



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 539/11

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am
22. Mai 2013

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 027 974.5

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 31. Januar 2013 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie der Richterin Winter und des Richters am Amtsgericht Backes

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 10. März 2011 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung hinsichtlich folgender Waren zurückgewiesen worden ist:

„Fernschreiber, Fotoelemente, Freisprecheinrichtung für Telefone, Handgelenkauflagen zur Verwendung mit Computern, Kassettenabspielgeräte, Kassettenrahmen [Fotografie], Kopfhörer, Mauspads [Mausmatten], Plattenspieler, Radios, Radios für Fahrzeuge, Schallplatten“.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung als Wortmarke in das Markenregister angemeldet ist die Wortfolge

Computer as a Service

für zahlreiche Waren und Dienstleistungen, nämlich für:

„Bildfunkgeräte, Bildtelefone, CD-Player, Chips [integrierte Schaltkreise], Codierer [Datenverarbeitung], Compact Disks [ROM, Festspeicher], Compact Disks [Ton, Bild], Computer, Computerbetriebsprogramme [gespeichert], Computerbildschirme, Computerperipheriegeräte, Computerprogramme [gespeichert], Computerprogramme [herunterladbar], Computersoftware [gespeichert], Computertastaturen, Datenverarbeitungsgeräte, digitaler Bilder-

rahmen, Disketten, Diskettenlaufwerke [für Computer], Drucker für Computer, DVD-Spieler, DVD-Player, elektronische Anzeigetafeln, elektronische Publikationen [herunterladbar], elektronische Stifte [für Bildschirmgeräte], elektronische Terminkalender, Fernschreiber, Fernsehapparate, Fernsprechapparate, Fernsteuerungsgeräte, Fotoapparate, Fotoelemente, Fotokopiergeräte [fotografische, elektrostatische, thermische], Freisprecheinrichtung für Telefone, Handgelenkauflagen zur Verwendung mit Computern, Identifikationskarten, magnetische, Karten mit integrierten Schaltkreisen [Smartcards], Kassettenabspielgeräte, Kassettenrahmen [Fotografie], Kontrollapparate [elektrisch], Kopfhörer, Koppler [Datenverarbeitung], Laptops (Computer), Lautsprecher, Lautsprecherboxen, Lesegeräte [Datenverarbeitung], Magnetbänder, Magnetbandgeräte [Datenverarbeitung], Magnetdatenträger, Magnetplatten, Mäuse [Datenverarbeitung], Mauspads [Mausmatten], Mikrofone, Mikroprozessoren, Mobiltelefone, Modems, Monitore [Computerhardware], Monitore [Computerprogramme], Navigationsgeräte für Fahrzeuge [Bordcomputer], Navigationsinstrumente, Notebooks (Computer), optische Datenträger, Personenrufgeräte [Pager], physikalische Apparate und Instrumente, Plattenspieler, Plattenwechsler [Datenverarbeitung], Radios, Radios für Fahrzeuge, Rechenmaschinen, Satellitennavigationsgeräte, Scanner [Datenverarbeitung], Schallplatten, Sender für elektronische Signale, Sender [Telekommunikation], Signalfernsteuergeräte [elektrodynamisch], Speicher für Datenverarbeitungsanlagen, Spielprogramme für Computer, Telefonapparate, Telefonhörer, telefonische Übertragungsapparate, Telegrafiegeräte, Telekopiergeräte, Teleprompter, Textverarbeitungsgeräte, Ton- und Bildempfangsgeräte, Tonaufzeichnungsfilme, Tonaufzeichnungsgeräte, Tonbandgeräte, Tonträger, Tonübertragungsgeräte, Tonwiedergabegeräte, tragbare Stereogeräte, tragbares Sprechfunk-

gerät, Unterhaltungsgeräte, die mit einem externen Bildschirm oder Monitor zu verwenden sind, Unterrichtsapparate, Unterrichtsapparate [audiovisuell], Videobänder, Videobildschirme, Videokameras, Videokassetten, Videorecorder, Videospiele als Zusatzgeräte für externen Bildschirm oder Monitor, Videospieldkassetten; Auskünfte über Telekommunikation, Ausstrahlung von Fernsehprogrammen, Ausstrahlung von Kabelfernsehsendungen, Ausstrahlung von Rundfunk- und Hörfunksendungen, Ausstrahlung von Teleshoppingsendungen, Bereitstellen des Zugriffs auf ein weltweites Computernetzwerk, Bereitstellen von Telekommunikationsverbindungen zu einem weltweiten Computernetzwerk, Bereitstellung des Zugriffs auf Computerprogramme in Datennetzen, Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet, Bereitstellung von Internet-Chatrooms, Bereitstellung von Telekommunikationskanälen für Teleshopping-Dienste, Dienste von Presseagenturen, Durchführung von Videokonferenzen, E-Mail-Dienste, Einstellen von Webseiten in das Internet für Dritte, elektronische Anzeigenvermittlung [Telekommunikation], elektronische Nachrichtenübermittlung, elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms und Internetforen, Fernschreibdienste, Funkdienste, Kommunikationsdienste mittels Computerterminals, Kommunikationsdienste mittels Telefon, Leitungs-, Routing- und Verbindungsdienstleistungen für die Telekommunikation, Mobiltelefondienste, Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer, Personenrufdienste [Rundfunk, Telefon oder mit anderen Mitteln elektronischer Kommunikation], Satellitenübertragung, Sprachübermittlungsdienste (Sprachmitteilungsdienste), Telefaxdienste, Telefondienste, Telefonvermittlung, Telekommunikation, Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet, Telekonferenzdienstleistungen, Teletext-Dienste, Übermittlung von Nachrichten, Vermietung von Einrichtungen für die

