



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 46/04

(AktENZEICHEN)

An Verkündungs Statt
zugestellt am
29. Juni 2006

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 32 447.3

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 16. Mai 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Anmeldung der Wort-/Bildmarke

Risikoplus

für

Klasse 36: Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte;
Immobilienwesen

ist mit Beschluss der Markenstelle vom 28. November 2003 nach §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen worden. Unter Verweis auf ihren Be-
anstandungsbescheid vom 16. Oktober 2003 hat die Markenstelle zur Begründung
ausgeführt, dass der Begriff "Risiko" üblicherweise ein Wagnis bezeichne, das mit
einem Vorhaben oder Unternehmen verbunden sei. Bei dem nachgestellten Wort
"plus" handele es sich, ähnlich wie bei "extra" oder "spezial", lediglich um einen in
zahlreichen Branchen üblichen, anpreisenden Zusatz, der unspezifisch auf Vor-
züge oder Vorteile der fraglichen Dienstleistungen hinweise, die je nachdem, aus
einer Verbesserung gegenüber früheren oder einfacheren Angeboten, einer be-
sonderen Ausführung, einem Paketangebot, allgemein hoher Qualität oder sonsti-

gen positiven Eigenschaften bestehen könnten. Die Marke stelle daher eine beschreibende Aussage dar, dass die so gekennzeichneten Dienstleistungen mit einem "plus" an Risiko behaftet seien und demzufolge auch ertragreicher sein können. Als unmittelbar verständliche beschreibende Angabe unterliege die angemeldete Marke einem Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG und ihr fehle darüber hinaus jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Hieran ändere auch die Verwendung unterschiedlicher Schriftarten nichts, da es sich hierbei um eine werbeübliche Gestaltung handele, die zudem die Erfassung des Sinngehalts der Einzelwörter und des Gesamtbegriffs erleichtere.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Zur Begründung führt sie aus, dass sich die angemeldete Marke aus den Begriffen "Risiko" und "plus" mit unterschiedlichem Schriftschnitt zusammen setze. Jedenfalls die konkrete Wortverbindung diene nicht als Merkmalsbezeichnung. Dies gehe auch aus einer eigenen Internetrecherche der Anmelderin hervor, bei der der Begriff "Risikoplus" nur einmal in Zusammenhang mit einer wissenschaftlichen Studie über erhöhte Gesundheitsrisiken, im Übrigen nur im Zusammenhang mit der Anmelderin aufgetaucht sei. Außerdem sei die Anmeldemarke nicht sprachüblich aufgebaut; sprachüblich wäre allenfalls die Trennung in "Risiko" und "plus". Auch für eine zukünftige Verwendung der Anmeldemarke seien keine Anhaltspunkte ersichtlich.

Der angemeldeten Marke fehle auch nicht jegliche Unterscheidungskraft. Ihre Verwendung sei für den inländischen Verkehr unüblich, ein unmittelbar beschreibender Charakter sei ihr nicht entnehmbar. Zudem sei ihr Begriffsinhalt nicht eindeutig. So könne der Bestandteil "Risiko" neben einem Hinweis auf eine risikobehaftete Dienstleistung auch Leistungen beschreiben, die ein bestimmtes Risiko

verminderten oder absicherten. Auch dem Bestandteil "plus" könne kein beschreibender Begriffsinhalt für die betreffenden Dienstleistungen zugeordnet werden, da er durch die Verbindung mit dem Wort "Risiko" sowohl auf ein erhöhtes Risiko als auch auf eine zusätzlich zur Risikoabsicherung angebotene Sonderleistung hinweisen könne. Zudem werde nur für die konkrete Darstellung der Wort-/Bildmarke Schutz begehrt, bei der der Bestandteil "Risiko" den Schriftschnitt "Roman" aufweise, an den sich - ohne Leerzeichen - der Bestandteil "plus" in "kursiv" anfüge. Damit erhalte das Gesamtzeichen eine individuelle Gestaltung, die ihm ebenfalls Unterscheidungskraft verleihe. Es verfüge daher über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft.

Mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung sind der Anmelderin Kopien des Ergebnisses einer vom Senat durchgeführten Recherche übersandt worden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet. Die zur Eintragung angemeldete Bezeichnung weist nicht die für eine Marke erforderliche Unterscheidungskraft auf (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Entsprechend der Hauptfunktion der Marke, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu garantieren, ist unter Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung zu verstehen, Waren oder Dienstleistungen als von einem Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2002, 804 Nr. 35 - Philips/Remington; GRUR 2004, 428 Nr. 30, 48 - Henkel). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemelde-

ten Waren oder Dienstleistungen, zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist. Kann einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl. BGH GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice).

Der Begriff "Risiko" ist ein versicherungstechnischer Begriff für "Gefahr"/"Wagnis" und bezeichnet zugleich den Gegenstand der einzelnen Versicherungsarten, also das versicherte Objekt als versichertes Risiko (vgl. Das Gothaer Online-Versicherungslexikon unter [www.gothaer.de/de/allgemeines/info-magazin_neu/versicherungslexikon/...](http://www.gothaer.de/de/allgemeines/info-magazin_neu/versicherungslexikon/)). Der Senat hat mehrere Beispiele der Verwendung des Wortes "Risiko" im Versicherungswesen ermittelt und der Anmelderin zur Kenntnis gegeben. Hierauf braucht im Einzelnen nicht näher eingegangen zu werden, da der Begriff "Risiko" im Versicherungsbereich einen der zentralsten Fachbegriffe überhaupt darstellt, was auch die Vertreter der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung nicht in Frage gestellt haben.

