

BUNDESPATENTGERICHT

Leitsatz

Aktenzeichen:	27 W (pat) 561/12
Entscheidungsdatum:	13. Dezember 2012
Rechtsbeschwerde zugelassen:	nein
Normen:	§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG

Ruhr Universität Bochum

1. „Ruhr Universität Bochum“ ist wie ein üblicher und oft als Kennzeichen verstandener Name einer Einrichtung gebildet.
2. In der Kombination mit „Bochum“ wirkt das örtlich weniger präzise „Ruhr“ als Name.



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 561/12

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2011 052 660.5

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richterin Werner am 13. Dezember 2012

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle vom 21. September 2012 wird insoweit aufgehoben, als dem angemeldeten Zeichen der Markenschutz versagt wurde.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wort- / Bild-Marke

The logo of Ruhr University Bochum is displayed in a large, bold, blue sans-serif font. The text is arranged in three lines: "RUHR" on the top line, "UNIVERSITÄT" on the middle line, and "BOCHUM" on the bottom line. The letters are all in uppercase and have a consistent weight and spacing.

für eine Reihe von Waren und Dienstleistungen hat die Markenstelle mit dem angefochtenen Beschluss teilweise, nämlich für nachfolgend genannte Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen:

Klasse 9:

Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -Instrumente; Computer; Computerperipheriegeräte; Datenverarbeitungsgeräte; Modems; Monitore;

Notebooks; Anschlussteile für elektrische Leitungen; Apparate und Instrumente für die Astronomie; Apparate zum Aufzeichnen von Entfernungen; audiovisuelle Unterrichtsapparate, belichtete Filme; Belichtungsmesser; Beobachtungsinstrumente; Bildfunkgeräte; Bildtelefone; chemische Apparate und Instrumente; Chips; Compact-Disks; Disketten; Diskettenlaufwerke für Computer; Dosiergeräte; Drucker; Dunkelkammern; DVDs; elektronische Anzeigetafeln; elektronische Stifte; elektronische Taschenübersetzer; Empfangsgeräte; Entstörgeräte; Epidiaskope; Ergometer; Fotometer; Halbleiter; Hologramme; integrierte Schaltkreise; Interfaces; Karten mit integrierten Schaltkreisen; Lesegeräte; Magnetkarten; Mikrofone; Mikroprozessoren; Mikroskope; physikalische Apparate und Instrumente; Plotter; Polarimeter; Präzisionsmessgeräte; Projektionsgeräte; Scanner; Smartcards; Strahlenmesser; Strichcode-Leser; Taschenrechner; Telefonapparate; Vergrößerungsapparate; Verteilertafeln; Videorecorder; Wellenmesser; Zählwerke; Zeitschaltuhren, nicht für Uhrwerke

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse; Bedienungs- und Benutzeranleitungen; Broschüren und Prospekte; Bücher; Zeitschriften; Diagramme; Fotografien; grafische Darstellungen; Handbücher; Kataloge; Lehr- und Unterrichtsmaterial (ausgenommen Apparate); Programmdokumentationen

Klasse 35:

Organisation von Messen mit den Themeninhalten Kultur und Unterhaltung; Betrieb einer Datenbank, nämlich Aktualisieren von Daten aller Art in Computerdatenbanken für Dritte

Klasse 38:

Betrieb einer Datenbank, nämlich Weiterleiten von Daten aller Art für Dritte (elektronische Übermittlung); Internet-Dienstleistungen, nämlich Bereitstellung des Zugriffs auf Computersoftware im Internet

Klasse 41:

Dienstleistungen einer Universität, nämlich Erziehung und Unterricht, Fernunterricht, Fernstudium, Fernkurse, Durchführung von akademischen Prüfungen, Fortbildungsberatung, Ausbildungsberatung, Betrieb von Sportanlagen, Durchführung von Studiengängen, Durchführung von akademischen Prüfungen, Erziehung, Ausbildung und Unterricht, Fort- und Weiterbildung, Wissensvermittlung anhand von internetbasierten Medien, Veranstaltung und Durchführung von Workshops (Ausbildung), Präsentation von Schulungsinhalten zu Lehrzwecken, Ausbildungsberatung, Coaching, Demonstrationsunterricht in praktischen Übungen, Auskünfte und Informationen über Veranstaltungen, Betrieb von Kindergärten (Erziehung), Erstellen von Publikationen mit dem Computer, Organisation und Veranstaltung von Konferenzen, Organisation und Veranstaltung von Kongressen, Konzerten, Symposien, Personalentwicklung durch Aus- und Fortbildung, Herausgabe und Publikation von Druckerzeugnissen, Büchern und Zeitschriften (auch in elektronischer Form, ausgenommen für Werbezwecke), Veranstaltung und Durchführung von Seminaren, Workshops und Kolloquien, Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle und Unterrichtszwecke; Betrieb von Tonstudios; Dienstleistungen eines Ton- und Fernsehstudios; Erziehungsberatung; Herausgabe von Texten, soweit in Klasse 41 enthalten; Herausgabe von Verlags- und Druckereierzeugnissen in elektronischer Form, auch in Intranetzen und im Internet; Auskünfte über Veranstaltungen; Mon-

