

# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 163/01

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 300 12 034.6**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 22. Juli 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Buchetmann sowie der Richterin Winter und des Richters Voit

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Zur Eintragung in das Markenregister ist angemeldet

### **click 4 cash**

für die Waren und Dienstleistungen

"Elektrische Apparate und Instrumente, Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Werbung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten; Verpflegung, wissenschaftliche und industrielle Forschung, Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung, Mediendienste, Online-dienste".

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes, besetzt mit einer Beamtin des höheren Dienstes, hat mit Beschluss vom 20. Juni 2001 die Anmeldung wegen eines bestehenden Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, das angemeldete Zeichen weise in Verbindung mit den angemeldeten Waren und Dienstleistungen unmittelbar darauf hin, dass diese entweder für Systeme bestimmt seien, bei denen für Anwahlvorgänge mittels Klickens mit der Maus eine Entlohnung erfolge oder aber Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten oder Verpflegungsdienstleistungen mittels eines solchen Sys-

tems angeboten würden. Insoweit liege daher eine unmittelbar beschreibende Angabe vor.

Der Anmelder hat Beschwerde erhoben.

Der Anmelder beantragt (sinngemäß),

den angefochtenen Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 20. Juni 2001 aufzuheben.

Ergänzend wird auf das schriftsätzliche Vorbringen und die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamtes Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders ist in der Sache ohne Erfolg. Der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung steht ein Freihaltebedürfnis im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen.

Gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung ua der Art, der Beschaffenheit oder der Bestimmung der Waren oder Dienstleistungen dienen können. Die angemeldete Bezeichnung *click 4 cash* ist in ihrer Gesamtheit im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine unmittelbar beschreibende Angabe und muss daher den Mitbewerbern zum freien Gebrauch erhalten bleiben.

Der Begriff "Klick" oder "klicken" ist – auch im Deutschen in der englischen Schreibweise mit führendem "C" – im EDV-Bereich geläufig und vielfältig benutzt. Er beschreibt die Auswahlaktion mit der Maus oder einem mausähnlichen Eingabegerät.

begerät, die im Regelfall dazu dient, eine Auswahl, etwa aus einem Menü oder einer Dialogbox, zu treffen. Der Klick auf ein solches Element wird daher auch als Anklicken bezeichnet (vgl. Irlbeck, Computer-Lexikon, 3. Aufl. 1998, S. 454). Dieser zunächst allein die technische Funktion des Arbeitens mit der Maustaste am PC bezeichnende Begriff hat im Laufe der Zeit einen derartigen Bedeutungsinhalt bekommen, dass er nunmehr als zentraler Begriff für die interaktive Nutzung des Computers dient und somit nicht mehr nur für die bloße Aktion mit der Maustaste, sondern auch für die Vielzahl der durch die weltweite Vernetzung der PCs entstandenen Benutzungsmöglichkeiten steht. Insbesondere werden damit die Nutzung von Informationsdiensten, das Onlineshopping, die Reisebuchung, die Teilnahme an Auktionen und Bewerbungen auf dem Arbeitsmarkt bezeichnet (vgl. BPatG 30 W (pat) 140/99 – "Klick"; 27 W (pat) 120/99 – Berlin auf einen Klick, beide PAVIS PROMA, Knoll). Die hier vorliegende Bezeichnung Click ist insoweit nur das – klanglich identische – englische Grundwort und stellt keine Abwandlung vom Fachwort dar.

Die Zahl "4" wird im Englischen wie das Wort "for" ausgesprochen und wird in dieser Bedeutung (ähnlich wie die Zahl 2 anstelle von to) vielfach werbeüblich verwendet (vgl. zB BPatG BIPMZ 1996, 134 "4 YOU"; 27 W (pat) 38/97 – SHOE4YOU; 30 W (pat) 42/00 "SCAN 2 PRINT", außerdem HABM R0989/00-3, deal4free.com, alle PAVIS PROMA). Der Senat vermag dem Anmelder nicht darin zu folgen, es werde vom Verkehr nicht erkannt, dass die Ziffer "4" für das englische Wort "for" stehe und deshalb in der Bedeutung unklar sei und den Schutz des Zeichens begründe. Ob das für die Zahl "4" in der Alleinstellung der Fall ist, ist unerheblich; entscheidend ist das Zeichen in seiner Gesamtheit und der sich daraus ergebende Sinn. Wie oben ausgeführt, ergibt dieser die Bedeutung von "for". Dies ist durch die häufige Verwendung solcher amerikanisierter Schreibweisen dem deutschen Publikum so nahegebracht, wie auch die dem Anmelder übersandten Fundstellen zeigen, dass darin keine spezifische Besonderheit mehr zu sehen ist.

