



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 539/21

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2020 026 503.7

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 10. Januar 2022 unter Mitwirkung der Richter Schödel und Hermann sowie der Richterin kraft Auftrags Berner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

GRÜNDE

I.

Das Zeichen

Around-home24

ist am 4. Dezember 2020 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register für nachfolgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 36: Vermittlung von Finanzierungsberatung für Waren, Dienstleistungen, Immobilien, Darlehen und Energieprodukte; Vermittlung von Krediten und Versicherungen; Vermittlung von Beratungsterminen, Finanzinformation, finanzieller Bedarfsanalyse, Maklerdienste und Finanzdienstleistungen im Zusammenhang mit dem Ankauf und Verkauf von Immobilien, insbesondere telefonisch sowie über das Internet; Maklerdienstleistungen; Beratung bei der Bewertung von Immobilien;

Klasse 37: Vermittlung und Erbringung von Bauleistungen in Bezug auf die Errichtung und Sanierung von Häusern; Vermittlung und Erbringung von Bauleistungen zur Energieeinsparung; Vermittlung und Erbringung von Dienstleistungen auf dem Gebiet des Bauwesens [z.B. Malerarbeiten im Innen- und Außenbereich, Verputzen,

Klempnerarbeiten, Kücheneinrichtung,
Heizungsinstallation und Dachdeckerarbeiten];
Vermittlung und Erbringung von Reparatur-, Wartungs-
und Instandsetzungsdiensten; Vermittlung von
Reinigungsdiensten;

Klasse 38: Bereitstellung einer Internetplattform zur Vermittlung von
Dienstleistungen mit interaktivem Zugriff;

Klasse 42: Vermittlung und Erbringung von Architekturdienst-
leistungen;

Klasse 44: Vermittlung von Dienstleistungen im Zusammenhang mit
Gartenbau.

Die Anmeldung wird beim DPMA unter der Nummer 30 2020 026 503.7 geführt.

Mit Beschluss vom 8. April 2021 hat die Markenstelle für Klasse 37 des DPMA durch einen Beamten des gehobenen Dienstes die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, das angemeldete Zeichen setze sich aus einfachen Wörtern des englischen Grundwortschatzes sowie der Zahl 24 zusammen. Mit dem Zahlzeichen werde auf eine Zugänglichkeit des Waren- und Dienstleistungsangebots rund um die Uhr hingewiesen. In der Kombination mit den Wortbestandteilen komme dem Zeichen die Bedeutung „Rundherum Haus, Heim, Zuhause oder Wohnung rund um die Uhr bzw. 24 Stunden am Tag“ zu. Sämtliche beanspruchten Dienstleistungen stünden in Verbindung mit dem Haus, Heim oder Zuhause und könnten im Zusammenhang damit 24 Stunden am Tag angeboten oder in Anspruch genommen werden. Gerade an den Reparatur-, Wartungs- und Instandhaltungsdienstleistungen im Hinblick auf Immobilien bestehe je nach Dringlichkeit der Schäden oder Störungen ein Bedürfnis nach deren Erbringung rund um die Uhr.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie vertritt die Ansicht, der Bestandteil „Around“ vermittele dem Zeichen eine solche Unschärfe, dass das geforderte Mindestmaß an Unterscheidungskraft nicht zu verneinen sei. Das Anmeldezeichen enthalte ein klares Wortspiel, das zum Nachdenken anrege. Schutzzähig sei das Zeichen zumindest bezüglich der Dienstleistungen der Klassen 36 und 42, die sich nicht mit Leistungen rund um das bereits errichtete Haus befassten.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 37 des DPMA vom 8. April 2021 aufzuheben.

Mit gerichtlichem Schreiben vom 13. Oktober 2021 ist die Beschwerdeführerin darauf hingewiesen worden, dass das angemeldete Wortzeichen nicht für schutzfähig erachtet werde.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß §§ 64 Abs. 6 Satz 1, 66 Abs. 1 MarkenG statthafte Beschwerde ist zulässig, hat aber keinen Erfolg.

1. Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens „**Around-home24**“ als Marke steht das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

a) 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 in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2015, 1198, Rdnr. 59 f. – Nestlé/Cadbury [Kit Kat]; BGH GRUR 2018, 932, Rdnr. 7 – #darferdas?; GRUR 2018, 301, Rdnr. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934, Rdnr. 9 – OUI). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2010, 228, Rdnr. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH, a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. – OUI). 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. – Pippi-Langstrumpf-Marke). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428, Rdnr. 53 – Henkel; BGH, a. a. O., Rdnr. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143, Rdnr. 15 – Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder 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 der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411, Rdnr. 24 – Matratzen Concord/Hukla; BGH GRUR 2014, 376, Rdnr. 11 – grill meister).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund

stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH, a. a. O., Rdnr. 8 – #darferdas?; GRUR 2012, 270, Rdnr. 11 – Link economy) oder wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH, a. a. O. – #darferdas?; a. a. O., Rdnr. 12 – OUI; GRUR 2014, 872, Rdnr. 21 – Gute Laune Drops). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar selbst nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt ohne weiteres erfasst und in der Bezeichnung kein Unterscheidungsmittel für deren Herkunft sieht (BGH, a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146, Rdnr. 32 – DOUBLEMINT; BGH GRUR 2014, 569, Rdnr. 18 – HOT). Dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe jedoch dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH MarkenR 2007, 204, Rdnr. 77 f. – CELLTECH; BGH GRUR 2014, 1204, Rdnr. 16 – DüsseldorfCongress).

Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt das angemeldete Wortzeichen „**Around-home24**“ nicht. Die angesprochenen inländischen Verkehrskreise haben es in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen

schon zum Anmeldezeitpunkt, dem 4. Dezember 2020, ausschließlich als Sachangabe verstanden, so dass es sich insoweit nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen eignet.

b) Von den beanspruchten Dienstleistungen werden in erster Linie die breiten, allgemeinen Verkehrskreise der Verbraucher angesprochen, die Dienstleistungen der Klassen 36, 42 und 44 richten sich aber auch an die Fachkreise der Bauunternehmer und Bauträger.

c) Das Zeichen setzt sich aus den Wörtern „Around“ und „home“ sowie der Zahl „24“ zusammen.

Die englische Präposition „around“ bedeutet im Deutschen „um ... herum, rund um“. Das Substantiv „home“ hat u. a. die Bedeutung „Haus, Heim“ (www.leo.org). Die angesprochenen Verkehrskreise verstehen beide Wörter ohne Weiteres, da sie zum englischen Grundwortschatz gehören.

Das Zahlelement „24“ wird in nahezu allen Produkt- und Dienstleistungsbereichen als Kürzel und Synonym für „rund um die Uhr“ bzw. „24 Stunden“ verwendet und als Hinweis auf eine ständige Verfügbarkeit verstanden (vgl. BPatG 30 W (pat) 541/13 – AID24; 24 W (pat) 516/14 - Faschingshop 24.de; 24 W (pat) 522/10 – Station 24; 28 W (pat) 523/11 – fensterbau24; 29 W (pat) 550/12 – GoldHousSe24; 33 W (pat) 546/10 – TOR SERVICE 24; 26 W (pat) 87/13 – City-Post 24; 26 W (pat) 58/16 – partnerguide24; 29 W (pat) 507/16 – HEADLINE24; 33 W (pat) 529/10 – BusinessConsults 24; 27 W (pat) 181/09 – collect24; 26 W (pat) 42/08 – charterflug24; 26 W (pat) 41/08 – reisebuchung24; 33 W (pat) 111/06 – gastrokauf24; 29 W (pat) 13/05 – druck24; 29 W (pat) 43/04 – print24; 29 W (pat) 196/03 – Autorecht24; 25 W (pat) 113/04 – adress24; 29 W (pat) 137/02 – cam24; 29 W (pat) 155/04 – design24; 33 W (pat) 173/02 – ANTIQUES 24; 25 W (pat) 280/01 – Alarm 24; 25 W (pat) 207/01 – beauty24). Mit

einer permanenten Verfügbarkeit werden sehr häufig Online-Dienste beworben, die rund um die Uhr abrufbar sind.

In seiner Gesamtheit kommt dem Anmeldezeichen die Bedeutung „rund ums Haus/Heim rund um die Uhr“ zu.

d) Im Hinblick auf alle beanspruchten Dienstleistungen enthält das Zeichen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt in dem Sinn, dass diese rund ums Haus und 24 Stunden am Tag angeboten oder erbracht werden, oder es stellt einen engen beschreibenden Bezug zu diesen her.

aa) Die Bau-, Reparatur- und Wartungsdienstleistungen sowie die hierauf bezogenen Vermittlungsdienstleistungen der Klasse 37 *„Vermittlung und Erbringung von Bauleistungen in Bezug auf die Errichtung und Sanierung von Häusern; Vermittlung und Erbringung von Bauleistungen zur Energieeinsparung; Vermittlung und Erbringung von Dienstleistungen auf dem Gebiet des Bauwesens [z.B. Malerarbeiten im Innen- und Außenbereich, Verputzen, Klempnerarbeiten, Kücheneinrichtung, Heizungsinstallation und Dachdeckerarbeiten]; Vermittlung und Erbringung von Reparatur-, Wartungs- und Instandsetzungsdiensten; Vermittlung von Reinigungsdiensten“* können sich alle auf die Errichtung oder Instandhaltung von Häusern und Wohnungen beziehen und online angeboten werden. Interessenten haben die Möglichkeit, sich 24 Stunden am Tag über entsprechende Angebote zu informieren und Aufträge zu erteilen. Reinigungsdienste sowie Reparatur- und Instandsetzungsdienste im Störfall werden üblicherweise auch rund um die Uhr erbracht. Auf diesen Umstand weist das Anmeldezeichen werblich anpreisend hin, so dass die angesprochenen Verkehrskreise ihm nur einen sachlichen Hinweis auf den Gegenstand der angebotenen Dienstleistungen („rund ums Haus“) und deren Verfügbarkeit 24 Stunden am Tag entnehmen, aber keinen betrieblichen Herkunftshinweis. Das Schutzhindernis gilt hierbei nicht nur für die immobilienbezogenen Dienstleistungen selbst, sondern auch auf die hierauf

bezogenen Vermittlungsdienstleistungen (vgl. BPatG 26 W (pat) 507/17 – SMART SUSTAINABILITY; 29 W (pat) 534/15 – ILM Internationale Lederwarenmesse).