tage (Bearbeitung) von Videobändern; Multimediadienstleistungen, nämlich Produktion von Multimediapräsentationen; Organisation und Veranstaltung von Events, nämlich von kulturellen und/oder sportlichen Veranstaltungen, Kongressen und von Symposien; Organisation von Ausstellungen und Seminaren für Kultur- und Unterhaltungszwecke; Theateraufführungen; Veranstaltung und Leitung von Workshops und Kolloquien; Veröffentlichung von Büchern; Internet-Dienstleistungen, nämlich Bereitstellen von Unterhaltungsprogrammen im Internet; Bereitstellung von elektronischen Zeitungen und Zeitschriften im Intra- bzw. Internet

Klasse 42:

Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen; Erstellung wissenschaftlicher Gutachten; wissenschaftliche Forschung; wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; Dienstleistungen einer Multimediadatenbank, nämlich Sammeln (elektronische Datenspeicherung), Speichern (elektrische Datenspeicherung) und zur Verfügung stellen von Software, Daten, Bildern, Audio- und/oder Videoinformationen mittels Internet oder Intranet, einschließlich der Vermietung von Datenbankhardware und Datenbanksoftware; Administration von auf dem Server abgelegten Daten (Serveradministration); Aktualisieren von Computersoftware; Betrieb einer Datenbank, nämlich Sammeln (elektronische Datenspeicherung), Speichern (elektronische Datenspeicherung) von Daten aller Art für Dritte; Design von Computersoftware; Design von Homepages und Web-Seiten; Dienstleistungen einer Internetagentur, nämlich Konzeption (Design) durch Zurverfügungstellen, Wartung und Pflege von Internetinhalten (Software); Dienstleistungen eines EDV-Programmierers; Dienstleistungen eines Internetproviders, nämlich Wartung von Software für Internetzugänge;

Erstellen von Web-Seiten im Internet; Internet-Dienstleistungen, nämlich Aufbau, technische Beratung beim Betrieb und Wartung von Netzwerken (Software); Internet-Dienstleistungen, nämlich Vermietung von Webservern; Internet-Dienstleistungen, nämlich Zurverfügungstellung von Speicherplätzen im Internet; Netzwerkmanagement, nämlich Leistungsüberwachung und Analyse des Netzwerkbetriebes; Pflege und Installation von Software; Vermietung von Computersoftware; Webhousing, nämlich Zurverfügungstellung von Speicherkapazitäten zur externen Nutzung sowie Zurverfügungstellen von Web-Space; Wiederherstellung von Computerdaten.

Klasse 44:

Dienstleistungen eines medizinischen Labors; Vermietung von medizinischen Geräten.

Das hat die Markenstelle damit begründet, der Bestandteil „RUHR“ weise auf einen Fluss in Nordrhein-Westfalen hin und diene auch als Abkürzung für das Ruhrgebiet, wie in Wortzusammensetzungen wie „Ruhrfestspiele“ oder „Ruhrstatus“. „UNIVERSITÄT“ bezeichne eine Hochschule für wissenschaftliche Ausbildung und Forschung in zahlreichen Fachgebieten. „BOCHUM“ sei wie „RUHR“ eine geografische Herkunftsangabe. Dass sich dort verschiedene Einrichtungen für die maßgebliche Waren und Dienstleistungen ansiedeln könnten, erscheine angesichts der Größe und wirtschaftlichen Bedeutung dieser Stadt möglich.

