



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 27/03

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

betreffend die Markenmeldung 301 36 587.3

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 5. August 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Dr. Hock und des Richters Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 15. Juni 2001 die Marke

siehe Abb. 1 am Ende

für folgende Dienstleistungen zur Eintragung in das Register angemeldet worden:

Klasse 35:

Unternehmensberatung; Erstellung von Geschäftsgutachten;

Klasse 36:

Finanzanalysen; Consulting, nämlich Beratung in finanzieller Hinsicht; Bewertung von Unternehmen hinsichtlich ihrer Kreditwürdigkeit; Unternehmensrating.

Die Markenstelle für Klasse 36 hat die Anmeldung durch Beschluß vom 28. November 2002 gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Be-

gründung wurde ausgeführt, daß der Begriff lediglich in allgemeiner Form auf ein international tätiges Zentrum hinweise, das unter Verwendung des Rating-Verfahrens-Unternehmen bewerte und berate sowie Geschäftsgutachten und Finanzanalysen erstelle. Auch die graphische Gestaltung halte sich im Rahmen des absolut Werbeüblichen, sodaß der Verkehr darin kein betriebliches Herkunftskennzeichen erblicken werde.

Gegen diese Entscheidung des Patentamts hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt.

Sie beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Im Verfahren vor dem Patentamt hat sie ausgeführt, daß der Bildbestandteil der angemeldeten Marke sehr eigenwillig und einprägsam sei. Dieser sei aufgrund seiner Farbe und Größe ein Blickfang. Er sei mehr als doppelt so hoch wie die Schrift. Daher und wegen der unterschiedlichen Farben sei unübersehbar, daß der Bildbestandteil zwei versetzt hintereinander angeordnete Dreiecke darstelle. Eine weitere Wahrnehmung spiele sich mehr im Unterbewußtsein ab. Man sehe, daß die beiden Dreiecke nicht wie meist üblich auf einer Seitenkante, sondern auf einer Spitze stehend dargestellt seien.

Im Verfahren vor dem Bundespatentgericht hat sich die Anmelderin nicht geäußert.

Der Senat hat die Anmelderin mit der Ladung zum Termin unter Übersendung von Ermittlungsunterlagen auf Bedenken hinsichtlich der Erfolgsaussichten der Beschwerde hingewiesen. Daraufhin hat die Anmelderin ihren Terminsantrag zurückgenommen.

Im übrigen wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet. Die angemeldete Marke ist von der Eintragung ausgeschlossen, weil es ihr im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG). Die Markenstelle des Patentamts hat die Anmeldung damit zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen.

1. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft als der einer Marke innewohnenden konkreten Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden, ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (stRspr vgl BGH WRP 2001, 1082 - marktfrisch; GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann demnach einer Wortmarke kein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß ihr die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (stRspr BGH aaO - marktfrisch, BGH GRUR 1999, 1089 - YES).

Es kann dahinstehen, ob diese Grundsätze der jüngeren Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nach dem Erlaß der Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs „Farbe Orange“ (MarkenR 2003, 227 ff) in Zukunft in vollem Umfang weiter aufrechterhalten werden können. Jedenfalls wird die angemeldete Marke auch den jedenfalls weniger strengen Anforderungen des Bundesgerichtshofs nicht gerecht.

Das aus dem Englischen stammende Wort „rating“ wird mit „Schätzung“, „Bewertung“ oder auch „Beurteilung“ übersetzt (Langenscheidts Handwörterbuch Englisch-Deutsch 1999, S 522). Im Zusammenhang mit den angemeldeten Finanzdienstleistungen der Klasse 36 und den zu ihrer Durchführung dienenden weiteren Dienstleistungen der Klasse 35 hat „Rating“ den engeren Begriffsinhalt „Bewertung von Unternehmen“ hinsichtlich ihrer Bonität (so auch 33 W (pat) 147/02 - e-ratingservice). Der Begriff ist den angesprochenen Verkehrskreisen, hier im wesentlichen Fachkreisen aus zahlreichen Verwendungen bekannt (vgl beispielsweise www.piepenbring.de eine Gesellschaft, die „Unternehmensrating für den Mittelstand“ anbietet; unter www.ratingmanagement.de können in einem sogenannten „Ratingportal“ verschiedene Begriffe im Zusammenhang mit „Rating“ abgefragt werden; unter www.abitepos.net wird ein „Rating-Newsletter“ angeboten).

Der gesamte Wortbestandteil der Marke bringt für die angesprochenen Verkehrskreise daher zum Ausdruck, daß es sich um ein international tätiges Zentrum handelt, das unter Verwendung von Ratingverfahren seine angemeldeten Dienstleistungen anbietet.

Eine noch so geringe Unterscheidungskraft der Marke läßt sich auch nicht aus dem Bildbestandteil begründen. Grundsätzlich kann einer Wortelemente enthaltene Bildmarke als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden, wenn die graphischen Elemente charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (BGH GRUR 1991, 136, 137 - NEW MAN). Dabei vermögen allerdings einfache graphische Gestaltungen oder Verzierungen

des Schriftbildes, an die sich der Verkehr - etwa durch häufige werbemäßige Verwendung - gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebenso wenig aufzuwiegen wie derartige einfache graphische Gestaltungselemente auch für sich allein wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht als Marke eingetragen werden können (BGH WRP 2001, 1201 - antiKalk).

Angesichts der in den Wortelementen - wie ausgeführt - enthaltenen glatt beschreibenden Angaben hinsichtlich der hier beanspruchten Dienstleistungen hätte es eines auffallend hervortretenden graphischen Elements bedurft, damit dieses sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einprägt. Im vorliegenden Fall findet sich rechts neben den Wortelementen ein über zwei Schriftzeilen sich erstreckendes rotes Dreieck, das auf einer Spitze; steht, im Hintergrund ist ein von dem roten Dreieck im wesentlichen überdecktes graues Dreieck angeordnet, das als Schatten des roten Dreiecks gedeutet werden kann. Die graphischen Bestandteile bestehen, wie die Markenstelle insoweit zutreffend ausgeführt hat, somit aus einfachen geometrischen Grundkomponenten, nämlich zwei gleichschenkeligen Dreiecken Die Positionierung auf der Spitze des Dreiecks sowie die mittels der Schattierung angedeutete Dreidimensionalität ist eine werbeübliche Gestaltung so daß die beteiligten Verkehrskreise darin einen Herkunftshinweis nicht erblicken werden.

Der Senat neigt im übrigen zur Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses, was hier jedoch keiner abschließenden Beurteilung mehr bedarf.

Winkler

Kätker

Dr. Hock

Hu

Abb. 1

Internationales Rating-Zentrum

A red right-angled triangle pointing downwards and to the left, positioned to the right of the main title text.