



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 179/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 303 45 865.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
31. Januar 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 6. Mai 2004 die Anmeldung der für

„Software zur Analyse, Verarbeitung und Optimierung von Prozess-, Workflow- und betriebswirtschaftlichen Daten; betriebswirtschaftliche Analyse und Beratung; Erstellen von Geschäftsgutachten; Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten; Beratung in Fragen der Geschäftsführung; Analyse, Optimierung von Prozessen, Maschinenauslastungen und Prozessabläufen; gewerbsmäßige Beratung, Entwicklung von Software“

beanspruchten Kennzeichnung

BizModel

nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige und freihaltungsbedürftige Angabe zurückgewiesen, weil es sich bei der Anmeldemarke, die aus der häufig verwendeten Abkürzung „Biz“ für „business“ und dem Wort „model“ für „Modell“ zusammengesetzt sei und „Geschäftsmodell“ bedeute, um einen existierenden Fachbegriff handle, der bereits in der gegenwärtigen (Werbe-)Wirtschaftssprache verwendet werde, dessen Begriffsinhalt in die Richtung von „corporate identity“ gehe und generell die grundsätzliche Ausrichtung und Strategie eines Unternehmens beschreibe. Da die beanspruchten Waren

und Dienstleistungen ein Geschäftsmodell zum Gegenstand oder Thema haben könnten, sei die Anmeldemarke für sie Freihaltungsbedürftig und nicht unterscheidungskräftig.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die nicht begründete Beschwerde der Anmelderin.

II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, welcher sich der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen anschließt, hat die Markenstelle die Anmeldung nach §§ 37, 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG wegen eines bestehenden Freihaltungsbedürfnisses und mangels der erforderlichen Unterscheidungskraft zurückgewiesen.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 Markengesetz sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die zumindest in einer ihrer möglichen Bedeutungen (vgl. EuGH, MarkenR 2004, 450, 453 [Rz. 32] - DOUBLEMINT) ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung von Merkmalen der Waren oder Dienstleistungen dienen können, sofern es sich hierbei um für den Warenverkehr wichtige und für die umworbenen Abnehmerkreise irgendwie bedeutungsvolle Umstände handelt (vgl. hierzu BGH GRUR 1999, 1093, 1094 - FOR YOU; GRUR 2000, 211, 232 - FÜNFER), die hinreichend eng mit einer Ware oder Dienstleistung selbst in Bezug stehen (vgl. BGH GRUR 2005, 417, 419 - Berlin Card). Das Eintragungsverbot dient dem im Allgemeininteresse liegenden Ziel, dass Zeichen oder Angabe, die Merkmale der angemeldeten Waren bzw. Dienstleistungen beschreiben, von allen Unternehmen frei verwendet werden können und nicht aufgrund ihrer Eintragung als Marke zugunsten eines Unternehmens monopolisiert werden (EuGH GRUR 1999, 723, 725 Rn. 25 - CHIEMSEE; GRUR 2004, 680, 681 Rn. 35, 36 - BIOMILD).

Nach diesen Grundsätzen ist die schon wegen ihrer besonderen Schreibweise erkennbar aus den Bestandteilen „Biz“ und „Model“ zusammengesetzte Anmeldemarke für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen freihaltungsbedürftig. Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, handelt es sich bei dem Bestandteil „Biz“ um eine gängige Abkürzung für „business“ mit der Grundbedeutung „Geschäft“. In Verbindung mit dem zum englischen Grundwortschatz gehörenden weiteren Bestandteil „Model“ für „Modell“ ergibt sich zwanglos die Gesamtbedeutung „Geschäftsmodell“. Dass dieser Begriff in einschlägigen Wörterbüchern (noch) nicht verzeichnet ist, spielt dabei schon rechtlich für die Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses keine Rolle (vgl. EuGH MarkenR 2004, 450, 453 [Rz. 32] - DOUBLEMINT); ungeachtet dessen, finden sich - wie die Markenstelle durch zahlreiche Belege nachgewiesen hat - sowohl die angemeldete Kombination „biz model“ als auch ihr Synonym „business model“ vielfach in der nachgewiesenen vorgenannten Bedeutung im Internet, so dass es sich hierbei um einen schon existierenden englischsprachigen Begriff handelt, mit dem der deutsche Begriff „Geschäftsmodell“ im Sinne strategischer, betriebswirtschaftlicher oder rechtlicher Planungen zum Ausdruck gebracht wird.

In dieser Bedeutung ist die Anmeldemarke aber für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen, wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, zugunsten von Mitbewerbern freizuhalten, da sämtliche angemeldeten Waren und Dienstleistungen ein solches Geschäftsmodell zum Gegenstand haben oder dazu bestimmt und geeignet sei können, ein Geschäftsmodell zu verwirklichen.

Da die aus den gängigen Begriffen „Biz“ und „Model“ zusammengesetzte Kombinationsmarke auch den angesprochenen Verkehrskreisen - bei denen es sich wegen der Art der Waren und Dienstleistungen im Wesentlichen um Fachkreise, insbesondere mit betriebswirtschaftlichen Planungen befassten Unternehmensbeschäftigte oder Unternehmensberater handelt - ohne weiteres Nachdenken im vorgenannten Sinne verständlich ist, fehlt der angemeldeten Marke auch die nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft, d. h. die Eignung,

vom durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 - Libertel; GRUR 2004, 943, 944 - SAT.2) als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] - Philips/Remington; BGH GRUR 2000, 502, 503 - St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 - Unter Uns), denn die angesprochenen Verkehrskreise haben keine Veranlassung, die Anmeldemarke in Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht als bloße Sachangabe aufzufassen, so dass ihnen der Gedanke, in ihr einen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen aus einem *bestimmten* Unternehmen zu sehen, erst gar nicht kommen wird.

Da die Anmelderin ihre Beschwerde nicht begründet hat, ist auch nicht erkennbar, aus welchen sonstigen Gründen sie den Beschluss der Markenstelle für anfechtbar erachtet. Ihre Beschwerde war daher zurückzuweisen.

gez.

Unterschriften