

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 98/01

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 48 604.9

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. Juni 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortfolge

Digitale Steuerberaterfortbildung

für die Dienstleistungen "Angebot, Verbreitung und Vermittlung von Fortbildung, Informationen und Nachrichten, insbesondere durch audiovisuelle digitale Medien, für die Berufsgruppe der gemäß § 3 StBG zur unbeschränkten Hilfeleistung in Steuersachen Befugten und ihre Mitarbeiter". Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke und eines Freihaltebedürfnisses daran zurückgewiesen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er ist der Auffassung, der Sinngehalt von "digitale Steuerberaterfortbildung" gehe über den Sinngehalt der Fortbildung unter Nutzung der Digitaltechnik für die Zielgruppe der Steuerberater hinaus. Dies ergebe sich aus der Bedeutung des Beschwerdeführers innerhalb des Berufsstandes der Steuerberater. Der Verkehr sei daran gewöhnt, Kombinationen mit dem Bestandteil Steuerberater als betriebskennzeichnend für den Anmelder, dem Deutschen Steuerberaterverband aufzufassen, der als größter Fachverband des steuerberatenden Berufs ca 50 % der Angehörigen des Berufsstandes repräsentiere. So gebe es die folgenden Marken des Anmelders:

2 911 143:	Das Deutsche Steuerberatungsinstitut (DStI);
399 53 780:	Deutscher Steuerberaterverlag;
300 48 605:	DStF;
398 56 655:	Deutscher Steuerberaterverband.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) und das des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen.

1. Die angemeldete Marke ist nicht schutzfähig.

a) Der Marke fehlt jegliche Unterscheidungskraft. Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungs- mittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unter-nehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Obwohl bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen ist, so fehlt dieser jedoch dann, wenn den fraglichen Dienstleistungen ein im Vor-dergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann (st Rspr; vgl BGH BIPMZ 2002, 85 – INDIVIDUELLE). Die Dienstleistungen richten sich an Steuerberater und ihre Mitarbeiter. Diese erkennen den beschreibenden Sinngehalt der Marke ohne weiteres. "Digitale Fortbildung" bedeutet Fortbildung unter Nutzung der Digitaltechnik. "Steuerberater" ist die Zielgruppe.

b) Der Eintragung der Marke steht auch noch das Schutzhindernis des sog Frei-haltebedürfnisses entgegen.

Nach der Vorschrift des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung ua der Art oder sonstiger Merkmale der Dienstleistungen dienen können. Steuerberaterfortbildung ist Art der Dienstleistung; digital ist ein sonstiges Merkmal.

2. Dem Vortrag des Anmelders ist auch nicht zu entnehmen, dass die beanspruchte Marke sich für ihn in den beteiligten Verkehrskreisen durchgesetzt hat. Es kann dahinstehen, welcher Zuordnungsgrad der Marke zum Anmelder erforderlich ist, um die fehlende Unterscheidungskraft der Marke zu überwinden. Zur Überwindung des Freihaltebedürfnisses ist es mindestens erforderlich, dass mehr als die Hälfte der angesprochenen Verkehrskreise den an sich schutzunfähigen Begriff einem bestimmten Unternehmen als dessen Marke zuordnet. Dieser Prozentsatz erhöht sich nach dem Grad der Freihaltebedürftigkeit, der Ausdruck dafür sein muss, wie ausgiebig der beanspruchte Begriff beschreibend ist und tatsächlich beschreibend verwendet wird. Die vom Anmelder vorgetragene Tatsachen reichen auch nicht für eine vorläufige Annahme aus, die Marke habe sich für den Anmelder in dem Sinne durchgesetzt, dass mindestens die Hälfte der angesprochenen Verkehrskreise "digitale Steuerberaterfortbildung" ausschließlich dem Anmelder zuordnet. Die Tatsache, dass die Hälfte der Berufsangehörigen Mitglied beim Anmelder ist reicht nicht aus. Steuerberaterfortbildung hat nichts mit Verbandszugehörigkeit zu tun und kann auch von völlig verbandsfremden Institutionen angeboten werden, so dass der Anteil der organisierten Mitglieder für sich allein genommen keinen bedeutenden Anhalt für die Zuordnung des Begriffs der Steuerberaterfortbildung bietet. Auch Markenrechte des Anmelders hinsichtlich das Deutsche Steuerberaterinstitut, Deutscher Steuerberaterverlag und Deutscher Steuerberaterverband rechtfertigen nicht die Annahme, dass zumindest die Mehrheit der beteiligten Verkehrskreise auch "digitale Steuerberaterfortbildung" zwanglos dem Anmelder zuordnet. Während bei den eingangs bezeichneten Marken ein Institut und ein Verband, also spezielle Institutionen, und ein Verlag gekennzeichnet werden, deren mögliche Marktführerschaft es rechtfertigt, dass sie sich jeweils

der geographischen Angabe "deutsch" bedienen können, ist dies nicht auf die Dienstleistung der Steuerberaterfortbildung übertragbar, da obige Erwägungen insoweit keine Rolle spielen.

Winkler

Klante

Sekretaruk

Fa