Das englische Wort "cash" schließlich wird – auch im deutschen Sprachraum – ohne weiteres im Sinne von "(Bar-)Geld", "Barzahlung" verstanden (Langenscheidts Handwörterbuch Englisch-Deutsch 1999, S 113; DUDEN Fremdwörterbuch, S 135).

In ihrer Gesamtheit bedeutet die angemeldete und sprachüblich gebildete Bezeichnung daher "Auswählen, um (Bar-) Geld zu erhalten". In bezug auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen ergibt sich die sinnvolle und zur Beschreibung geeignete schlagwortartige Sachaussage, dass es sich um Geräte oder Dienstleistungen handelt, die entweder für ein solches System bestimmt sind oder mit Hilfe eines solchen Systems angeboten werden. Soweit "elektrische Apparate und Instrumente, Datenverarbeitungsgeräte und Computer" beansprucht werden, handelt es sich um die benötigte Hardware; hinsichtlich der Waren "Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Verpflegung" liegt ein beschreibender Hinweis auf die Vertriebsmodalität durch ein solches System vor. Hinsichtlich der Dienstleistungen "Werbung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten" kann die Bezeichnung die Einrichtung und Unterhaltung eines solchen Systems sowie die Werbung hierfür beschreiben, ebenso wie bei den Dienstleistungen "Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung", "Mediendiensten und Onlinediensten". Hinsichtlich der Dienstleistungen "wissenschaftliche und industrielle Forschung" kann die Bezeichnung schließlich beschreibend für die Auswertung des Nutzerverhaltens verwendet werden. Die Bezeichnung ist daher im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG Freihaltebedürftig und von der Registrierung als Marke ausgeschlossen.

Die Annahme eines (aktuellen) Freihaltebedürfnisses ist auch nicht davon abhängig, ob die angemeldete Bezeichnung als solche bereits für den hier einschlägigen Waren-/Dienstleistungsbereich unmittelbar (lexikalisch) nachweisbar ist. Nach dem ausdrücklichen Wortlaut des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, der lediglich voraussetzt, dass die fraglichen Bezeichnungen zur Beschreibung "dienen können", er-

gibt sich, dass auch die erstmalige Verwendung dieser Zeichenzusammensetzung nicht schutzbegründend ist (vgl BGH GRUR 1996, 770 - MEGA).

Im Übrigen kommt es für die Frage nach dem Freihaltungsbedürfnis vor allem auf die Belange der Mitbewerber der Anmelderin an. Ob die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise die angemeldete Bezeichnung richtig verstehen werden, ist nur insoweit von Bedeutung, als sie zur Warenbeschreibung dann nicht geeignet sein kann, wenn von vornherein feststeht, dass sie für das angesprochene Publikum völlig unverständlich sein und bleiben wird (vgl Althammer/Ströbele, Markengesetz 6. Aufl, § 8 Rdn 69). Das trifft im vorliegenden Fall nicht zu. Dass die englischen Wörter "click" und "cash" im Inland geläufige Begriffe der EDV sind, wurde bereits festgestellt; ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass die beteiligten Verkehrskreise in diesem Bereich, der vielfach deutsche Fachwörter gar nicht erst aufkommen lässt, - wie auch die Fassung des Warenverzeichnisses hier zeigt -, an den Gebrauch der englischen Sprache gewöhnt sind. Zudem ist festzuhalten, dass der Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften in seiner Rechtsprechung zum allgemeinen Wettbewerbsrecht und ebenso zum Markenrecht seit längerem einen Wandel des Verbraucherleitbildes vom flüchtigen Abnehmer zum durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher eingefordert und der Bundesgerichtshof diesen Wandel für das nationale Markenrecht vollzogen hat (EuGH GRUR Int. 1999, 734, Tz. 26 – Lloyd; WRP 2000, 289, Tz. 27 – Lifting-Creme; BGH, MarkenR 2000, 140, - ATTACHÉ/TISSERAND). Unter diesen Voraussetzungen kann nicht von einer so weitgehenden Unverständlichkeit der angemeldeten Marke für die angesprochenen Verkehrskreise ausgegangen werden, dass die Mitbewerber kein Interesse haben könnten, diesen Ausdruck zu verwenden.

Dr. Buchetmann

Winter

Voit

Hu