Die aus beschreibenden Bestandteilen sprachüblich zusammengesetzte Wortfolge „RUHR UNIVERSITÄT BOCHUM“ enthalte auch in ihrer Gesamtheit keinen Aussagegehalt, der über die Bedeutung ihrer einzelnen Bestandteile hinausgehe. Es sei ohne weiteres denkbar, dass im Ruhrgebiet, speziell in Bochum, mehrere Universitäten beheimatet sein oder angesiedelt werden könnten. Die Anmeldemarke vermittle daher in unmittelbar verständlicher Weise lediglich die rein sachbezo-

gene Information, dass es um den Betrieb einer Universität im Ruhrgebiet, speziell in der Stadt Bochum gehe. Die medialen Produkte könnten von einer mit der angemeldeten Marke bezeichneten Einrichtung herausgegeben werden oder sich mit deren Tätigkeitsbereich befassen. Die elektronischen Medien und Geräte unterstützen ein modernes Studium; „Magnetkarten“ könnten Zutritt zu (Unterrichts)Räumen verschaffen. Bei den Dienstleistungen der Klassen 35, 38, 41 und 42 handle es sich zum einen um typischerweise von Universitäten erbrachte Dienstleistungen. Dies gelte zum anderen auch für die Dienstleistungen, die zwar dem Studienbetrieb dienen oder als selbständige Dienstleistungen zur Finanzierung des Universitätsbetriebs beitragen. Zu berücksichtigen sei zudem, dass wissenschaftliche Einrichtungen auch gutachterlich tätig seien.

An dieser Beurteilung könne auch die graphische Gestaltung der angemeldeten Marke nichts ändern.

Dass die Universität Bochum gemäß § 81 Abs. 2 Nr. 3 Hochschulgesetz eine Hochschule im Sinne dieses Gesetzes sei, dass das angemeldete Zeichen ihr Name sei und dass das Publikum bei der Bezeichnung nur an die Anmelderin denke, könne zu keinem anderen Ergebnis führen. Die Prüfung der absoluten Schutzhindernisse nach § 8 MarkenG sei losgelöst von der Person des Anmelders durchzuführen, so dass weder Namen- noch Monopolrechte zu einer von den gesetzlichen Bestimmungen des Markengesetzes abweichenden Beurteilung führen könnten. Selbst wenn die angemeldete Bezeichnung derzeit ausschließlich mit der Anmelderin in Verbindung gebracht würde, wäre dadurch die Eignung zur unmittelbaren Beschreibung nicht ausgeschlossen.

Der Beschluss ist der Anmelderin am 1. Oktober 2012 zugestellt worden.

Sie hat am 31. Oktober 2012 Beschwerde eingelegt und sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle insoweit aufzuheben, als die Markeneintragung versagt worden ist.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache Erfolg; einer Registrierung der angemeldeten Marke stehen auch für die streitgegenständlichen Waren und Dienstleistungen keine Schutzhindernisse aus § 8 Abs. 2 MarkenG entgegen.

1.

Die Bezeichnung „Ruhr Universität Bochum“ entbehrt insoweit nicht jeglicher Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

a)

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und von denjenigen anderer zu unterscheiden. Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die angesprochenen Verbraucher zu beurteilen, wobei auf die Wahrnehmung der Marke durch einen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Dienstleistungen abzustellen ist.

Marken besitzen keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verbraucher lediglich einen beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen oder wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache bestehen, die nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden.

b)

Dies betrifft vorliegend die einzelnen Bestandteile des angemeldeten Zeichens, nicht aber den Namen „Ruhr Universität Bochum“.

„Ruhr Universität Bochum“ ist wie ein üblicher und oft als Kennzeichen verstandener Name einer Einrichtung, aber nicht allgemein sprachüblich gebildet.

Umgangssprachlich hieße es nämlich „Universität an Ruhr / im Ruhrgebiet“. Es hat sich bei Hochschulen die Übung herausgebildet, Kennzeichen zu verwenden, die sich aus dem Namen der Region oder Kommune und einer Einrichtungsbezeichnung, wie TU, TH, FH o.ä., zusammensetzen. Das Publikum ist deshalb daran gewöhnt, einen betrieblichen Herkunftshinweis in dieser Form vermittelt zu bekommen (vgl. BPatG BIPMZ 2009, 406 – Halle Münsterland; GRUR-Prax 2011, 216 – Nordhessenhalle; BPatG; Beschl. v. 30. Mai 2001 – 32 W (pat) 11/01, BeckRS 2009, 26921 – Bodensee-Arena).

