



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 518/10

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 59 224.3

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 29. September 2011 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, der Richterin Winter und der Richterin Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung als Wort-/Bildmarke mit den Farben rot, dunkelblau angemeldet ist das Zeichen



für die Dienstleistungen „Werbung und Geschäftsführung, Wissenschaftliche Forschung, Ärztliche Versorgung, Gesundheitspflege“.

Die Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 23. Februar 2010 gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen, weil dem Zeichen jegliche Unterscheidungskraft fehle. Der Begriff „CARDIOLOGICUM“ stelle die Suffix-Ableitung des Wortes „Cardiologie“ dar; das sei ein Teilgebiet der Medizin, das sich mit Herz-Kreislaufkrankungen befasse. Derartige Nomensuffixbildungen seien gerade in der Wissenschafts- und der Medizinsprache ausgesprochen häufig insbesondere zur Bildung von Fachbegriffen für universitäre und außeruniversitäre (natur-)wissenschaftliche, technische und medizinische Einrichtungen, Institute, Lehrstühle, Studiengänge etc. „HAMBURG“ sei eine geografische Angabe, die in Verbindung mit dem Begriff „CARDIOLOGICUM“ beschreibend auf den Standort einer herz- kreislaufmedizinischen Dienstleistungsangebotsstätte hinweise. Die typografische Gestaltung und

die Herzsymboldarstellung seien als werbeübliche Hervorhebungsmittel nicht geeignet, von der Sachaussage wegzuführen.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er hält mit näheren Ausführungen das angemeldete Zeichen für schutzfähig; er verweist dazu auf eine Wortneubildung, fehlenden lexikalischen Eintrag, fehlende eindeutige Bedeutung des Wortes „CARDIOLOGICUM“ und meint, dass zumindest die grafische Gestaltung den Schutz begründe. Er verweist ferner auf Voreintragungen von Marken mit der Endung „-ikum/-icum“.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 23. Februar 2010 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache nicht begründet. Die angemeldete Marke ist wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen; die Markenstelle hat die Anmeldung damit zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG bedeutet nach ständiger Rechtsprechung, dass die Marke im Hinblick auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise geeignet sein muss, die Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und somit diese Produkte oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Die Beurteilung der Unter-

scheidungskraft hat sich daher einerseits an den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits an der Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise zu orientieren (st. Rspr.; EuGH GRUR 2008, 608 ff. - Rn. 66, 67 - EUROHYPO; GRUR 2006, 229 - Rn. 27 ff. - BioID; GRUR 2004, 674 - Rn. 34 - POSTKANTOOR; BGH GRUR 2010, 935 - Rn. 8 - Die Vision; GRUR 2010, 825, 826 - Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2009, 952 - Rn. 9 - Deutschland-Card; GRUR 2006, 850, 854 - Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2005, 257 - Bürogebäude; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; BGH GRUR 2001, 1153, 1154 - anti KALK). Als beteiligte Verkehrskreise sind alle Kreise zu verstehen, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann. Die maßgeblichen Verkehrskreise definiert der EuGH als den Handel und/oder den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 23 m. w. N.; vgl. z. B. EuGH GRUR 2006, 411, 413 - Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla).

Keine Unterscheidungskraft kommt Bezeichnungen zu, die einen beschreibenden Begriffsinhalt aufweisen, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Darüber hinaus fehlt die erforderliche Unterscheidungskraft auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (BGH WRP 2010, 1504, 1506 - Rn. 23 - TOOOR!; GRUR 2009, 949, 951 - Rn. 20 - My World; GRUR 2009, 411 - Rn. 9 - STREETBALL; GRUR 2006, 850, 854 - Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006).

