



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 419/02

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 45 322.5

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 10. Dezember 2003 durch den Richter Viereck als Vorsitzenden sowie die Richter Rauch und Sekretaruk

beschlossen:

1. Der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 - vom 20. September 2002 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen „Werbung; sportliche Aktivitäten; Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung; Gesundheits- und Schönheitspflege“ zurückgewiesen worden ist.
2. Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Marke 301 45 322.5

Deutsche Hospiz-Gala

für die Dienstleistungen

Werbung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten;
Verpflegung; Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung;
Gesundheits- und Schönheitspflege

ist durch Beschluss eines Beamten des gehobenen Dienstes des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 - vom 20. September 2002 zurückgewiesen worden, weil der Marke jegliche Unterscheidungskraft fehle und weil es sich bei ihr um eine freihaltebedürftige beschreibende Angabe handele. Nach Auffassung der Markenstelle erschließt sich der Sinn der Wortfolge „Deutsche Hospiz-Gala“ dem beteiligten Verkehr ohne weiteres dahingehend, dass es

sich bei den so gekennzeichneten Dienstleistungen um solche handele, die auf einer überregional organisierten Gala erbracht würden bzw. für diese bestimmt seien. „Gala“-Abende seien eine sehr bekannte Form der Durchführung festlicher Veranstaltungen. Auch das Wort „Hospiz“ sei aus verschiedenen Wortbildungen bekannt. Der Verkehr werde in dem Zeichen der Anmeldung lediglich einen Hinweis auf die beanspruchten Dienstleistungen, nicht aber die Marke eines bestimmten Dienstleisters erkennen. Etwaige Mitbewerber müssten sich der beschreibenden Angabe „Deutsche Hospiz-Gala“ ungehindert bedienen können. Dem Beschluss sind zahlreiche Internet-Nachweise über die Verwendung der Begriffe „Hospiz“ und „Gala“ beigefügt worden. Daraus ergibt sich eine Verwendung dieser Begriffe z.B. in Wortkombinationen wie „Hospiz-Verein“, „Hospizfest“, „Hospizkonzert“, „Aids-Gala“, „Festgala“, „Tanzgala“, „Wunschgala“, „Benefizgala“, „Theatergala“, „Filmgala“, „Orchestergala“.

Gegen den Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Zur Begründung hat er darauf hingewiesen, dass es sich bei „Deutsche Hospiz-Gala“ um eine lexikalisch nicht nachweisbare Wortschöpfung handele, die - außer im Zusammenhang mit der vom Anmelder selbst organisierten Deutschen Hospiz-Gala - im Internet nicht aufgefunden werden könne. Der Bezeichnung wohne ein gewisser Grad an Fantasie inne. Die Bezeichnung „Gala“ sowie die geschaffene Wortkombination seien mehrdeutig, vor allem im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen. Ein ausschließlich beschreibender Charakter der Bezeichnung könne nicht festgestellt werden.

Auf einen gerichtlichen Zwischenbescheid vom 16. Oktober 2003 (nebst Beifügung von Internet-Nachweisen betr. die Verwendung der Bezeichnungen „Aids-Gala“ und „Krebs-Gala“), hat der Anmelder ergänzend ausgeführt, es könne nicht darauf ankommen, ob es sich bei der Wortzusammensetzung aus heutiger Sicht um eine naheliegende Kombination mit einem bestimmten Bedeutungsgehalt handele. Nachdem eine bestimmte Wortkombination oder ein Fantasienamen für eine bestimmte Dienstleistung oder Ware verwendet worden sei, könne dies u.U. früher

oder später dazu führen, dass die angesprochenen Verkehrskreise darin auch eine Merkmalsbezeichnung sehen könnten. Dies rechtfertigt jedoch nicht, eine vom Anmelder durch Kombination geschaffene und für bestimmte Dienstleistungen bekannt gemachte Wortschöpfung anderen Anbietern im Zusammenhang mit vergleichbaren Veranstaltungen zum freien Gebrauch zu überlassen.

II.

Die Beschwerde ist gemäß § 164 Abs. 4, § 66 Abs. 1, 2 MarkenG zulässig, hat jedoch in der Sache nur insoweit Erfolg, als die Eintragung für die Dienstleistungen „Gesundheits- und Schönheitspflege“ beantragt wird. Im übrigen darf das angemeldete Zeichen gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht in das Markenregister eingetragen werden.

1. Nach dieser Vorschrift sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen nach Art, Beschaffenheit, Menge, Bestimmung, Wert, geographischer Herkunft, Zeit der Herstellung der Waren bzw. Erbringung der Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale dienen können (vgl. BGH GRUR 2002, 64, 65 - Individuelle).

Nach den zutreffenden Feststellungen der Markenstelle besitzt die Angabe „Deutsche Hospiz-Gala“ einen eindeutigen Sinngehalt, nämlich den einer Festveranstaltung zugunsten der Hospiz-Bewegung. Es ist seit längerem üblich, eine festliche Wohltätigkeitsveranstaltung – in Anlehnung an ebenfalls übliche Bezeichnungen wie „Tanzgala“, „Filmgala“ oder „Theatergala“ - als „Wohltätigkeits- (oder Benefiz-) Gala“ zu bezeichnen. Es hat sich auch eingebürgert, den Zweck der Veranstaltung dem Wort „Gala“ stichwortartig voranzustellen. Dies belegen die dem Anmelder übermittelten Nachweise von Veranstaltungen mit der Bezeichnung „Krebs-Gala“ oder „Aids-Gala“. Weil der Verkehr an solche Wortkombinationen

gewöhnt ist, und weil auch die Bedeutung des Wortes Hospiz (wie die Belege der Markenstelle ebenso zeigen) im Zusammenhang mit Engagement für Sterbebegleitung bekannt ist, wird er auch die Angabe „Deutsche Hospiz-Gala“ – auch wenn sie ihm zum ersten Mal begegnet - ohne weiteres so verstehen, dass es sich um eine Benefizveranstaltung zugunsten der Hospiz-Bewegung mit deutschlandweiter Bedeutung handelt.

