



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 110/06

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 24 573

hat der 25. Senat (Marken Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 25. Februar 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems und der Richterin Bayer sowie des Richters Merzbach

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

ARCHPLAN

ist am 12. April 2006 für

"Dienst- und Werkleistungen von Ingenieuren, Dienst- und Werkleistungen von Architekten"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Nach vorheriger Beanstandung wegen absoluter Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 u. 2 MarkenG ist die Anmeldung durch Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 11. September 2006 zurückgewiesen worden, weil der angemeldeten Bezeichnung für die beanspruchten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle.

Bei dem Bestandteil "Arch" handele es sich um eine Abkürzung für "Architekt" oder "Architektur". Der weitere Bestandteil "Plan" sei aus sich selbst verständlich.

Somit bedeute die Wortzusammenstellung schlichtweg "Architekturplan" und sei damit aus sich heraus verständlich und glatt beschreibend. Die Verbindung von "ARCH" mit "PLAN" werde nicht als Herkunftshinweis der Dienstleistungen verstanden, sondern lediglich als Aussage, dass die Dienst- und Werkleistungen von Architekten in Zusammenhang mit Architekturplänen erbracht würden. Es handele sich bei dem Kunstwort "ARCHPLAN" lediglich um die Zusammensetzung rein beschreibender Begriffe, die auch durch ihre Kombination keinen über den bloß beschreibenden Inhalt hinausgehenden Sinngesamt vermitteln.

Auch der Bildbestandteil der Marke begründe keine Unterscheidungskraft. Der Fettdruck des Bestandteils "PLAN" reiche nicht aus, um den Eindruck eines auffallend hervortretenden graphischen Elementes zu erwecken, welches sich der Verkehr als Herkunftshinweis einprägen könnte. Der Fettdruck bewirke lediglich eine optische Trennung der zwei Bestandteile der Wortzusammenstellung und verhindere somit ein wirkliches Zusammenfügen der Begriffe "ARCH" und "PLAN" zu einem neuen Kunstwort.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelder mit dem sinngemäßen Antrag,

unter Aufhebung des angefochtenen Beschlusses der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 11. September 2006 die angemeldete Marke in das Markenregister einzutragen.

Die Wörter "Arch" und "Plan" seien bereits für sich betrachtet unterscheidungskräftig, da es sich bei diesen nicht um einfache Gattungsbezeichnungen handele. Erst recht besitze die Verbindung dieser Wörter zu dem Kunstwort "Archplan" hinreichende Unterscheidungskraft als Firmenbezeichnung für ein Architekturbüro, das sich mit Planung und Architektur, also Gestaltung, befasse. Es handele sich bei dem Kunstwort "Archplan" nicht um eine Gattungsbezeichnung mit rein be-

schreibendem Inhalt, sondern vielmehr um eine eigenartige, phantasievolle Zusammensetzung der beiden Begriffe "Arch" und "Plan", die der Verkehr als individuellen Herkunftshinweis auffasse. Die Zusammenfügung der Worte "Arch" und "Plan" ergebe eben nicht nur einen sprachüblichen beschreibenden Inhalt, wie es z. B. bei dem Begriff "Postkantor" der Fall sei. Die Wortkombination werde auch nicht häufig gebraucht.

Zudem weise das angemeldete Zeichen nicht nur eine einfache grafische Ausgestaltung aus; diese sei vielmehr aufgrund ihrer prägnanten Gestaltungselemente sehr vielschichtig und damit äußerst einprägsam. Ferner verfüge der Begriff "Archplan" auch bereits aufgrund langjähriger Benutzung über einen hohen Grad an Verkehrsgeltung.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle sowie auf die Schriftsätze der Anmelderin und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders bleibt in der Sache ohne Erfolg, weil der als Marke angemeldeten Bezeichnung im Hinblick auf die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 Marken fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. zur st. Rspr.

BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; EuGH GRUR 2004, 674 - Postkantoor). Es muss also eine Kennzeichnungskraft mit der Eignung zur Ausübung der Herkunftsfunktion verbunden sein, auch wenn eine Marke zusätzlich noch weitere Funktionen haben kann (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl. § 8 Rdn. 39). Die Unterscheidungskraft ist dabei stets in Bezug auf die beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen zu beurteilen (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 8 Rdnr. 67), so dass es nicht darauf ankommt, ob der Bezeichnung auch in Zusammenhang mit anderen Waren/Dienstleistungen dieses Schutzhindernis entgegensteht. Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der aktuellen und weitgehend nicht mehr den seitens der Anmelderin in der Beschwerdeschrift zitierten Entscheidungen entsprechenden Rechtsprechung des EuGH und des BGH neben Zeichen, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 - Postkantoor), vor allem auch solche, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und sich damit in einer beschreibenden Sachangabe erschöpfen. Denn in einer bloßen Sachangabe sieht der Verkehr keinen Hinweis auf die Herkunft der betreffenden Ware aus einem bestimmten Betrieb (vgl. BGH GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2008, 1093, 1094 Tz. 15 - Marlene-Dietrich-Bildnis). Davon ist auch bei der angemeldeten Bezeichnung in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen auszugehen.

Bei dem angemeldeten Zeichen handelt es sich um eine Zusammenfügung der Begriffe "ARCH" und "PLAN", was schon durch die unterschiedliche grafische Gestaltung dieser beiden Bestandteile ohne weiteres erkennbar ist. Bei "ARCH" handelt es sich um eine lexikalisch nachweisbare und gebräuchliche (vgl. DUDEN, Das Wörterbuch der Abkürzungen, S. 43) Abkürzung für "Architekt" oder "Architektur". Soweit "ARCH" auch als Abkürzung für eine Reihe weiterer Begriffe dienen kann (vgl. DUDEN a. a. O.) ist ein entsprechendes Verständnis in Bezug auf die von der Anmelderin beanspruchten Dienstleistungen nicht nahe gelegt. Einem

Verständnis von "ARCH" als Abkürzung wirkt dabei auch nicht der fehlende Abkürzungspunkt entgegen, da eine solche Schreibweise nicht unüblich ist und auch zunehmend - vor allem in Internetdomains - Verbreitung findet. Der weitere Bestandteil "PLAN" wird in Zusammenhang mit den hier maßgeblichen Dienstleistungen naheliegenderweise i. S. von "Entwurf in Form einer Zeichnung oder grafischen Darstellung, in dem festgelegt ist, wie etwas, was geschaffen oder getan werden soll, aussehen bzw. durchgeführt werden soll" (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl., S. 1214) verstanden. In dieser Bedeutung ist dieser Begriff Bestandteil einer Vielzahl vergleichbar gebildeter Wortkombinationen wie z. B. "Bauplan", "Entwurfsplan" oder "Flächenplan". Die beiden Begriffe "ARCH" und "PLAN" fügen sich dementsprechend zu dem aus sich heraus verständlichen Kurzwort mit der Bedeutung "Architekturplan" oder auch "Architektenplan" zusammen.

Angesichts dieses klaren und ohne weiteres erkennbaren Bedeutungsgehalts der angemeldeten Begriffskombination drängt sich in Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen ein sachbezogenes Verständnis der Begriffskombination in dem Sinne auf, dass diese der Fertigung und/oder Erstellung eines Architektur- bzw. Architektenplans dienen oder auch unter Verwendung bzw. auf Grundlage eines solchen Plans erbracht werden; sie vermittelt hingegen nicht den Eindruck einer individualisierenden betrieblichen Kennzeichnung. Dies gilt auch in Bezug auf die beanspruchten "Dienst- und Werkleistungen von Ingenieuren", welche ohne weiteres auch den Bereich der Architektur umfassen können. Die angemeldete Bezeichnung erschöpft sich insoweit in einer sprach- und werbeüblichen Aneinanderreihung zweier beschreibender Begriffe zu einem verständlichen, schlagwortartigen Sachbegriff, welcher auch im Gesamteindruck nur den Begriffsinhalt einer sachbezogenen Aussage in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen, nicht aber den Eindruck einer individualisierenden betrieblichen Kennzeichnung vermittelt.

Zwar ist es nicht ausgeschlossen, dass sich selbst zwei Sachangaben durch ihre Zusammenstellung zu einer Marke verbinden. Voraussetzung hierfür wäre aber, dass ein merklicher und schutzbegründender Unterschied zwischen der Kombination und der bloßen Summe ihrer Bestandteile besteht (vgl. EuGH GRUR 2004, 680 Nr. 39 - 41 - BIOMILD). Die angemeldete Bezeichnung weist jedoch keine solche ungewöhnliche Struktur oder weitere Besonderheiten syntaktischer oder semantischer Art auf, die von einem rein sachbezogenen Aussagegehalt wegführen könnten. Sie trifft vielmehr eine für den Verkehr aus sich heraus verständliche und sofort erfassbare schlagwortartige Sachaussage zu Gegenstand und Inhalt der beanspruchten Dienstleistungen, ohne dass durch die Zusammenfügung der Wörter der sachbezogene Charakter der Wortkombination verloren geht. Der Sinn- und Bedeutungsgehalt der angemeldeten Bezeichnung bleibt für den Verkehr eindeutig verständlich. Über diese Sachinformationen hinaus enthält die angemeldete Bezeichnung kein Element, das den Eindruck einer betrieblichen Herkunftskennzeichnung, also einer Marke hervorruft.