Nach diesen Grundsätzen fehlt dem zur Eintragung in das Markenregister angemeldeten Zeichen, das aus den Wörtern **CARDIOLOGICUM** in der Farbe blau und **HAMBURG** in der Farbe rot sowie dem Bild eines grafisch gestalteten Herzens unter Verwendung der Farbe rot besteht, bezüglich der beanspruchten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Der Markenbestandteil **CARDIOLOGICUM** ist abgeleitet von dem Wortbildungselement „Kardio-“ bzw. „Cardio-“ mit der Bedeutung „Herz“ (vgl. Duden, Das große Fremdwörterbuch, 4. Aufl. 2007, S. 694; Pschyrembel, Klinisches Wörterbuch, 261. Aufl. 2007, S. 958); „Kardiologie“ ist die Lehre vom Herzen und Teilgebiet der Medizin, das sich mit der Funktion und den Erkrankungen des Herzens befasst, sowie auch die Bezeichnung für eine Fachabteilung eines Krankenhauses; ein „Kardiologe“ ist ein Facharzt und Wissenschaftler auf dem Gebiet der Kardiologie (vgl. Duden a. a. O. S. 694). Der Wortbestandteil „-ikum“ bzw. „-icum“ ist eine Endung sächlicher Substantive, die eine bestimmte Sache, einen Zeitabschnitt und Ähnliches bezeichnen (vgl. Duden a. a. O. S. 600). Ein „Technikum“ ist eine technische Fachschule, ein „Praktikum“ ist eine außerhalb der (Hoch-)Schule abzuleistende praktische Tätigkeit in einer Organisation oder Institution. Im Bereich der Medizin werden mit dieser Endung häufig Heilmittel bezeichnet (Antibiotikum, Kardiakum, Narkotikum, Therapeutikum); ein „Klinikum“ ist ein Zusammenschluss von Kliniken unterschiedlicher Fachgebiete zur Gesundheitsversorgung (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 7. Aufl., S. 1004; 1365; 1737); daneben widmen sich derartige Zusammenschlüsse zu einem Klinikum im Allgemeinen der Lehre und Forschung.

Das Wort **CARDIOLOGICUM** reiht sich in die obengenannten vergleichbar gebildeten Ableitungen mit dem Bestandteil „-ikum“ ein. Da die Bedeutung der Markenbestandteile nicht abstrakt-lexikalisch zu beurteilen, sondern stets im Zusammenhang mit den jeweils beanspruchten Dienstleistungen zu sehen ist (vgl. BGH GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt), die im vorliegenden Fall den Bereich der Wissenschaft und Medizin betreffen oder betreffen können, liegt

das Verständnis des Wortes **CARDIOLOGICUM** im Sinn von „Einrichtung für die Erkennung/Behandlung von Herzerkrankungen“ auf der Hand. Es handelt sich dabei um eine beschreibende Sachangabe zu Art, Erbringungsstätte oder Bestimmung der so gekennzeichneten Dienstleistungen, die für die damit angesprochenen Fachverkehrskreise wie auch für die allgemeinen Verkehrskreise aufgrund der genannten, allgemein bekannten Verwendungsformen ohne Weiteres erkennbar ist.

Daraus, dass die Endung „-ikum“ bzw. „-icum“, wie oben ausgeführt, in unterschiedlichen Zusammenhängen verwendet wird, lässt sich entgegen der Auffassung des Anmelders keine schutzbegründende Mehrdeutigkeit ableiten. In rechtlicher Hinsicht ist es nicht erforderlich, dass der Verkehr die Bezeichnung in allen Bedeutungsmöglichkeiten als sachbezogenen Begriff wahrnimmt. Ein Zeichen ist nämlich bereits dann von der Eintragung ausgeschlossen, wenn es auch nur in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (vgl. EuGH MarkenR 2003, 450 - DOUBLE-MINT; EuGH MarkenR 2004, 111, 115 - BIOMILD/Campina Melkunie). Auch auf die Frage der Neuheit einer Wortbildung kommt es entgegen der Auffassung des Anmelders nicht an; die Feststellung der Unterscheidungskraft einer Marke erfolgt im Wege einer Prognose unabhängig von einer Benutzung (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl. § 8 Rdn. 89 m. w. N.).

Das Wort **HAMBURG** ist der Name der zweitgrößten Stadt Deutschlands, in der zahlreiche Einrichtungen für die Gesundheitsversorgung angesiedelt sind und gibt einen Hinweis auf die geografische Herkunft der beanspruchten Dienstleistungen. Dass sich dort verschiedene Einrichtungen für die genannten Dienstleistungen ansiedeln können, erscheint angesichts der Größe und wirtschaftlichen Bedeutung dieser Stadt als möglich (vgl. BGH GRUR 2003, 882 - Lichtenstein).

Die aus beschreibenden Bestandteilen sprachüblich zusammengesetzte Wortfolge **CARDIOLOGICUM HAMBURG** in ihrer Gesamtheit enthält keinen Aussagegehalt, der über die Bedeutung ihrer einzelnen Bestandteile hinausgeht (vgl. EuGH GRUR 2006, 229, Rdn. 29 - BioID). Im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 44, die zum typischen Tätigkeitsgebiet einer kardiologischen Abteilung eines Krankenhauses gehören, bringt die beanspruchte Angabe **CARDIOLOGICUM HAMBURG** zum Ausdruck, dass sie durch eine Klinikeinrichtung auf dem Fachgebiet der Kardiologie angeboten oder erbracht werden. Eine kardiologisch umfassende Betreuung erstreckt sich über den üblichen Diagnose- und Behandlungsbereich hinaus gerade bei Klinikzentren auch auf das Gebiet der wissenschaftlichen Forschung, wie auch beansprucht. Die Dienstleistungen der Klasse 35 können auf ein derartiges Klinikum bezogen sein.