Telekommunikation, Vermietung von Faxgeräten, Vermietung von Geräten zur Nachrichtenübertragung, Vermietung von Modems, Vermietung von Telefonen, Vermietung von Telekommunikationsgeräten, Vermietung von Zugriffszeit auf globale Computernetzwerke, Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken, Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internet-Adressen (Web-Messaging); Aktualisieren von Computersoftware, Aktualisierung (Update) von Software, Aktualisierung von Internetseiten, Benutzer- und Rechteverwaltung in Computernetzwerken, Beratung auf dem Gebiet der Energieeinsparung, Beratung bei der Gestaltung von Homepages und Internetseiten, Beratung für Telekommunikationstechnik, Bereitstellung von Suchmaschinen für das Internet, Computerberatungsdienste, Computerhard- und Softwareberatung, Computersoftwareberatung, Computersystemanalysen, Design und Erstellung von Homepages und Internetseiten, Design von Computersoftware, Design von Computersystemen, Dienstleistungen einer Zertifizierungsstelle (Trust-Center), nämlich Ausgabe und Verwaltung von digitalen Schlüsseln und/oder digitalen Unterschriften, Dienstleistungen eines EDV-Programmierers, Dienstleistungen eines Grafikers, Dienstleistungen eines Industriedesigners, Dienstleistungen eines Physikers, Dienstleistungen von Ingenieuren, Dienstleistungen zum Schutz vor Computerviren, digitale Bildbearbeitung (Grafikerdienstleistungen), Durchführung von technischen Tests, Durchführung wissenschaftlicher Untersuchungen, Editieren, Formatieren und Übertragen von Daten auf CD-Rohlinge (Premastering), EDV-Beratung, Einrichtungsberatung, elektronische Datensicherung, elektronische Datenspeicherung, Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und Computersoftware, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, Erstellung von Computeranimationen, Erstellung von technischen Gutachten, Forschung auf dem Gebiet des

Umweltschutzes, Forschungen auf dem Gebiet der Technik, Gestaltung und Unterhalt von Websites für Dritte, Installation und Wartung von Software, Installation und Wartung von Software für Internetzugänge, Installieren von Computerprogrammen, Konfiguration von Computer-Netzwerken durch Software, Konvertieren von Computerprogrammen und Daten [ausgenommen physische Veränderung], Konvertieren von Daten oder Dokumenten von physischen auf elektronische Medien, Kopieren von Computerprogrammen, Materialprüfung, Nachforschungen, Recherchen in Datenbanken und im Internet für Wissenschaft und Forschung, physikalische Forschungen, Qualitätsprüfung, Recherche- und Entwicklungsdienste bezüglich neuer Produkte für Dritte, Serveradministration, Sicherheitsdienstleistungen zum Schutz vor illegalen Netzwerkzugriffen, Styling [industrielles Design], technische Beratung, technische Projektplanungen, technisches Projektmanagement im EDV-Bereich, Überprüfung von digitalen Signaturen, Umweltverträglichkeitsprüfungen, Vermietung und Wartung von Speicherplätzen zur Benutzung als Websites für Dritte (hosting), Vermietung von Computerdruckern, Vermietung von Computern, Vermietung von Computersoftware, Vermietung von Datenverarbeitungsgeräten, Vermietung von Webservern, Wartung von Computersoftware, Wiederherstellung von Computerdaten, Zertifizierungen, Zurverfügungstellung oder Vermietung von elektronischen Speicherplätzen (Webpace) im Internet“.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die angemeldete Marke nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG beanstandet, weil sie im Sinn von „Computer als Dienst/Dienstleistung“ eine werbemäßig formulierte Angabe darstelle, die schlagwortartig darauf hinweise, dass Gegenstand und Inhalt des Dienstleistungsangebots darin beständen, Computer einschließlich Software, Peripheriegeräte u. ä. zur Nutzung zur Verfügung zu stellen. Auch die bean-

