



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 160/04

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
12. Dezember 2006

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 302 52 764.8**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 12. Dezember 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 35 vom 16. Februar 2004 und 26. April 2004 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung zurückgewiesen worden ist.

## **Gründe**

### **I**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 28. Oktober 2002 die Wortmarke

### **PHARMA DIREKT**

für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 3, 5, 35, 39, 41, 42 und 44 zur Eintragung in das Register angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 35 hat die Anmeldung durch Erstprüferbeschluss vom 16. Februar 2004 zurückgewiesen. Im Erinnerungsbeschluss vom 26. April 2004 wurde der Erstprüferbeschluss insoweit aufgehoben, als darin die Anmeldung der Marke für die Waren und Dienstleistungen „Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Büroarbeiten; Veranstaltung von Reisen; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten“ zurückgewiesen worden war. Im Übrigen wurde die Erinnerung zurückgewiesen.

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, dass es der begehrten Marke an der erforderlichen Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle. In Verbindung mit den zurückgewiesenen Waren sei die Marke nur ein Hinweis auf

den Direktvertrieb dieser zum Pharmabereich gehörigen Produkte. Der Begriff „PHARMA“ werde in unterschiedlichen Wortkombinationen als ein gängiges Kurzwort u. a. für Pharmazie verwendet. Bei dem weiteren Bestandteil „DIREKT“ handle es sich um eine werbeübliche Eigenschaftsangabe im Sinne von „ohne Umweg“, die auf dem vorliegenden Warengbiet, auf dem der Direktversand eine zunehmende Bedeutung gewinne, eine entsprechende Vertriebsform bezeichne, die hinsichtlich der Waren etwa Kostenvorteile verspräche. Hinsichtlich der zurückgewiesenen Dienstleistungen beschreibe die angemeldete Marke deren Ausrichtung auf den Direktvertrieb im Pharmabereich. Hinsichtlich der zugelassenen Waren lasse sich weder ein unmittelbar beschreibender Gehalt im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG noch eine mangelnde Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG feststellen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, soweit die Eintragung der Marke nicht zugelassen worden ist. Sie beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

Sie hat im Verfahren vor dem Bundespatentgericht ihr Dienstleistungsverzeichnis beschränkt wie folgt:

Klasse 3: Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Parfümerien;

Klasse 35: Büroarbeiten;

Klasse 39: Veranstaltung von Reisen;

Klasse 41: Erziehung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten;

Klasse 42: wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; alle vorgenannten Dienstleistungen der Klasse 42 nicht auf dem Gebiet der Wirtschaftswissenschaften.

Sie trägt vor, dass eine Vielzahl von Kennzeichnungen bekannt sei, die die Worte „PHARMA“ oder „DIREKT“ enthielten. Die angemeldete Gesamtmarke würde allerdings nur im Zusammenhang mit Veröffentlichungen der Anmelderin selbst verwandt werden. Bei den nunmehr noch begehrten Waren und Dienstleistungen liege die von der Markenstelle unterstellte Bedeutung der angemeldeten Marke denkbar fern.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt und das Protokoll der mündlichen Verhandlung Bezug genommen.

## II

Die Beschwerde ist begründet. Der Senat hält die beanspruchte Marke jedenfalls nach der Einschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses für unterscheidungskräftig und freihaltungsbedürftig. Ihrer Eintragung stehen daher keine absoluten Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen.

1. Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren und Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 - Henkel; GRUR 2004, 1027 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Keine Unterscheidungs-

kraft besitzen nach der Rechtsprechung vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674 - Postkantoor; ähnlich BGH MarkenR 2005, 145 - BerlinCard).

Dies ist hinsichtlich der nunmehr noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht der Fall.

Die hier begehrte Marke setzt sich aus den Begriffen „PHARMA“ und „DIREKT“ zusammen. „PHARMA“ ist dem Verkehr als auch im allgemeinen Sprachgebrauch als gängiges und geläufiges Kürzel bekannt und wird in einer Vielzahl von Firmenkennzeichnungen (vgl. hierzu z. B. BGH GRUR 1992, 550 - ac-pharma) und Wortkombinationen, aber auch in Alleinstellung als Hinweis auf oder als Synonym für „Pharmazie“, „pharmazeutisch“, „Pharmazeutika“ oder auch „Pharmaunternehmen“ sowie allgemein für „Pharma-Bereich“ verwandt (so auch BPatG 25 W (pat) 63/01 - PHARMA NETWORK; HABM, R0209/98-3 - PHARMWEB). „DIREKT“ ist als Hinweis auf den unmittelbaren Kontakt eines Unternehmens zu den Abnehmern gebräuchlich (vgl. u. a. Begriffe wie „Direktmail“, „Direktbank“ oder „Direktwerbung“ - ähnlich auch BPatG, 32 W 87/99 - PC DIREKT; BPatG, 33 W (pat) 72/97 - TELEDIREKT).

Die Verkehrskreise werden daher den Gesamtbegriff ohne weiteres dahingehend verstehen, dass die so begehrten Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Direktvertrieb aus dem Pharmabereich stehen.

Es bedarf allerdings mehrerer Zwischenschritte, um einen Zusammenhang zwischen dem beanspruchten Gesamtzeichen und den nunmehr noch streitgegenständlichen Waren und Dienstleistungen herzustellen. In der Klasse 3 ist streitgegenständlich nur noch die Ware „Parfümerien“. Dabei handelt es sich gerade nicht um pharmazeutische Produkte, sondern um solche, die lediglich der Schönheits-

pflege dienen. Auch die Dienstleistung der Klasse 41 „Erziehung“ steht nicht im Zusammenhang mit dem dargestellten Sinngehalt der hier begehrten Marke. Gleiches gilt hinsichtlich der noch streitgegenständlichen Dienstleistungen der Klasse 42. Die Anmelderin hat durch den Zusatz: „alle vorgenannten Dienstleistungen der Klasse 42 nicht auf dem Gebiet der Wirtschaftswissenschaften“ klargestellt, dass sich die hier begehrten Forschungsdienstleistungen gerade nicht mit guten Vertriebsmöglichkeiten hinsichtlich pharmazeutischer Produkten beschäftigen.

Es fehlt daher insgesamt an ausreichenden Anhaltspunkten dafür, dass die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Marke im Sinne einer Aussage über eine bestimmte Eigenschaft oder ein sonstiges Merkmal der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen werten, nicht aber als Kennzeichnungsmittel verstehen werden.

2. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind von der Eintragung weiter solche Marken ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. der Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen dienen können (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt; EuGH GRUR 2004, 146 - DOUBLEMINT). Solche Zeichen oder Angaben müssen im Gemeininteresse aller Unternehmen zur freien Verfügung belassen werden (vgl. EuGH GRUR 2004, 680 - BIOMILD).

Solche Umstände werden durch die angemeldete Marke „PHARMA DIREKT“ nicht ausreichend klar und verständlich genannt. Eine Verwendung der Bezeichnung als beschreibende Angabe im Zusammenhang mit den verbliebenen Waren und Dienstleistungen konnte der Senat nicht nachweisen. Von einem auf gegenwärtiger Benutzung als Sachangabe beruhenden Freihaltebedürfnis kann daher insofern nicht ausgegangen werden. Ebenso wenig liegen hinreichende Anhaltspunkte dafür vor, dass im Zusammenhang mit diesen Waren und Dienstleistungen in Zu-

kunft eine Verwendung der angemeldeten Bezeichnung als Sachangabe erfolgen wird.

gez.

Unterschriften