bb) Die Errichtung und Modernisierung von Häusern wird sehr häufig mit Krediten finanziert, worauf sich sehr viele Banken und Kreditinstitute spezialisiert haben. Hinsichtlich der Finanzdienstleistungen und der hierauf bezogenen Vermittlungsdienstleistungen der Klasse 36 weist das Anmeldezeichen lediglich beschreibend darauf hin, dass die so gekennzeichneten Dienstleistungen zur Finanzierung einer Vielzahl an Bau- und Modernisierungsvorhaben rund um das Haus oder Wohnungen angeboten werden und Interessenten die Möglichkeit haben, sich hierüber 24 Stunden am Tag online zu informieren und Verträge abzuschließen. Das Anmeldezeichen enthält insoweit lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt. Dies gilt auch für die beanspruchten „*Maklerdienstleistungen*“, die sehr häufig in Bezug auf Immobilien erbracht und im Internet angeboten werden.

cc) Auch die in Klasse 42 beanspruchten Architekturdienstleistungen und darauf bezogenen Vermittlungsdienstleistungen können wenigstens zu einer weiteren Vertragsanbahnung online angeboten werden und rund um die Uhr zum Aufruf bereitstehen. Der Aussage „rund ums Haus“ entnimmt der Verkehr nur den werblichen Hinweis, dass die so gekennzeichneten Dienstleistungen umfänglicher Natur sind und sich auch auf Nebendienstleistungen wie die Stellung von Bauanträgen, die Auswahl der ausführenden Handwerker oder die Bauaufsicht beziehen, die nicht zu den Kernaufgaben eines Architekten gehören.

dd) Das Gleiche gilt für die Dienstleistungen im Zusammenhang mit Gartenbau der Klasse 44, da meist zeitgleich mit der Errichtung von Häusern und Wohnungen auch ein Garten auf dem Grundstück mit angelegt wird. Insoweit ist der Garten Teil des Zuhauses und lässt sich von dem eigentlichen Wohngebäude wie bei der Anlage von Wintergärten nicht immer strikt trennen.

ee) Die Dienstleistungen der Klasse 38 „*Bereitstellung einer Internetplattform zur Vermittlung von Dienstleistungen mit interaktivem Zugang*“ sind so pauschal, dass hierüber sämtliche anderen beanspruchten Dienstleistungen angeboten werden können. Insbesondere sind Online-Plattformen denkbar, auf denen sich Architekten, Baufinanzierer und Handwerker bzw. Bauunternehmer präsentieren und Bauinteressenten ihre Dienste anbieten. Insoweit entnehmen die angesprochenen Verkehrskreise dem Anmeldezeichen auch nur den Sachhinweis, dass über eine so gekennzeichnete Internetplattform alle möglichen Dienstleistungen rund ums Haus und 24 Stunden am Tag in Anspruch genommen werden können.

e) Soweit die angemeldete Wortfolge sich mit der Aussage „rund ums Haus“ bewusst vage hält und keine Information dazu enthält, welche bestimmten Dienstleistungen sich hinter dem Angebot verbergen, entspricht eine solche Unbestimmtheit bzw. Verallgemeinerung dem Charakter einer Werbeaussage, einen möglichst weiten Bereich waren- oder dienstleistungsbezogener Eigenschaften, Vorteile oder Leistungsinhalte in einer schlagwortartigen und werbewirksamen Weise zu erfassen, ohne diese im Einzelnen zu benennen (vgl. BGH GRUR 2000, 882, 883 – Bücher für eine bessere Welt). Eine solche etwaige begriffliche Unschärfe der als Marke angemeldeten Bezeichnung steht einem Verständnis als Sachangabe und damit der Feststellung eines Eintragungshindernisses nicht entgegen (vgl. EuGH GRUR 2004, 146 – DOUBLEMINT; GRUR 2004, 680 – BIOMILD; GRUR 2004, 674 – Postkantoor; BPatG 30 W (pat) 29/17 – Flair Colours).

2. Da es dem angemeldeten Wortzeichen an jeglicher Unterscheidungskraft mangelt, kann dahingestellt bleiben, ob seiner Eintragung auch ein schutzwürdiges Interesse der Mitbewerber an seiner freien Verwendbarkeit entgegensteht (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss ist das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde nur gegeben, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe eingereicht werden. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Schödel

Hermann

Berner

Li