



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 262/02

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 27 160.7

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 7. Juli 2004 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, den Richter Baumgärtner und die Richterin Fink

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Die Wortmarke

auskunft 24

soll für die Dienstleistungen der

Klasse 35: Werbung, insbesondere Telemarketing;

Klasse 38: Erbringung von Telekommunikationsdienstleistungen, Betreiben von Auskunfts- und Informationsdiensten, einschließlich der nationalen und internationalen Nummern- und/oder Adreßauskunft und/oder sonstiger Auskunftsleistungen, Herausgabe von elektronischen Informationen, auch in Form von off-line Verzeichnissen; die Weitervermittlung; die professionelle Weitervermittlung von Mitteilungen; Übermittlung/Übertragung von Daten, Telefon-, Adreß-, Branchen und e-mail-Verzeichnissen; das Betreiben von Telefonzentralen und Telekommunikationsdiensten; organisatorische, technische und sonstige Beratung auf dem Gebiet der Telekommunikation;

Klasse 42: Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, insbesondere für die Erbringung von Auskunftsdienstleistungen; Dienstleistungen einer Datenbank, Betrieb von Datenbanken sowie Sammeln und Liefern von Daten, Nachrichten und Informationen; Projektierung und Planungen von Einrichtungen für die Telekommunikation, insbesondere von Auskunftsdiensten

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 23. August 2002 wegen mangelnder Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung wird ausgeführt, dass es sich bei der Bezeichnung „auskunft 24“ um eine (werbe-)sprachüblich gebildete Sachaussage über die Art bzw. das wesentliche Betätigungsfeld eines Unternehmens handle, nämlich dass rund um die Uhr Auskunftsdienstleistungen erbracht würden. In Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen, die alle in unmittelbarem Zusammenhang mit Auskunfts- und Informationsdienstleistungen stünden, sei das Zeichen wegen seines ohne weiteres erkennbaren sachlichen Bedeutungsgehalts nicht geeignet, die betreffenden Dienstleistungen als aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb stammend zu kennzeichnen.

In ihrer gegen die Zurückweisung gerichteten Beschwerde macht die Anmelderin geltend, dass „auskunft 24“ die erforderliche Unterscheidungskraft besitze. Es handle sich bei der Kombination von Wort und Zahl um eine ungewöhnliche Wortbildung im markenrechtlichen Sinn. Vor dem Hintergrund, dass eine „auskunft 24“ bundesweit zentral betrieben werden könne, könnten die Verkehrskreise davon ausgehen, dass ein einzelnes Unternehmen die Auskunft betreibe und damit nicht nur ein „Rund-um-die-Uhr-Service“ irgendeines beliebigen Dienstleisters bezeichnet werde. Um welches Unternehmen es sich konkret handle, sei ohne Belang. Daher bestehe auch kein Freihaltebedürfnis. Außerdem gebe es eine Vielzahl vom Deutschen Patent- und Markenamt eingetragene Verbindungen, die aus einem Wort und der Zahl 24 bestünden.

Die Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, denn der angefochtene Beschluss der Markenstelle ist rechtmäßig. An der angemeldeten Bezeichnung „auskunft 24“ besteht für einen Teil der beanspruchten Dienstleistungen ein Freihaltungsbedürfnis gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, insgesamt fehlt dem Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG.

1. Gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr insbesondere zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können. Dies ist hier bezüglich der Dienstleistungen „Erbringung von Telekommunikationsdienstleistungen, Betreiben von Auskunft- und Informationsdiensten, einschließlich der nationalen und internationalen Nummern- und/oder Adreßauskunft und/oder sonstiger Auskunftsleistungen, Herausgabe von elektronischen Informationen, auch in Form von off-line Verzeichnissen; die Weitervermittlung; die professionelle Weitervermittlung von Mitteilungen; Übermittlung/Übertragung von Daten, Telefon-, Adreß-, Branchen und e-mail-Verzeichnissen; das Betreiben von Telefonzentralen und Telekommunikationsdiensten; organisatorische, technische und sonstige Beratung auf dem Gebiet der Telekommunikation“ sowie „Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, insbesondere für die Erbringung von Auskunftsdienstleistungen; Dienstleistungen einer Datenbank, Betrieb von Datenbanken sowie Sammeln und Liefern von Daten, Nachrichten und Informationen; Projektierung und Planungen von Einrichtungen für die Telekommunikation insbesondere von Auskunftsdiensten“ der Fall. Wie die Markenstelle bereits zutreffend festgestellt hat, hat das Wort „Auskunft“ die Bedeutung, dass auf eine Frage hin eine Information gegeben wird. Die Zahl 24 steht in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen und