Diese Bezeichnung wird deshalb in der Wahrnehmung der angesprochenen Verkehrskreise in naheliegender und im Vordergrund stehender Weise als Sachhinweis verstanden, nicht aber als betrieblicher Herkunftshinweis.

Entsprechende Feststellungen hat das Bundespatentgericht zu vergleichbaren Wortbildungen „Pneumologikum Frankfurt“ (Az 30 W (pat) 14/10), „radiologicum“ (Az.: 30 W (pat) 74/10) und „Orthopaedicum“ (Az.: 30 W (pat) 28/10) getroffen; diese Entscheidungen sind auf der Homepage des Gerichts veröffentlicht.

Zwar kann eine nicht unterscheidungskräftige Wortmarke auf Grund der Gesamtgestaltung über Unterscheidungskraft verfügen, wenn sie grafische Elemente mit charakteristischen Merkmalen aufweist, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht. Einfache grafische Gestaltungselemente oder Verzierungen des Schriftbildes, an die sich der Verkehr durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, reichen aber nicht aus, um in Kombination mit einem nicht unterscheidungskräftigen Wortbestandteil dem Gesamtzeichen Unterscheidungskraft zu verschaffen (BGH GRUR 2001, 1153 - anti KALK; GRUR 2008, 710, Nr. 20 - VISAGE). Dies gilt hier für die Leerstellen zwischen den einzelnen Buchstaben

des Wortes **HAMBURG** sowie die zweizeilige Anordnung und die Verwendung der Farben rot und blau, die dem angemeldeten Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft nicht zu vermitteln vermögen, da diese Darstellung nichts an dem sachbezogenen Informationsgehalt der ansonsten leicht verständlichen Bezeichnung ändert. Eine solche Art der grafischen Darstellung wird häufig als Gestaltungsmittel zu Werbezwecken eingesetzt und liegt mittlerweile im Rahmen des Üblichen. Die Schutzfähigkeit eines Zeichens kann damit nicht begründet werden. Ebenso wenig vermag hier die in der angemeldeten Marke enthaltene Grafik, die stilisiert ein Herz darstellt und damit ebenfalls beschreibenden Charakter hat, den Markenschutz zu begründen.

Die Schutzfähigkeit des Zeichens ergibt sich auch nicht unter Berücksichtigung der vom Anmelder angeführten Voreintragungen, die u. a. ebenfalls Wörter mit der Endung „-icum/-ikum“ enthalten. Die höchstrichterliche Rechtsprechung sowohl des Bundesgerichtshofes als auch des Europäischen Gerichtshofes geht davon aus, dass die Schutzfähigkeit einer neu angemeldeten Marke bezogen auf den konkreten Einzelfall und ausschließlich anhand der gesetzlichen Bestimmungen zu prüfen ist, die insoweit keinen Ermessensspielraum vorsehen; einer vorgängigen Amtspraxis kommt damit keine entscheidende Bedeutung zu (BGH GRUR 2008, 1093, 1095, Nr. 18 - Marlene-Dietrich-Bildnis; EuGH MarkenR 2009, 478, 484, Rn. 57 - American Clothing/HABM, jeweils m. w. N.; BGH GRUR 2011, 230, - Rn. 10, 12 - SUPERgirl).

Auch die Erwägungen der Entscheidung des Bundespatentgerichts 33 W (pat) 28/08 (veröffentlicht auf der Homepage des Gerichts), mit der die Marke „Genetikum“ für schutzfähig erachtet wurde, können der Beschwerde nicht zum Erfolg verhelfen. Denn anders als Herzerkrankungen, auf die im vorliegenden Fall mit dem Wort „CARDIOLOGICUM“ Bezug genommen wird, ist „Genetik“ als Vererbungslehre keine Krankheit, die einer Behandlung in einer spezialisierten Einrichtung zugänglich ist.

Die Marke kann damit ihre Hauptfunktion, nämlich den Verkehrskreisen die Ursprungsidentität der mit ihr gekennzeichneten Dienstleistungen zu garantieren, nicht erfüllen. Die angemeldete Marke ist nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Hacker

Winter

Hartlieb

CI