Selbst ohne „Bochum“ würde „Ruhr Universität“ als Name wirken. Derart gebildete Namen von Lehrinrichtungen sind dem Publikum geläufig, vgl. Universität Augsburg, Technische Universität Berlin, Fachhochschule Bielefeld, Fachhochschule Brandenburg, Brandenburgische Technische Universität (Cottbus), Hochschule Rhein-Waal (Kleve, Kamp-Lintfort), Fernuniversität in Hagen, Fachhochschule Westküste (Heide), Hochschule Niederrhein (Krefeld / Mönchengladbach), Hochschule der Bildenden Künste Saar (Saarbrücken), Hochschule für Musik Saar (Saarbrücken), Universität des Saarlandes Hochschule Harz (Wernigerode und Halberstadt), Hochschule RheinMain (Wiesbaden, Rüsselsheim und Geisenheim), bergische Universität Wuppertal, Westsächsische Hochschule Zwickau.

Gerade in der Kombination mit „Bochum“, das den Ort recht genau angibt, wirkt das geografisch weniger präzise „Ruhr“ als Name der Universität „Bochum“ und „Ruhr“, sind nicht so miteinander verknüpft, wie „Frankfurt / Main“, „Rothenburg ob der Tauber“ etc. Bochum bedarf auch keiner Präzisierung wie etwa „Neustadt“, das mit „an der Aisch“ oder „an der Donau“ oder „Mühlheim“, das mit „an der Ruhr“ oder „an der Donau“ oder „am Main“ konkretisiert werden muss. Ganz abgesehen davon ist „Ruhr“ in dem angemeldeten Zeichen vom Schriftbild her auch nicht vergleichbar auf „Bochum“ bezogen. Daher ist es auch nicht so zu verstehen, als habe eine Universität zum Standorte, zumal dafür gleichwertige Angaben, wie „München-Freising“ oder „Rhein-Main“, üblich sind. Hier wirkt daher nur das nachgestellte und auch von der Schrift her untergeordnete „Bochum“ als Angabe zum Sitz „Ruhr Universität Bochum“ dagegen als Name.

Damit ist „Ruhr Universität Bochum“ auch für alle Dienstleistungen, die in dieser Einrichtung erbracht werden können, unterscheidungskräftig. Bezeichnungen, die für ein Gebäude oder eine Einrichtung selbst unterscheidungskräftig sind, sind dies auch für damit zusammenhängende Dienstleistungen, solange diese keine Besonderheit aufweisen, für die gerade das angemeldete Zeichen speziell beschreibend oder üblich wäre.

Unterscheidungskraft ist zudem gegeben, wenn es möglich ist, das Zeichen an den beanspruchten Waren in einer Form anzubringen, bei der das Publikum in ihm einen Herkunftshinweis sieht, und dies auch bei den wahrscheinlichsten Verwendungsformen nicht anders ist (BGH GRUR 2010, 110 – Tooor!; GRUR 2010, 825 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; EuGH Beschl. v. 26. April 2012 – C-307/11 P, BeckRS 2012, 81316 – Winkel; BPatG BeckRS 2012, 17556 – Wildeshauser Schützengilde, m. Anm. Lerach, GRUR-Prax 20120, 3769).

Bei Druckerzeugnissen aller Art und auch bei Lehr- und Unterrichtsmitteln sind die Verbraucher daran gewöhnt, dass die Namen der Herausgeber, zu denen Universitäten oft gehören, auf den Umschlagseiten und Buchrücken gerade so angebracht werden, dass sie als Herkunftshinweis dienen (BPatG Beschl. v. 27. März 2012 – 27 W (pat) 83/11 – Robert Enke; Beschl. v. 22. November 2012 – 27 W (pat) 554/12 – Leibnitz School of Business). Für den Namen einer Universität kann nicht festgestellt werden, dass ihm das Publikum unabhängig von der konkreten Präsentation immer nur einen beschreibenden Bezug oder eine allgemeine Aussage und keinen Herkunftshinweis entnimmt.

Vorliegend besteht eine Vielzahl von Möglichkeiten, das Zeichen an unterschiedlichsten Stellen der beanspruchten Waren so anzubringen, dass die Verbraucher in dem Zeichen einen Herkunftshinweis sehen, zumal es auch auf der Verpackung von Waren so angebracht sein kann, dass es als Herkunftshinweis wirkt (vgl. BGH GRUR 2010, 825 Tz. 22 – Marlene-Dietrich-Bildnis II).