Waren dafür, dass die angebotenen Dienste 24 Stunden verfügbar sind oder die Produkte rund um die Uhr erworben werden können, wobei das Angebot telefonisch, z.B. über Call-Center, oder über das Internet zur Verfügung steht. Insoweit wird auf die der Anmelderin übermittelte Rechtsprechung sowie die in den betreffenden Entscheidungen zitierten weiteren Fundstellen Bezug genommen. „auskunft 24“ bezeichnet damit in eindeutiger Weise eine 24 Stunden verfügbare Auskunftsstelle. Bezogen auf die oben aufgeführten Dienstleistungen im Bereich der Telekommunikation, der Herausgabe von Adressverzeichnissen und der fachspezifischen Beratung besteht das Zeichen damit ausschließlich aus Angaben, die deren Art oder deren Gegenstand beschreibt, dass es sich nämlich bei den von der Beschwerdeführerin zunächst allgemein beanspruchten Telekommunikationsdienstleistungen um solche handelt, bei denen 24 Stunden über Telefon und/oder Internet Auskünfte erteilt werden. Dies gilt um so mehr bei den im Verzeichnis im einzelnen enthaltenen Dienstleistungen, die mit „Weitervermittlung“ oder „professionelle Weitervermittlung von Mitteilungen“ und „Betreiben von Telefonzentralen und Telekommunikationsdiensten“ die Tätigkeit bzw. das technische Medium der Auskunftserteilung näher bezeichnen, oder mit „Betreiben von Auskunfts- und Informationsdiensten, einschließlich der nationalen und internationalen Nummern- und/oder Adressauskunft und/oder sonstiger Auskunftsleistungen, Herausgabe von elektronischen Informationen, auch in Form von off-line Verzeichnissen; Übermittlung/Übertragung von Daten, Telefon-, Adreß-, Branchen und e-mail-Verzeichnissen; organisatorische, technische und sonstige Beratung auf dem Gebiet der Telekommunikation“, jeweils konkret die Inhalte ansprechen, auf die sich die Auskünfte beziehen. Für die in Klasse 42 beanspruchten Dienstleistungen bezeichnet die angemeldete Marke ebenfalls deren Gegenstand oder ihre Zweckbestimmung. Das Zeichen besteht somit ausschließlich aus Angaben, die die beanspruchten Dienstleistungen unmittelbar beschreiben. Es ist daher im Allgemeininteresse, insbesondere im Interesse der Mitbewerber, nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG von der Eintragung

ausgeschlossen. Darauf, ob die Auskunftsdienste regional oder bundesweit erbracht werden können, kommt es nicht an, da Markenschutz für das ganze Bundesgebiet gilt und somit die Rechtsfrage losgelöst von regionalen Überlegungen zu beantworten ist.

2. Für die genannten Dienstleistungen fehlt dem Zeichen auch die erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift 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 (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2003, 1050 – Cityservice; GRUR 2001, 1153, 1154 – antiKALK). Kann einem Zeichen ein für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich auch sonst um eine verständliche Wortfolge der deutschen oder einer geläufigen Fremdsprache, die vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so fehlt ihm die Unterscheidungskraft (BGH GRUR 2001, 1153 – antiKALK; WRP 2001, 1082, 1083 – marktfrisch; GRUR 2001, 1043 – Gute Zeiten – schlechte Zeiten; GRUR 2001 1042 – REICH UND SCHOEN; BIfPMZ 2001, 398 – LOOK). Dies ist hier der Fall. Für die oben genannten Dienstleistungen verfügt „auskunft24“ wegen des im Rahmen der Beurteilung des Freihaltebedürfnisses festgestellten beschreibenden Begriffsinhalts nicht über die erforderliche Unterscheidungskraft. Aber auch soweit die verbleibenden Dienstleistungen der Klasse 35 nicht unmittelbar beschrieben werden, ist das Zeichen nicht unterscheidungskräftig. Hinsichtlich der Werbung, die insbesondere im Rahmen des Telemarketing erfolgen soll, stellt das Zeichen den im Vordergrund stehenden Sachhinweis dar, dass das telefonische Marketing im Rahmen einer 24 Stunden verfügbaren telefonischen Auskunftsstelle erbracht wird.

3. Auf bestehende Voreintragungen von Marken mit gleichen Bestandteilen oder mit ebenfalls beschreibendem Gehalt kann sich die Beschwerdeführerin nicht mit Erfolg berufen. Abgesehen davon, dass es sich jeweils um andere Kombinationen handelt, begründeten eventuell rechtsfehlerhaft vorgenommene Eintragungen weder nach dem Gleichheitssatz noch nach anderen Rechtsgrundsätzen einen Anspruch auf eine gleiche rechtliche Beurteilung der Schutzfähigkeit (BGH GRUR 1997, 527 ff – Autofelge).

Grabrucker

Baumgärtner

Fink

CI