Ähnlich bestehen auch im Bereich des Finanzwesens bei praktisch allen Geldanlagen und -geschäften vielfältige Risiken, wie etwa Anlagerisiko, Insolvenzrisiko, Kursrisiko, Währungsrisiko usw. Auch insoweit hat der Senat mehrfach Beispiele für die Verwendung des Begriffs "Risiko" im Finanz- und Geldwesen aufgefunden (z. B. www.atkearney.de/content/...: "Kapitalmarktfähigkeit (Rating und Risiko)"; <http://finanzen.getprice.de/do/showNewsDetail...>: "Risiko der Geldanlage?").

Auch hinsichtlich der weiter beanspruchten Dienstleistung "Immobilienwesen", die eng mit Investitionen im Immobilienbereich zusammen hängt, können Risiken relevant sein (vgl. z. B.: www.finanznachrichten.de/nachrichten-2005-09/artikel-5311507.asp: "Deka weist Bericht über erhöhtes Immobilienrisiko zurück").

Wie bereits in mehreren Beschlüssen des Bundespatentgerichts und des Harmonisierungsamts (auch im Finanz- und Versicherungsbereich) festgestellt worden ist, weist das Wort "plus" auf zusätzlich vorhandene Eigenschaften oder Leistungen hin (vgl. Senatsbeschluss vom 29. Juni 2004, 33 W (pat) 27/04 - Investmentplusplan TOP vom 5. November 2002, 33 W (pat) 131/01 - FinanzPlus; HABM, 1. Beschwerdekammer vom 15. Oktober 1999, R0201/98-1 - Euro-Vorsorge PLUS). Die angemeldete Wortzusammensetzung ist daher für Versicherungsdienstleistungen als werblich-beschreibender Hinweis darauf zu verstehen, dass über den üblichen Rahmen hinaus zusätzliche Risiken versichert oder dass zusätzlich zur Risikoabdeckung noch weitere Leistungen geboten werden. Für Finanzwesen und Geldgeschäfte kann die Anmeldemarke einen Hinweis darauf darstellen, dass sich die Dienstleistungen besonders mit Risikogeschäften bzw. -anlagen beschäftigen und darüber hinaus weitere Leistungen bieten. Auch für Immobilienwesen kommt eine ähnliche Bedeutung - etwa für risikoreiche Immobilieninvestments in Betracht.

Für ein solches rein beschreibendes Verständnis sprechen neben dem o. g. Wortverständnis der Einzelbestandteile der angemeldeten Marke auch verschiedene, vom Senat belegte Verwendungen durch unterschiedliche Anbieter, etwa als Tarifbezeichnungen:

www.allianz-suisse.ch/suisse/pdf/bvg_YLKDI19d.pdf: "(Plannamen:) Risiko plus BVG 30 ... Risiko plus BVG 40 ...";

www.hdi-leben.de/produkte/private_vorsorge/risikoleben.html: "Die HDI-RisikoPlus bietet eine preiswerte Absicherung der Familie, ...";

www.mobiler-versicherungsservice.de/html/leistungen.htm: "Risiko-Plus: Höhere Selbstbeteiligungen (SB) in der Teilkaskoversicherung (TK)".

Zwar mag es sich bei den o. g. Verwendungsbeispielen zumeist um selbstgewählte Produktnamen des jeweiligen Anbieters und damit um markenmäßige Verwendungen handeln, so dass unmittelbar daraus nur ein Schluss auf die Beliebtheit und Verständlichkeit der Wortkombination gezogen werden kann. Die bereits durch die Einzelbestandteile "Risiko" und "plus" nahe gelegte Gesamtbedeutung dieser Wortfolge und die entsprechende Verwendung durch verschiedene, miteinander konkurrierende Anbieter zeigen jedoch insgesamt, dass der durchschnittlich interessierte, informierte und verständige Verbraucher ihr nur einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Bedeutungsgehalts zumessen wird, ohne mit ihr Dienstleistungen eines Anbieters von denjenigen anderer unterscheiden zu können. Der Wortfolge "Risiko plus" fehlt daher jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Entgegen der Auffassung der Anmelderin vermag auch die schriftbildliche Ausgestaltung nicht die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke zu begründen. Diese Ausgestaltung beschränkt sich auf die Zusammenschreibung der beiden Wortbestandteile und eine Kursivschreibung des zweiten Bestandteils "plus". Diese eher geringfügig wirkenden Abweichungen von der normalen Schreibweise bleiben weit hinter dem in der Produktwerbung Üblichen zurück. Zudem betont die unterschiedliche Schreibung der beiden Wortbestandteile auch die Zusammenset-

zung der Marke aus zwei Wörtern. Nach alledem musste die Beschwerde erfolglos bleiben.

gez.

Unterschriften