



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 48/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 32 450.3

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 29. Juni 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler sowie der Richterinnen Pagenberg und Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Das Deutsche Patent- und Markenamt hat die Anmeldung vom 1. Juli 2003 der Wort-/Bildmarke

Vorsorgeinvest

für die Dienstleistungen

„Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Immobilienwesen“

durch Beschluß der Markenstelle für Klasse 36 vom 28. November 2003 gemäß §§ 8 Abs 2 Nr 1 und 2, 37 Abs 1 MarkenG unter Bezugnahme auf den Beanstandungsbescheid zurückgewiesen. Im Beanstandungsbescheid vom 16. Oktober 2003 war ausgeführt worden, daß die Marke für die angesprochenen Verkehrskreise lediglich eine beschreibende Sachaussage dahingehend darstellt, daß die so gekennzeichneten Dienstleistungen dem Investieren in die (Alters-)Vorsorge dienen.

Mit ihrer Beschwerde gegen diese Entscheidung beantragt die Anmelderin,
den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Sie trägt vor, daß es sich um keinen sprachüblich gebildeten Gesamtbegriff handle. „Invest“ sei keine lexikalische Abkürzung für eine Investition und könne beispielsweise auch für „investigativ“ oder „Investitur“ stehen. Auch „Vorsorge“ werde auf verschiedenen Gebieten nämlich auch beispielsweise im Zusammenhang mit gesundheitlicher Vorsorge verwendet.

Zudem sei bei der angemeldeten Marke die konkret beanspruchte Darstellung zu beachten. Der Bestandteil „Vorsorge“ weise den Schriftschnitt „Roman“ auf, an den sich ohne ein Leerzeichen der Bestandteil „invest“ mit dem Schriftschnitt „Kursiv“ anfüge. Dadurch enthalte das Gesamtzeichen eine individuelle Gestaltung, die diesem ebenfalls Unterscheidungskraft verleihe.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet. Der Senat hält die angemeldete Marke im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen für nicht unterscheidungskräftig, so daß ihrer Eintragung gemäß §§ 33 Abs 2, 41 MarkenG das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegensteht.

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 Dienstleistungen 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).

Die vorliegende Marke ist aus den Bestandteilen „Vorsorge“ und „invest“ zusammengesetzt. Der deutsche Ausdruck „Vorsorge“ wird umschrieben als „Maßnahmen, mit denen einer möglichen späteren Entwicklung oder Lage vorgebeugt wird, durch die eine spätere materielle Notlage oder eine Krankheit nach Möglichkeit vermieden werden soll“. Eine der Grundbedeutungen des Wortes ist somit gerade die „finanzielle Vorsorge“ (so auch HABM R0201/98 - 01 - Eurovorsorge PLUS).

„Invest“ ist eng an den deutschen Ausdruck „investieren“ angelehnt, auch existiert ein englisches Verb „to invest“ (vgl auch BPatG, 33 W (pat) 219/01 - INVEST-UP; BPatG, 33 W (pat) 408/02 - CARE INVEST). Aber auch in der deutschen Sprache wird der Markenbestandteil „invest“ bereits verwendet (Süddeutsche Zeitung, 4. Oktober 2002, S V2/3 - In einem Interview mit einem Baufinanzierer spricht dieser von einem „langfristigen und wertstabilen Invest“).

Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang allerdings, daß der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit all seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer zergliedernden Betrachtungsweise zu unterziehen, so daß bei aus mehreren Wörtern bestehenden Marken das Vorliegen des Schutzhindernisses nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG für die

Wortfolgen in ihrer Gesamtheit festzustellen ist (BGH MarkenR 2000, 420, 421 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Ausgehend von diesen Grundsätzen besteht im Zusammenhang mit den hier angesprochenen Dienstleistungen, die sämtlich im Zusammenhang mit Versicherungen, Finanzen und Immobilien stehen ein beschreibender Inhalt des Gesamtzeichens, den die angesprochenen Verkehrskreise, hier neben Fachkreisen auch das allgemeine Publikum, ohne weiteres erkennen werden. Die Verbindung der Begriffe „Vorsorge“ einerseits und „Investition/investieren“ andererseits ist auf diesen Dienstleistungsgebieten häufig vertreten, wie sich aus einer der Anmelderin mitgeteilten Internetrecherche des Senats ergeben hat. So wirbt beispielsweise der Finanzservice von Karstadt Quelle (www.kqfs.de) für seinen Rentenförderplan, indem er ausführt, daß dieser „alle unterstützt, die zielstrebig in die eigene Vorsorge investieren“. Die Sparkasse Aachen (www.sparkasse-aachen.de) bewirbt eine private Rentenversicherung ebenfalls mit dem Satz: „Deshalb wollen Sie jetzt noch in die private Vorsorge investieren“.

Eine noch so geringe Unterscheidungskraft der Marke läßt sich auch nicht aus der konkreten Schreibweise in zwei unterschiedlichen Schrifttypen begründen. Grundsätzlich kann einer Wortelemente enthaltenden Bildmarke als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden, wenn die grafischen Elemente charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (BGH GRUR 1991, 136, 137 - NEW MAN). Dabei vermögen allerdings einfache grafische 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 grafische 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 grafischen Elements bedurft, damit dieses sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einprägt. Die bloße Verwendung verschiedener Schrifttypen und die Zusammenfügung zweier Begriffe ohne Leerzeichen vermag dafür in keinem Fall zu genügen.

Winkler

Pagenberg

Dr. Hock

CI