

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 36/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 395 11 565.5

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 21. März 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dipl.-Ing. Hellebrand, des Richters Viereck und der Richterin Friehe-Wich

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Zur Eintragung als Marke angemeldet ist die Bezeichnung

"CityCashPoint".

Das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen hat im Verfahren vor dem Deutschen Patentamt folgende Fassung erhalten:

"Bauliche Selbstbedienungszellen, insbesondere aus Metall, Beton, Kunststoff und/oder Glas, insbesondere für Bankkunden, vorzugsweise ausgerüstet mit Informationsterminals, Geldausgabeautomaten, Terminals für die elektronische Abwicklung von Bankgeschäften, Terminals für die Entgegennahme von Überweisungsaufträgen, Kontoauszugsdruckern, Chipkartenstationen, sowie deren Bestandteile; Bargeldautomatenzellen, sowie deren Bestandteile; Geldschränke, insbesondere Geldausgabeautomaten, Automatiktüren; Türen, Geldschränke; Türschließ- und öffnenmechanismen, Zugangskontroll- und Vereinzlungssysteme; Apparate und Instrumente für die Schwachstromtechnik, nämlich für die Nachrichten-, Hochfrequenz- und Datentechnik, insbesondere Notstromapparate, Zugangskontrollterminals, elektrische Türschließer bzw. -öffner, Tür-Rückmeldekontakte, Tastaturen, Chip-, Näherungs-, Magnet-, Wiegand-, Infrarot-, Durchzugs-, Einzugs-, Induktiv-Leser, bzw. -Kartenleser, Leser-Schnellwechselmodule,

Leser-Standsäulen; Scanner, Geräte zur Erfassung graphischer Daten; Geräte zur Datenfernübertragung; Geräte zur Alarmübermittlung, insbesondere auch über Datenfernübertragung oder mittels Nachrichtentechnik; Geräte zum Fernwirken, insbesondere zum Ein- und Ausschalten von Heizungen oder Beleuchtung; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, insbesondere Videokameras, digitale Videosensoren, analoge und digitale Videospeicher und Geräte zur Übertragung von Ton und Bild über Datenleitungen, insbesondere ISDN-, LAN- und WAN-Verbindungen-; Geldausgabeautomaten; Beleuchtungsanlagen; Anlagen und Geräte zur Absicherung von Selbstbedienungs- und Kundenzonen, insbesondere bei Geldinstituten, insbesondere Alarmanlagen, Fotoüberfallkameras, Videosysteme; Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Magnetaufzeichnungsträger, insbesondere Festplatten und Magnetbänder; Teile bzw. Bauteile aller vorgenannten Waren; Software, insbesondere Software zur Erfassung, Speicherung und Wiedergabe graphischer Daten, insbesondere von Unterschriften; Datenbanken; Baumaterialien und Bauteile für Selbstbedienungszellen für Bankkunden und für Bargeldautomatenzellen, insbesondere aus Metall bestehende Gehäuse, Gehäuseteile, Dachaufsätze sowie vorgefertigte Fundamente; Softwareentwicklung; Vermittlung und Vermietung von Grundstücken und Aufstellplätzen für Selbstbedienungszellen für Bankkunden und Bargeldautomatenzellen; Werbung für Dienstleistungen eines Bank- oder Kreditinstituts; Dienstleistungen eines Bank- oder Kreditinstitutes, insbesondere Kundenberatung, -information, insbesondere mittels elektronischer Medien, Finanzwesen und Vermögensverwaltung; Beratung, Errichtung, Installation, Inbetriebnahme, Beschickung, Einweisung, Schulung, Systempflege und Wartung von Selbstbedienungszellen für Bankkunden und Bargeldautomatenzellen sowie deren Bestand-

teile; Baumaterialien und Bauteile für Selbstbedienungszellen für Bankkunden und für Bargeldautomatenzellen, insbesondere aus Beton, Kunststoff und/oder Glas bestehende Gehäuse, Gehäuseteile, Dachaufsätze sowie vorgefertigte Fundamente; Türen, Automattüren."

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patentamts hat die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung mit Beschluß eines Beamten des höheren Dienstes zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie sich bezüglich des Bestandteils "CashPoint" auf den zeitgleich ergangenen Beschluß betreffend die Zurückweisung jener ebenfalls als Marke angemeldeten Bezeichnung bezogen (Verfahren 395 11 564.7; diese Anmeldung ist später in der Beschwerdeinstanz zurückgenommen worden - 29 W (pat) 6/98). Durch die Voranstellung von "City" werde lediglich darauf hingewiesen, daß die betreffenden Waren und Dienstleistungen in der Innenstadt Verwendung fänden bzw erbracht würden. Mangels jeglicher Unterscheidungskraft und wegen des Bestehens eines Freihaltebedürfnisses sei die Anmeldung von der Registrierung ausgeschlossen.