Ob sich eine entsprechende beschreibende Verwendung dieser Bezeichnung nachweisen lässt, ist angesichts des ohne weiteres erkennbaren Begriffsinhalts der angemeldeten Bezeichnung nicht entscheidend, zumal der Verkehr daran gewöhnt ist, vor allem im Bereich der Werbung ständig mit neuen, schlagwortartigen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen in einprägsamer und schlagwortartiger übermittelt werden sollen (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 8 Rdnr. 89).

Soweit der Begriff "PLAN" möglicherweise nicht als Hauptwort i. S. von etwas "Geplantem", sondern als Kurzwort für die entsprechende, auf Herstellung eines Plans gerichtete Tätigkeit "Planung" stehen kann und die Wortkombination daher auch i. S. von "Architekturplanung" verstanden werden könnte, ergibt sich daraus bereits deshalb keine schutzbegründende Unbestimmtheit bzw. Mehrdeutigkeit der angemeldeten Bezeichnung, weil diese auch bei einem solchen Verständnis in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen einen ausschließlich sachbezoge-

nen Aussageinhalt vermittelt (vgl. dazu BGH, GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT). Unabhängig davon ist in rechtlicher Hinsicht zudem noch zu beachten, dass nach der aktuellen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs wie auch des Bundesgerichtshofs von einem die Waren oder Dienstleistungen beschreibenden Begriff auch dann auszugehen sein kann, wenn das Markenwort verschiedene beschreibende Bedeutungen hat oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Waren oder Dienstleistungen beschreibt bzw. ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (EuGH, GRUR 2004, 146 Tz. 33 - DOUBLEMINT, GRUR 2004, 222 - BIOMILD; BGH, GRUR 2008, 397, 398 Tz. 15 - SPA II).

Auch die unterschiedliche grafische Ausgestaltung der Bestandteile "ARCH" und "PLAN" in Normal- bzw. Fettdruck ist nicht hinreichend ungewöhnlich, um allein aus diesem Grund ein markenmäßiges Verständnis aufkommen zu lassen. Hierbei handelt es sich nämlich um ein in der Werbung übliches und verbreitetes Gestaltungsmittel zur Erzielung zusätzlicher Aufmerksamkeit. Eine solche Art der grafischen Darstellung besitzt daher keine kennzeichnende Eigenart, sondern dient lediglich der Hervorhebung des Schriftzugs und ist so geläufig, dass sie nichts an einem ausschließlich sachbezogenen Verständnis der ansonsten leicht verständlichen Bezeichnung zu ändern vermag. Die Schutzfähigkeit eines Zeichens kann damit nicht begründet werden (vgl. BGH MarkenR 2003, 388 - AntiVir).

Soweit die Anmelderin darauf hinweist, dass die Dauer des Gebrauchs zu berücksichtigen sei, begründet dies noch nicht die Eintragbarkeit. Um ein Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG zu überwinden, reicht nicht der Hinweis auf einen mehrjährigen bzw. erstmaligen Gebrauch der Bezeichnung durch die Anmelderin, sondern es müsste sich die Bezeichnung vielmehr im Verkehr gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG für die Anmelderin durchgesetzt haben. Hierfür gibt es keine Anhaltspunkte. Allein der mehrjährige Gebrauch einer beschreibenden Angabe durch die Anmelderin führt noch nicht dazu, dass die Angabe als Marke aufgefasst wird.

Aufgrund der vorgenannten Feststellungen bestehen auch erhebliche Anhaltspunkte dafür, dass das angemeldete Zeichen in Bezug auf die hier beanspruchten Dienstleistungen eine beschreibende Angabe im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG darstellt, an der die Mitbewerber ein berechtigtes Freihaltungsbedürfnis haben. Einer abschließenden Entscheidung bedarf dies aber im Hinblick darauf, dass das Zeichen bereits keine ursprüngliche Unterscheidungskraft i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aufweist, insoweit nicht.

Die Beschwerde hat daher keinen Erfolg.

Kliems

Bayer

Merzbach

Hu