Somit steht fest, dass sich die angemeldete Wortkombination zur Bezeichnung von Veranstaltungen der genannten Art eignet. Insoweit handelt es sich um eine Merkmalsbezeichnung i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Dies betrifft im vorliegenden Fall die vom Anmelder beanspruchten, üblicherweise mit einer Benefiz-Gala verbundenen Dienstleistungen „Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; Verpflegung“. Gegen die Eignung zur Merkmalsbezeichnung spricht nicht, dass die Verwendung des Anmeldezeichens – außer für Veranstaltungen des Anmelders – nicht nachgewiesen werden kann. Der Aussagegehalt der Angabe „Deutsche Hospiz-Gala“ ist so deutlich und unmissverständlich, dass sie ihre Funktion als Sachbegriff ohne weiteres erfüllen kann (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl., § 8 Rz. 380).

Gegen die Anwendung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG kann im vorliegenden Fall auch nicht eingewandt werden, dass es kein Bedürfnis gebe, die Bezeichnung „Deutsche Hospiz-Gala“ für andere Veranstalter freizuhalten. Bei dem sog. Freihaltebedürfnis handelt es sich nicht um eine gesetzliche Voraussetzung, sondern um eine immanente Einschränkung der genannten Vorschrift, die nur dann zum Zug kommt, wenn gegenwärtig bestehende und auch zukünftig nicht in Frage zu stellende tatsächliche oder rechtliche Gegebenheiten eine beschreibende Verwendung durch Dritte ausschließen oder jedenfalls vernünftigerweise nicht erwarten lassen (Ströbele/Hacker a.a.O., § 8 Rz. 217 ff.). Es erscheint nicht ausgeschlossen, dass Hospiz-Wohltätigkeitsveranstaltungen mit deutschlandweitem Bezug künftig auch von anderen Veranstaltern als dem Anmelder durchgeführt werden könnten, die dann auch die Möglichkeit haben müssten, sich der vom Anmelder als Marke beanspruchten Bezeichnung zu bedienen.

Mangels entsprechenden Vortrags des Anmelders sind keine Anhaltspunkte vorhanden, dass sich die Bezeichnung „Deutsche Hospiz-Gala“ für die genannten Dienstleistungen i.S.d. § 8 Abs. 3 MarkenG als Hinweis auf den Anmelder durchgesetzt haben könnte.

Was die übrigen beanspruchten Dienstleistungen „Werbung; sportliche Aktivitäten; Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung; Gesundheits- und Schönheitspflege“ anbelangt, so stehen diese allenfalls in einer äußerlichen Beziehung zu einer „Deutschen Hospiz-Gala“. Selbst wenn sie sich auf eine solche Veranstaltung beziehen oder in Zusammenhang mit ihr angeboten werden sollten, kann nicht gesagt werden, dass es sich bei „Deutsche Hospiz-Gala“ um ein echtes Merkmal dieser Dienstleistungen (etwa i.S. einer Zweck- oder Zeitangabe) handelt. Einer Registrierung des angemeldeten Zeichens steht daher insoweit § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht entgegen.

2. In Bezug auf die nicht nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesenen Dienstleistungen ist die Marke auch nicht wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) von der Eintragung ausgeschlossen.

Unterscheidungskraft ist 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. BGH, BIPMZ 2002, 85 - Individuelle). Das Zeichen „Deutsche Hospiz-Gala“ bezieht seine Unterscheidungskraft aus dem Bestandteil „Deutsche“. Durch die Verwendung dieses geographischen Zusatzes wird nicht nur deutlich gemacht, dass es sich um eine Veranstaltung mit deutschlandweitem Anspruch handelt. Vielmehr wird beim Publikum auch der Eindruck erweckt, dass die so bezeichnete Hospiz-Gala von einem ganz bestimmten Veranstalter ausgerichtet werde.

Dies ergibt sich daraus, dass geografische Zusätze in Bezeichnungen wie „Deutsche Bank“, „Deutsche Telekom“, „Deutsche Forschungsgemeinschaft“, „Heidelberger Zementwerke“, „Berliner Festspiele“ usw. üblicherweise zur Individualisierung von Herstellern oder Leistungserbringern dienen. Dies gilt selbst dann, wenn das Publikum die Existenz weiterer Hersteller oder Anbieter der gleichen Waren bzw. Dienstleistungen in der bezeichneten Region für möglich hält oder sogar von weiteren Herstellern oder Anbietern Kenntnis hat. Marken mit solchen geografischen Zusätzen entbehren daher nicht der erforderlichen Unterscheidungskraft (entgegen PAVIS PROMA, Kliems, 33 (W) pat 58/98 - Deutsche Mittelstands-Akademie; PAVIS PROMA, Brandt, 29 W (pat) 31/01 - bayerische-rundschau.de).

Viereck

Rauch

Sekretaruk

Fa