Gegen diesen Beschluß richtet sich die Beschwerde der Anmelderin.

Sie bezieht sich zur Begründung auf ihr Vorbringen im patentamtlichen Verfahren, welches sie im wesentlichen wie folgt ergänzt: Entgegen der Auffassung der Markenstelle sei bereits die Wortfolge "CashPoint" unterscheidungskräftig und nicht Freihaltebedürftig. Selbst wenn "City" in Kombination mit anderen Begriffen verwendet werde, folge daraus keinesfalls, daß die angemeldete Marke in ihrer Gesamtheit einem Freihaltungsbedürfnis unterliege. Als phantasievolle und ungewöhnliche Wortneuschöpfung weise "CityCashPoint" auch das erforderliche Maß an Unterscheidungskraft auf.

Der - im Jahre 1998 nach der Geschäftsverteilung des Bundespatentgerichts zuständige - 29. Senat hat Recherchen im Internet zum Gebrauch von "Cashpoint"

durchgeführt. Diese (13 Blatt) sind der Anmelderin zusammen mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung zur Kenntnis gegeben worden.

In ihrer mit Anlagen (7 Blatt Kopien) versehenen eingehenden Erwiderung hat die Anmelderin ua auf die Registrierung von "CASHPOINT" in den USA sowie von "Cashpoint" in Großbritannien hingewiesen. Der Umstand, daß diese Bezeichnung im englischsprachigen Ausland auf dem Gebiet des Finanzwesens und im Zusammenhang mit Selbstbedienungsautomaten für Bankgeschäfte als unterscheidungskräftig und nicht freihaltebedürftig angesehen worden sei, stelle ein Indiz für die Eintragbarkeit auch in Deutschland dar. Um so mehr müsse dies für "CityCashPoint" gelten, zumal eine Verwendung mit dem voranstehenden Bestandteil "City" nicht nachgewiesen sei. Außerdem genössen in Deutschland für Waren und Dienstleistungen des Bankensektors die Bezeichnungen "CITICASH" und "CITYCASH" Markenschutz. Einem eventuell beschreibenden Inhalt einzelner Bestandteile dürfe keine maßgebliche Bedeutung beigemessen werden, da Gegenstand der Beurteilung die Marke in ihrer Gesamtheit sei (unter Hinweis auf BGH GRUR 1995, 408 "PROTECH").

In einem weiteren Schriftsatz hat die Anmelderin im Hinblick auf Abgrenzungsverhandlungen mit einem am vorliegenden Verfahren nicht beteiligten Unternehmen um Absetzung des Termins zur mündlichen Verhandlung gebeten - diesem Begehren hat der Vorsitzende des 29. Senats entsprochen - sowie dem Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen hilfsweise folgende Fassung gegeben:

"Bauliche Selbstbedienungszellen, insbesondere aus Metall, Beton, Kunststoff und/oder Glas; Türen, Automatiktüren; Türschließ- und -öffnenmechanismen, Zugangskontroll- und Vereinzelsysteme; Apparate und Instrumente für die Schwachstromtechnik, nämlich für die Nachrichten-, Hochfrequenz- und Datentechnik, insbesondere Notstromapparate, Zugangskontrollterminals, elektrische Türschließer bzw. -öffner, Tür-Rückmeldekontakte, Tasta-