2.

Der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung steht auch kein Freihaltungsbedürfnis entgegen.

§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verbietet es, Zeichen als Marke einzutragen, die zur Bezeichnung der Art, der geografischen Herkunft oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können.

Hier gibt es keine Belege dafür, dass „Ruhr Universität Bochum“ als Sachbezeichnung, wie „Technische Universität“, gebräuchlich wäre. Dass der Fluss Ruhr Gegenstand von Forschung und Lehre sein kann, führt nicht dazu, dass das angesprochene Publikum erwartet, an einer Ruhr-Universität in Bochum würde nur daran gearbeitet.

Bei Medien-Dienstleistungen, wie Bibliotheken, Verlagstätigkeit, Informationsdienstleistungen, Kongressveranstaltungen etc., macht es die angemeldete Bezeichnung nicht zur beschreibenden Angabe, das diese einen bezeichnungsfähigen Inhalt aufweisen können. Dass sich entsprechende Dienstleistungen nur einer Lehrereinrichtung widmen und sich dann auch noch nach dieser benennen, ist nicht in entscheidungsrelevantem Umfang zu erwarten. Auch der Bundesgerichtshof differenziert insoweit zwischen Büchern und Verlagstätigkeit (GRUR 2001, 1043 – Gute Zeichen – Schlechte Zeichen; ebenso BPatG, Beschl. v. 1. Juni 2005 – 32 W (pat) 145/03 – Fräuleinwunder; anders BPatG, Beschl. v. 20. Dezember 2005 – 32 W (pat) 199/03 – GourmetTräume; Beschl. v. 15. März 2006 – 32 W (pat) 59/04 – Gesichter der Erde; Beschl. v. 23. Oktober 2007 – 32 W (pat) 28/05 – Karl May).

Weiterbildung, Ausbildung und Unterricht können zwar praktisch alle Einrichtungen betreffen; diese werden aber als solche danach nicht beschreibend benannt, wenn sie nicht spezielle Eigenschaft aufweisen, die bei der Ausbildung eine maß-

gebende Rolle spielen. Gerade eine Universität weist solche Eigenschaften nicht auf, sondern ist selbst Anbieter dieser Dienstleistungen.

§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erfasst zwar nicht nur gattungsbeschreibende Angaben, wie „Buch“, sondern auch qualifizierende Eigenschaften, wie das Thema. Obwohl aber nahezu jedes aussagekräftige Wort etwas bezeichnet, das Thema oder Inhalt eines Druckerzeugnisses sein kann, muss Markenschutz auch für Medienprodukte möglich sein (Rohnke, FS 50 Jahre BPatG, 2011, S. 707 ff.). Dem steht nicht entgegen, dass das Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG schon dann greift, wenn eine von mehreren möglichen Bedeutungen beschreibend ist (BGH GRUR 2004, 146 Rn. 32 – Wrigley; GRUR 2009, 952 Rn. 15 – DeutschlandCard). Insoweit folgt der Senat der Auffassung, dass bei den wenig fassbaren Waren aus dem Medienbereich offene Bezeichnungen, die ohne Kontext für alles stehen können, den Inhalt nicht in einer den Markenschutz verhindernden Weise beschreiben (BPatG, teilw. in GRUR-Prax 2012, 350, vollst. in BeckRS 2012, 15057 – Robert Enke). Das angesprochene Publikum kann nämlich aus dem Namen einer Bildungseinrichtung nicht auf einen besonderen Inhalt schließen. Als inhaltsbeschreibende Angaben sind daher nur solche Bezeichnungen von der Eintragung als Marke ausgeschlossen, die dem Konsument eine konkrete Vorstellung vom Inhalt vermitteln können. Ohne Kontext ist dies hier kaum möglich.

3.

Unbeachtlich wäre es auch, wenn es sich bei „Ruhr Universität Bochum“ um ein Kulturgut handeln würde. Liegen die Voraussetzungen des § 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG nicht vor, kann dem Zeichen nicht wegen eines allgemein davon losgelösten Freihaltungsbedürfnisses oder einer dem Urheberrecht entlehnten Gemeinfreiheit der Schutz versagt werden (BGH, Beschl. v. 8. März 2012 – I ZB 13/11 – Neuschwanstein).

4.

Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr besteht kein Anlass, § 71 Abs. 3 MarkenG.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Hu