



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 163/03

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
11. Januar 2005

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 11 208.1

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 11. Januar 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Prof. Dr. Hacker und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Bau-Medien-Zentrum

ist als Marke für folgende Dienstleistungen zur Eintragung in das Register angemeldet:

„Werbung, Herausgabe von Werbetexten, Aktualisieren von Werbematerial, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten, betriebswirtschaftliche Beratung, Ausstellen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten, Beratung bei der Organisation und Führung von Ausbildungs-, Schulungs- und Lehrbetrieben, Beratung in Fragen der Geschäftsführung, Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Verpachtung und Vermietung von Werbematerialien;

Erziehung, Ausbildung, Schulungen, Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Veranstaltungen, Verpachtung und Vermietung von Ausstellungen für Unterrichts- und Informationszwecke; Veröffentlichung von Büchern, insbesondere Ausbildungs-, Informations-, Sach- und Schulungsbücher; Durchführen von Lehrver-

anstaltungen; Fernkurse; Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexten); Organisation und Veranstaltungen von Konferenzen, Kongressen und Symposien; Demonstrationsunterricht in praktischen Übungen; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren, Lehrveranstaltungen und Workshops; Leitung von Konferenzen, Kongressen, Lehrveranstaltungen, Symposien und Workshops; Vermietung und Verpachtung von Lehr- oder Unterrichtsmaterialien;

Verpflegung; Beherbergung von Gästen; wissenschaftliche und industrielle Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistung eines Architekten; Dienstleistungen eines Innenarchitekten; Dienstleistungen eines Bauingenieurs; Dienstleistungen eines Fachplaners, insbesondere im Installationsbereich (Elektro, Wasser, Heizung); Bauberatung; Vermietung und Verpachtung von transportablen Bauten; gewerbsmäßige Beratungen (ausgenommen Unternehmensberatung); Beratungen auf dem Gebiet der Veranstaltung und Durchführung von Seminaren, Lehrveranstaltungen bzw. Workshops sowie des Betriebes von Ausstellungen; Lizenzvergabe von gewerblichen Schutzrechten; Erstellung von technischen, insbesondere bautechnischen, Gutachten; Konstruktionsplanung, Projektplanungen; Verwaltungen und Vermietung von Ausstellungsgeländen“.

Die mit einem Regierungsangestellten des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung zurückgewiesen, weil die angemeldete Marke als beschreibende Angabe einem Freihaltebedürfnis unterliege und auch nicht die erforderliche Unterscheidungskraft aufweise. Die Wortkombination „Bau-Medien-Zentrum“ bezeichne einen Ausstellungs- und Lernort für Fach- und Privatleute, an dem Informationen über das Bauen vermittelt würden. In diesem Sinne werde der Begriff auch tatsächlich im

Verkehr verwendet. Alle beanspruchten Dienstleistungen könnten im Rahmen eines Bau-Medien-Zentrums angeboten werden oder die Planung, den Bau und den Betrieb einer solchen Einrichtung zum Gegenstand haben.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Nach ihrer Auffassung läßt die angemeldete Marke offen, ob es um ein Medienzentrum für den Baubereich oder um ein Zentrum für Baumedien (Baustoffe) geht. Schon wegen dieser Mehrdeutigkeit eigne sich die angemeldete Marke nicht als beschreibende Angabe. Im übrigen gingen die von der Markenstelle angeführten Verwendungen des Begriffs „Bau-Medien-Zentrum“ ausnahmslos auf die Anmelderin bzw. auf Unternehmen zurück, die mit ihr in Verbindung ständen. Eine Benutzung durch Dritte finde nicht statt.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist gemäß § 165 Abs. 4 MarkenG statthaft und auch im übrigen zulässig, in der Sache jedoch nicht begründet. Die Markenstelle hat zu Recht angenommen, daß die angemeldete Marke wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) von der Eintragung ausgeschlossen ist.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Dienstleistungen (oder Waren) eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Nach der Rechtsprechung des Bun-

desgerichtshofs unterliegen Wortmarken u.a. dann dem Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft, wenn sie im Hinblick auf die erfaßten Dienstleistungen (oder Waren) einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Sinngehalt aufweisen (vgl. BGH GRUR 2003, 1050 „Cityservice“). Das ist hier der Fall.

Wie die Markenstelle zutreffend dargelegt hat, läßt sich die Begriffsbildung „Bau-Medien-Zentrum“ zwar nicht lexikalisch belegen, sie hat aber Eingang in den tatsächlichen Sprachgebrauch gefunden. So wird in der Leipziger Volkszeitung vom 16. Oktober 2002 über das Vorhaben berichtet, in Leipzig ein „Bau-Medien-Zentrum“ zu errichten, in dem „Informationen, Technologien und Wissen rund um das Thema nachhaltiges Bauen“ angeboten werden sollen (vgl. Anlage 1 zum angefochtenen Beschluß). Der Verband „Kultur und Umwelt in Rieseberg e.V.“ beabsichtigt ebenfalls die Einrichtung eines „Bau-Medien-Zentrums“ als „Ausstellungszentrum und Lernort für Fach- und Privatleute“ (Anlage 2 zum angefochtenen Beschluß). Auch der „BAUfairBUND“, nach eigener Darstellung ein seit 1. April 2002 in Ahlen bestehender Zusammenschluß von Planungs- und Bauhandwerksbetrieben, arbeitet am Aufbau eines „virtuellen Bau-Medien-Zentrums“, das den Austausch zwischen den verschiedenen am Bau beteiligten Gewerken erleichtern und als umfassender Wissenspool Außenstehenden ebenso wie Baubetrieben, Architekten, Planern, Handwerkern, Bauherren sowie Industrie und Handel zur Verfügung stehen soll (Anlagen 3 und 4 zum Beschluß der Markenstelle).