turen, Chip-, Näherungs-, Magnet-, Wiegand-, Infrarot-, Durchzugs-, Einzugs-, Induktiv-Leser, bzw. -Kartenleser, Leser-Schnellwechselmodule, Leser-Standsäulen; Scanner, Geräte zur Erfassung graphischer Daten; Geräte zur Datenfernübertragung; Geräte zur Alarmübermittlung, insbesondere auch über Datenfernübertragung oder mittels Nachrichtentechnik; Geräte zum Fernwirken, insbesondere zum Ein- und Ausschalten von Heizungen oder Beleuchtung; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, insbesondere Videokameras, digitale Videosensoren, analoge und digitale Videospeicher und Geräte zur Übertragung von Ton und Bild über Datenleitungen, insbesondere ISDN-, LAN- und WAN-Verbindungen; Beleuchtungsanlagen; Anlagen und Geräte zur Absicherung von Selbstbedienungs- und Kundenzonen, insbesondere bei Geldinstituten, insbesondere Alarmanlagen, Fotoüberfallkameras, Videosysteme; Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Magnetaufzeichnungsträger, insbesondere Festplatten und Magnetbänder; Teile bzw. Bauteile aller vorgenannten Waren; Software, insbesondere Software zur Erfassung, Speicherung und Wiedergabe graphischer Daten, insbesondere von Unterschriften; Datenbanken; Baumaterialien und Bauteile für Selbstbedienungszellen für Bankkunden und für Bargeldautomatenzellen, nämlich aus Metall, Beton, Kunststoff und/oder Glas bestehende Gehäuse, Gehäuseteile, Dachaufsätze sowie vorgefertigte Fundamente; Softwareentwicklung; Beratung, Errichtung, Installation, Inbetriebnahme, Beschikung, Einweisung, Schulung, Vertrieb, Systempflege und Wartung von Selbstbedienungszellen für Bankkunden und Bargeldautomatenzellen sowie deren Bestandteile; Vermittlung und Vermietung von Grundstücken und Aufstellplätzen für Selbstbedienungszellen für Bankkunden und Bargeldautomatenzellen; Werbung für Dienstleistungen eines Bank- oder Kreditinstituts; Dienst-

leistungen eines Bank- oder Kreditinstitutes, insbesondere Kundenberatung, -information, insbesondere mittels elektronischer Medien, Finanzwesen und Vermögensverwaltung."

Nachdem die Zuständigkeit auf den beschließenden Senat übergegangen war, hat der Berichterstatter im August 1999 nach dem Stand der Verhandlungen mit dem angegebenen dritten Unternehmen nachgefragt. Eine Antwort ist nicht zu den Gerichtsakten gelangt.

Nach (erneuter) Ladung zur mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin Mitte März 2000 um eine Entscheidung nach Lage der Akten gebeten.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Inhalt der Gerichtsakten sowie der Verwaltungsvorgänge des Deutschen Patentamts (jetzt: Deutsches Patent- und Markenamt) in dieser Sache und in der Parallelanmeldung betreffend die Marke "CashPoint" (395 11 564.7) Bezug genommen.

II

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, jedoch in der Sache nicht begründet, weil der angemeldeten Bezeichnung jedenfalls das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft (MarkenG § 8 Abs 2 Nr 1) fehlt. Diese Beurteilung gilt auch in Ansehung des in der Beschwerdeinstanz hilfsweise eingeschränkten Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses.

Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Anmeldung erfaßten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Für die Frage des Vorhandenseins von Unterscheidungskraft nicht ausschlaggebend ist, ob eine als Marke angemeldete Bezeichnung lexikalisch belegbar ist und/oder nachweislich verwendet wird oder ob es sich um

eine neue Wortzusammenstellung handelt. So wenig die Vorbekanntheit einer Wortbildung ihre markenmäßige Unterscheidungskraft im Hinblick auf die konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen ausschließen muß, so wenig erlaubt allein schon die etwaige Neuheit einer Wortfolge (in Zusammenschreibung) den Schluß auf ihre Unterscheidungskraft. Das Publikum ist generell daran gewöhnt, warenbezogene Sachangaben - vor allem in der Werbung - in komprimierter Form und auch mit Hilfe mehr oder weniger einprägsamer Wortneubildungen vermittelt zu bekommen. Deshalb wird nicht jede neue Begriffsbildung, insbesondere wenn sie sich - wie im vorliegenden Fall - in der bloßen Aneinanderreihung vollständiger Wörter erschöpft, schon als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden. Dieser Grundsatz gilt nicht nur für deutsche Wörter (vgl insoweit BPatG GRUR 1996, 489 "Hautactiv"; Senatsbeschluß vom 27. Februar 1996 - 27 W (pat) 359/94 "climaaktivplus"), sondern auch für dem deutschen Verkehr allgemein geläufige Begriffe aus einer bekannten Fremdsprache, um die es sich vorliegend handelt. Unterscheidungskräftig können neue Wortzusammenstellungen nur dann sein, wenn sie ein Mindestmaß an phantasievoller Eigenart aufweisen, sich also insbesondere - aus der Sicht der angesprochenen Interessenten - nicht in Sachaussagen über die mit der betreffenden Bezeichnung versehenen Waren und Dienstleistungen erschöpfen. Diesen Mindestanforderungen genügt die angemeldete Marke nicht.

