

# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 381/01

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 300 47 848.8**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. Juli 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richter v. Zglinitzki und der Richterin Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I**

Das Deutsche Patent- und Markenamt hat die Anmeldung vom 27. Juni 2000 der Wortmarke

Care Complete

für die Dienstleistungen

„Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Erstellen von Vertriebsstrukturen; betriebswirtschaftliche Beratung, Versicherungswesen, insbesondere Unfall-, Kranken- und Lebensversicherung; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen; Veranstaltung von Seminaren; Unterricht“

durch Beschluß der Markenstelle für Klasse 36 vom 30. Oktober 2001 gemäß §§ 8 Abs 2 Nr 1 und 2, 37 Abs 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft sowie wegen eines Freihaltungsbedürfnisses zurückgewiesen. Sie hat ausgeführt, daß sich die angemeldete Marke als englischsprachiger Fachausdruck mit der Bedeutung „Komplettbetreuung“ nachweisen lasse. In diesem Sinne stelle sie eine Angabe von Eigenschaften der beanspruchten Dienstleistungen dar. Der Interessent der Dienstleistungen könne sich sicher sein, daß er in jeder Hinsicht betreut werde und daher möglichst geringen eigenen Aufwand habe.

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

Sie hat ausgeführt, daß „Care Complete“ keine übliche Wortkombination in der englischen Sprache sei, sondern eine Zusammensetzung von zwei Begriffen ohne ein weiteres „Füllwort“. In der englischen Sprache sei es üblich, das Adjektiv vor das Substantiv zu setzen, so daß die korrekte englische Version des Begriffes „complete care“ laute.

Der Senat hat der Anmelderin mit Zwischenbescheid vom 5. Juni 2002 verschiedene Ermittlungsunterlagen übersandt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II

Die Beschwerde ist nicht begründet.

Nach Auffassung des Senats fehlt der als Marke angemeldeten Bezeichnung „Care Complete“ hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft, so daß sie bereits wegen des absoluten Schutzhindernisses nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist. Die Markenstelle des Patentamts hat die Anmeldung daher im Ergebnis zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen.

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 MarkenR 2000, 48 - Radio von hier; MarkenR 2000, 50 - Partner with the Best). 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 nicht um ein so gebräuchliches Wort der deutschen oder einer sonst im Inland geläufigen Sprache, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß einem als Marke verwendeten Wortzeichen die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH aaO - Partner with the Best; BGH GRUR 1999, 1089 - YES; BGH GRUR 1999, 1093 - FOR YOU m.w.N.).

Die vorliegende Marke ist aus den Bestandteilen „Care“ und „Complete“ zusammengesetzt. Der aus dem Englischen stammende Begriff „care“ wird mit „(Für-)Sorge, Betreuung“ übersetzt (von Eichborn, Die Sprache unserer Zeit, 1990, S 243). Im Zusammenhang mit der Tätigkeit von Versicherungen findet der Begriff vielfach Verwendung. So wirbt beispielsweise die Allianz-Versicherung für eine „Health Care Insurance“ ([www.satzsoft.com](http://www.satzsoft.com)). Auch von der Colonia Versicherung wird der Ausdruck „Care“ verwendet ([www.versicherungnetz.de](http://www.versicherungnetz.de)).

Das eng mit dem deutschen Begriff „komplett“ verwandte zweite Markenwort „Complete“ wird als Adjektiv mit „vollständig“, „perfekt“ übersetzt (Langenscheidts Handwörterbuch Englisch-Deutsch 1999 S 139). Das Gesamtzeichen rückt für die angesprochenen Verkehrskreise, hier auch das allgemeine Publikum, die angemeldeten Dienstleistungen und ein damit verbundenes Wertversprechen in den Vordergrund. Den potentiellen Kunden der Beschwerdeführerin wird vermittelt, daß diese mit ihren Dienstleistungen eine vollständige Betreuung anbietet. Die Verbindung des Begriffes „Care“ mit „Complete“ konnte sowohl von der Markenstelle (z.B. „Complete Customer Care) für Finanzdienstleistungen

(<http://domino.xgroup.de>) als auch im Rahmen der Internetrecherche des Senates („CompleteCare“) für Versicherungen ([www.golem.de](http://www.golem.de)) nachgewiesen werden.

Zwar trägt die Anmelderin zutreffend vor, daß es in der englischen Sprache üblich ist, das Adjektiv vor ein Substantiv zu setzen, wenn die Eigenschaft des Substantivs beschrieben werden soll und verweist in diesem Zusammenhang auf die Entscheidung des EuGH „BABY-DRY“ (MarkenR 2001, S 401), in der der EuGH ausgeführt hat, daß jede erkennbare Abweichung in der Formulierung einer angemeldeten Wortverbindung von der Ausdrucksweise, die im üblichen Sprachgebrauch der betroffenen Verbraucherkreise für die Bezeichnung der Ware oder Dienstleistung oder ihrer wesentlichen Merkmale verwendet wird, geeignet sei, einer Wortverbindung die als Marke erforderliche Unterscheidungskraft zu verleihen. Wie die Markenstelle insoweit zutreffend ausgeführt hat, stellt es allerdings in der englischen sowie auch in der deutschen Sprache ein Stilelement dar, eine Wortstellung abzuwandeln und so einen moderner und interessanter klingenden Ausdruck zu erhalten. Unter Berücksichtigung des - wie ausgeführt - glatt beschreibenden Sinngehalts des Gesamtbegriffes werden die angesprochenen Verkehrskreise im vorliegenden Fall diesen allein aufgrund der Umstellung der beiden Begriffe nicht als individualisierendes Betriebskennzeichen auffassen.

Der Senat neigt im übrigen zu der Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses an dem beschreibenden Gesamtbegriff „Care Complete“ gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, was hier jedoch keiner abschließenden Beurteilung mehr bedarf.

Winkler

v. Zglinitzki

Dr. Hock

CI