Demnach wird der Begriff „Bau-Medien-Zentrum“ von unterschiedlichen Anbietern zur Bezeichnung einer Einrichtung verwendet, in der Informationen und andere Dienstleistungen für den gesamten Bereich des Bauwesens angeboten werden. Aufgabe eines Bau-Medien-Zentrums sind nach diesen Darstellungen darüber hinaus die Durchführung von Ausstellungen und Schulungen für alle am Bauwesen interessierten Verkehrskreise. Daß die genannten Anbieter mit der Anmelderin – wie von dieser behauptet – in Verbindung stehen, ist den zitierten Internet-Seiten nicht zu entnehmen und im übrigen unerheblich. Entscheidend ist allein, daß der Verkehr dem Begriff „Bau-Medien-Zentrum“ nachweislich einen bestimmten

Sinngehalt zuordnet, der ein spezifisches, wenngleich weit gefächertes Dienstleistungsangebot nicht seiner betrieblichen Herkunft nach kennzeichnet, sondern seiner Art nach beschreibt. Bestätigt wird dies auch durch das auf der Internetseite der Industrie- und Handelskammer Aachen bereitgestellte Unternehmensprofil der Anmelderin. Unter der Rubrik „Produktions- und Dienstleistungsspektrum“ werden dort genannt: „Bau-Medien-Zentrum, natürliche Dämmstoffe, Garten- und Landschaftsbauprodukte“ usw. (Anlage 7 zum Beschluß der Markenstelle). Auch insoweit wird der Begriff „Bau-Medien-Zentrum“ somit nicht als individuelle Kennzeichnung, sondern zur Beschreibung eines Dienstleistungsangebots verwendet.

Die von der Anmelderin gesehene Mehrdeutigkeit des Begriffs „Bau-Medien-Zentrum“ tritt bei alledem nicht zutage. Die Überlegung, ob es sich dabei um ein „Bau-Medienzentrum“, also ein Medienzentrum für den Baubereich, oder um ein „Bau-medien-Zentrum“, also ein Zentrum für Baumedien (im Sinne von Baustoffe) handelt, wird im Verkehr nicht angestellt. Sie beruht auf einer analysierenden Betrachtungsweise, die bei der markenrechtlichen Beurteilung außer Betracht zu bleiben hat (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rn. 73).

Die von der Anmeldung beanspruchten Dienstleistungen

„Werbung, Herausgabe von Werbetexten, Aktualisieren von Werbematerial, betriebswirtschaftliche Beratung, Ausstellen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten, Beratung bei der Organisation und Führung von Ausbildungs-, Schulungs- und Lehrbetrieben, Beratung in Fragen der Geschäftsführung, Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Verpachtung und Vermietung von Werbematerialien;

Erziehung, Ausbildung, Schulungen; Veranstaltungen, Verpachtung und Vermietung von Ausstellungen für Unterrichts- und Informationszwecke; Veröffentlichung von Büchern, insbesondere Ausbildungs-, Informations-, Sach- und Schulungsbücher; Durchführen von Lehrveranstaltungen; Fernkurse; Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexten); Organisation und Veranstaltungen von Konferenzen, Kongressen und Symposien; Demonstrationsunterricht in praktischen Übungen; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren, Lehrveranstaltungen und Workshops; Leitung von Konferenzen, Kongressen, Lehrveranstaltungen, Symposien und Workshops; Vermietung und Verpachtung von Lehr- oder Unterrichtsmaterialien;

wissenschaftliche und industrielle Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistung eines Architekten; Dienstleistungen eines Innenarchitekten; Dienstleistungen eines Bauingenieurs; Dienstleistungen eines Fachplaners, insbesondere im Installationsbereich (Elektro, Wasser, Heizung); Bauberatung; Vermietung und Verpachtung von transportablen Bauteilen; gewerbsmäßige Beratungen (ausgenommen Unternehmensberatung); Beratungen auf dem Gebiet der Veranstaltung und Durchführung von Seminaren, Lehrveranstaltungen bzw. Workshops sowie des Betriebes von Ausstellungen; Lizenzvergabe von gewerblichen Schutzrechten; Erstellung von technischen, insbesondere bautechnischen, Gutachten; Konstruktionsplanung, Projektplanungen; Verwaltungen und Vermietung von Ausstellungsgeländen“

gehören ersichtlich zum Kernbereich der Tätigkeit eines Bau-Medien-Zentrums.

Auch die Dienstleistungen

„Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten“

können naheliegenderweise von einem Bau-Medien-Zentrum erbracht werden, z.B. im Rahmen der Betreuung größerer Bau-, auch Muster-Bauprojekte.

Bei den Dienstleistungen

„Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Verpflegung; Beherbergung von Gästen“

handelt es sich um Angebote, die von einem Bau-Medien-Zentrum typischerweise als Neben-Dienstleistungen erbracht werden können, z.B. im Rahmen länger andauernder Schulungen, Seminare und Tagungen.

Die angemeldete Marke beschreibt nach alledem lediglich mit einem im Verkehr etablierten Begriff die Angebotsstätte der von der Anmeldung erfaßten Dienstleistungen. Ein Hinweis auf die individuelle betriebliche Herkunft dieser Dienstleistungen kann ihr dagegen nicht entnommen werden. Bei dieser Sachlage muß die erforderliche Unterscheidungskraft verneint werden.

Dr. Ströbele

Kirschneck

Dr. Hacker

Bb