Die konkrete Schreibweise, dh die Zusammenschreibung ohne Abstand, jedoch mit jeweils großem Anfangsbuchstaben der Einzelwörter, stellt ein aus der Werbung bekanntes Gestaltungselement dar und gibt dem Verkehr keinen wirklichen Anlaß, allein aus diesem Grunde von einer Marke auszugehen. Vielmehr wird gerade durch diese Schreibweise die Erfassung des Sinngehalts - der Einzelwörter ebenso wie des Gesamtbegriffs - wesentlich erleichtert. Daß die betreffenden englischsprachigen Wörter "City" (= Innenstadt), "Cash" (= Bargeld, Barzahlung, Kasse) und "Point" (= Punkt) als zum Grundwortschatz gehörend auch vom inländischen Verkehr ganz weitgehend verstanden werden, kann nach Überzeugung des Senats nicht ernsthaft zweifelhaft sein. Die von der Anmelderin - als vermeintlich zu ihren Gunsten sprechend - angeführte "PROTECH"-Entscheidung

des Bundesgerichtshofs (aaO) ist mit dem vorliegenden Fall nicht vergleichbar; dort lag ein aus Abkürzungen gebildetes, nicht unmittelbar beschreibendes neues Kunstwort vor, während hier eine - gerade auch in der Zusammenfassung der Einzelteile - eindeutig waren- und dienstleistungsbezogene Angabe vorhanden ist. Im Blick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen des Bankenbereichs wird der Angabe "CityCashPoint", ohne daß dafür vertiefte Überlegungen erforderlich wären, der Hinweis auf einen Punkt bzw eine Stelle in der Innenstadt entnommen, an der Bargeldaus- oder -einzahlungen möglich sind. Ein Kunde, der zB eine Bargeldautomatenzelle (Selbstbedienungszelle) benutzt, wird eine auf dieser angebrachte Beschriftung "CityCashPoint" nicht als Hinweis auf die Herkunft dieser Zelle oder der einzelnen Bauteile aus einem bestimmten Unternehmen ansehen, sondern als eine die Funktion der Anlage insgesamt anzeigende Bezeichnung. Der Senat folgt insoweit der Beurteilung der Markenstelle und nimmt auf diese Bezug.

Die in der Beschwerdeinstanz vorgelegte hilfswise Fassung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses gibt zu keiner anderen Beurteilung Anlaß. Auch wenn - teilweise - die Zweckbestimmung der betreffenden Waren auf dem Banken- bzw Barzahlungssektor nicht mehr ausdrücklich angeführt wird, ist ein entsprechender Einsatz dieser Erzeugnisse gerade auf diesem Gebiet weiterhin naheliegend, zumindest aber nicht ausgeschlossen. Von daher sieht der Senat auch im Blick auf die hilfswise Fassung des Warenverzeichnisses keine Möglichkeit einer unterschiedlichen Beurteilung der Schutzfähigkeit je nach einzelnen Produkten.

Angesichts des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft kann dahingestellt bleiben, ob die angemeldete Bezeichnung zusätzlich auch einem Freihaltungsinteresse der Mitbewerber (gem MarkenG § 8 Abs 2 Nr 2) unterliegt und ob unter diesem Gesichtspunkt den angeführten in- und ausländischen Voreintragungen Bedeutung zukäme. Nur der Vollständigkeit halber ist darauf hinzuweisen, daß die US-Marke "CASHPOINT" nicht - wie die Anmelderin meint - für die Wände von

Geldausgabeautomaten, sondern für die Rückseiten von Quittungen von Kassena-
utomaten registriert ist. Im übrigen ist aus den im Jahre 1998 vom damals zu-
ständigen 29. Senat durchgeführten Internet-Recherchen ersichtlich, daß der
Ausdruck "cashpoint" keineswegs immer markenmäßig, sondern vielfach glatt be-
schreibend verwendet wird (was dafür sprechen könnte, daß er sich auch im eng-
lischsprachigen Bereich zu einer üblich gewordenen Sachbezeichnung weiter-
bzw zurückentwickelt hat).

Nach allem war der Beschwerde der Anmelderin der Erfolg zu versagen.

Hellebrand
zugleich für Frau Friehe-Wich,
welche infolge Urlaubsabwe-
senheit verhindert ist, zu un-
terschreiben.

Viereck

Hellebrand

Mr/Pü