hat zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt, die teilweise Löschung der angegriffenen Marke wegen fehlender Unterscheidungskraft angeordnet.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung als Unterscheidungsmittel für Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer. Die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten

Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr. EuGH GRUR Int. 2005, 1012, - BioID; BGH GRUR 2006, 850 - FUSSBALL WM 2006). Die Eintragung ist einer Marke wegen fehlender Unterscheidungskraft zu versagen, wenn sie einen beschreibenden Begriffsinhalt aufweist, der für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verbraucher sie als Unterscheidungsmittel versteht (BGH GRUR 2005, 417 - BerlinCard).

Ausgehend von diesen Grundsätzen fehlt der angegriffenen Marke in ihrer Gesamtheit für sämtliche beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft, da sie bezüglich dieser Waren und Dienstleistungen einen im Vordergrund des Verständnisses stehenden beschreibenden Begriffsinhalt hat. Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal diese Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH MarkenR 2003, 450, Rz. 32 - DOUBLEMINT; MarkenR 2004, 99, Rz. 97 - Postkantoor; MarkenR 2004, 111, Rz. 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 ihrer schutzunfähigen Bestandteile abweicht (vgl. EuGH, a. a. O., Postkantoor; a. a. O., BIOMILD).

Entgegen der Auffassung des Markeninhabers fehlt es der Bezeichnung „MET-Coach“ danach an der gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderlichen Unterscheidungskraft.

Die streitgegenständliche Marke setzt sich zusammen aus der Buchstabenkombination „MET“, die u. a. als Abkürzung für den medizinischen Fachbegriff „Meridian-Energie-Technik“ steht, wie die Markenabteilung belegt hat, und dem in den deutschen Sprachschatz eingegangenen zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörenden Wort Coach (= Trainer).

Die Unterscheidungskraft fehlt einer Wortfolge dann, wenn die beteiligten inländischen Verkehrskreise erstens im Stande sind, die Bedeutung der Wörter zu erkennen und es sich hierbei zweitens um eine im Vordergrund des Verständnisses stehende beschreibende Angabe oder um eine allgemeine Werbeaussage handelt. Die insoweit maßgeblichen Beteiligten definiert der EuGH dabei als „den Handel und/oder den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher“ (EuGH GRUR 2006, 411, Rz. 24 – Matratzen Concord/Hukla). In diesem Zusammenhang muss der Formulierung „und/oder“ entnommen werden, dass sowohl das Verständnis der Endabnehmer als auch der Kenntnisstand der am Handel beteiligten Fachkreise jeweils allein von ausschlaggebender Bedeutung sein kann (BPatG MarkenR 2007, 527 – Rapido; Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rn. 129).

Entgegen der Auffassung des Markeninhabers kommt es demnach nicht nur auf das Verständnis des Durchschnittsverbrauchers, sondern auch auf das Verständnis der hier angesprochenen Fachkreise an. Insoweit unterscheidet sich die hier zu beurteilende Wortfolge auch von der Entscheidung des BGH vom 4. April 2012 zu der Marke Starsat (I ZB 22/11), bei der der Bundesgerichtshof bezüglich des Bestandteils „sat“ nur auf das Verständnis des allgemeinen Publikums abgestellt hatte.

Die von den beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen hier angesprochenen Fachkreise, dies sind Mediziner und Fachpersonal sowie Patienten, die an einer entsprechenden Therapie interessiert sind, werden die Marke in dem von der Markenstelle aufgezeigten Sinn verstehen, nämlich dass es sich um

Waren und Dienstleistungen handelt, die mit der Meridian-Energie-Technik im Zusammenhang stehen und die ein entsprechend geschulter Betreuer oder Berater erbringt bzw. für die Ausführung seiner Tätigkeit benötigt.

Für ein entsprechendes Verständnis der Buchstabenfolge „MET“ sprechen die dem Beschluss als Anlagen 1 - 3 beigefügten Internetausdrucke, die dem Beanstandungsbescheid vom 2. September 2009 im Eintragungsverfahren beigefügten Internetausdrucke vom 31. Juli 2009 und die vom Senat ermittelten Internetausdrucke vom 7. November 2012, die belegen, dass es sich bei „MET“ um die Abkürzung des medizinischen Fachbegriffs Meridian-Energie-Technik handelt. Die im Eintragungsverfahren ermittelten Internetausdrucke belegen insbesondere auch, dass dies bereits zum Zeitpunkt der Eintragung der Marke im April 2010 der Fall war.

Dass die beteiligten Fachkreise die beschreibende Bedeutung der Buchstabenfolge „MET“ verstehen, belegen die von der Markenstelle, der Markenabteilung und dem Senat ermittelten Internetausdrucke, denen eine Verwendung des Markenbestandteils „MET“ und nicht etwa - wie der Markeninhaber meint - eine von der eingetragenen Marke abweichende Bezeichnung zu entnehmen ist. So heißt es beispielsweise in dem Internetausdruck <http://steinburg.kursportal>: „MET nennt das Problem beim Namen“. In dem Internetausdruck <http://www.gesundheitspraxis-adams.de> ist von MET-Grundseminaren die Rede. Der Internetausdruck <http://www.met-berlin> spricht vom MET-Anwender und MET-Therapeuten.

Entgegen der Auffassung des Markeninhabers spielt es für die Beurteilung der Unterscheidungskraft auch keine Rolle, ob er die Buchstabenfolge MET in Deutschland bekannt gemacht hat und ob die Verwendung auf den vom Senat ermittelten Internetausdrucken mit seinem Einverständnis erfolgt ist, da die Prüfung der Schutzfähigkeit einer Marke grundsätzlich unabhängig von der Person des Anmelders zu erfolgen hat (BGH GRUR 2006, 503 - Casino Bremen).

Rechercheergebnisse, die auf den Markeninhaber zurückgehen, stehen der Bewertung einer angemeldeten Bezeichnung als Fachausdruck nicht entgegen (BPatG 32 W (pat) 111/00 - Aurikolo-Medizin).

Sämtliche beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen können einen Bezug zur „Meridian-Energie-Technik“ haben und von einem entsprechend geschulten Berater erbracht werden. Insoweit wird zur Vermeidung von Wiederholungen auf die zutreffenden Ausführungen der Markenabteilung Bezug genommen.

4.

Gründe für eine Auferlegung von Verfahrenskosten gemäß § 71 Abs. 1 MarkenG sind nicht ersichtlich.

5.

Die Rechtsbeschwerde war nicht zuzulassen. Der Senat hat nicht über eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung, sondern auf der Grundlage der einschlägigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs und des Bundesgerichtshofs über einen Einzelfall entschieden. Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist auch nicht zur Rechtsfortbildung oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erforderlich, weil der Senat nicht von Entscheidungen anderer Senate des Bundespatentgerichts oder anderer nationaler Gerichte abgewichen ist, sondern eine Einzelfallentscheidung anhand von tatsächlichen Gegebenheiten hinsichtlich der angegriffenen Marke getroffen hat.

Dr. Albrecht

Kruppa

Hartlieb

Hu