spruchten Dienstleistungen stünden damit in einem unmittelbaren Zusammenhang bzw. würden in unmittelbarem Zusammenhang damit erbracht. Dieselbe Markenstelle hat die Anmeldung mit Beschluss vom 10. März 2011 gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen, weil dem Zeichen jegliche Unterscheidungskraft fehle. Begründend ist unter Bezugnahme auf den Beanstandungsbescheid im Wesentlichen ausgeführt, dass die Wortkombination der englischen Sprache wegen der Nähe zu entsprechenden deutschen Begriffen sofort mit der Bedeutung „Computer als eine Dienstleistung“ verständlich sei. Damit werde in werbeüblicher Weise hinreichend deutlich zum Ausdruck gebracht, dass die so bezeichneten Waren dazu dienen, eine Serviceleistung für den Benutzer zu erbringen. Das Anmeldezeichen werde damit in Form eines Slogans auf den Inhalt und Bestimmungszweck der so bezeichneten Waren und der damit im Zusammenhang erbrachten Dienstleistungen hin. In den unterschiedlichsten Bereichen würden Computer eingesetzt, um Dienstleistungen - welcher Art auch immer - für den Benutzer ganz oder teilweise zu übernehmen. Der Verkehr werde daher in „Computer as a Service“ ausschließlich eine sachbezogene Angabe sehen. Mit der Betonung des Dienstleistungscharakters werde zum Ausdruck gebracht, dass die fraglichen Waren und Dienstleistungen als Arbeitshilfsmittel der Entlastung und Unterstützung der potentiellen Kunden dienen. In einem solchen Hinweis auf den Inhalt und die Bestimmung der Waren und Dienstleistungen werde der angesprochene Verkehr keinen Hinweis auf einen ganz bestimmten Geschäftsbetrieb oder Anbieter erkennen.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie hält mit näheren Ausführungen den Slogan für schutzfähig, weil er keine beschreibende Angabe beinhalte. Dem Slogan komme Originalität und Prägnanz zu, insbesondere weil er einen Widerspruch aufweise, da ein Computer als Ware ein körperlicher Gegenstand sei und keine Dienstleistung oder Tätigkeit. Objektiv ergebe der Spruch keinen Sinn. Um zu der von der Markenstelle angenommenen Bedeutung zu gelangen, sei ein erhebliches Maß an Interpretationsaufwand erforderlich, zumal der Slogan besage, dass der Computer als eine Dienstleistung erbracht werde, und nicht, dass der Computer eine Serviceleistung für den Benutzer er-

bringe. Für die Schaffung des Slogans sei eine gewisse künstlerische Ader und Ironie benötigt worden, um in einem Slogan eine Ware mit einer Dienstleistung gleichsetzen zu können.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Der Senat hat die Anmelderin unter Übersendung von Fundstellen mit dem Ladungszusatz vom 19. Dezember 2012 darauf hingewiesen, dass im Zusammenhang mit Cloud-Computing-Angeboten es sich eingebürgert habe, „alles...as a service zur Verfügung zu stellen“.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache im aus dem Beschlusstenor ersichtlichen Umfang begründet, da insoweit Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG nicht bestehen. Im Übrigen ist die Beschwerde unbegründet; die angemeldete Marke ist insoweit wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen; die Markenstelle hat die Anmeldung in diesem Umfang zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG bedeutet nach ständiger Rechtsprechung, dass die Marke im Hinblick auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise geeignet sein muss, die Waren und Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und somit diese Produkte und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Die Beurteilung der Unterschei-

dingungskraft hat sich daher einerseits an den beanspruchten Waren und Dienstleistungen und andererseits an der Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise zu orientieren (st. Rspr.; EuGH GRUR 2008, 608 ff. - Rn. 66, 67 - EUROHYPO; GRUR 2006, 229 - Rn. 27 ff. - BioID; GRUR 2004, 674 - Rn. 34 - Postkantoor; BGH GRUR 2010, 935 - Rn. 8 - Die Vision; GRUR 2010, 825, 826 - Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2009, 952 - Rn. 9 - DeutschlandCard; GRUR 2006, 850, 854 - Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2005, 257 - Bürogebäude; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; BGH GRUR 2001, 1153, 1154 - anti KALK). Als beteiligte Verkehrskreise sind alle Kreise zu verstehen, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann. Die maßgeblichen Verkehrskreise definiert der EuGH als den Handel und/oder den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher (Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rdn. 29 m. w. N.; vgl. z. B. EuGH GRUR 2006, 411, 413 - Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla).

Keine Unterscheidungskraft kommt Bezeichnungen zu, die einen beschreibenden Begriffsinhalt aufweisen, der für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Darüber hinaus fehlt die erforderliche Unterscheidungskraft auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu den betreffenden Waren und Dienstleistungen hergestellt wird (BGH WRP 2010, 1504, 1506 - Rn. 23 - TOOOR!; GRUR 2009, 949, 951 - Rn. 20 - My World; GRUR 2009, 411 - Rn. 9 - STREETBALL; GRUR 2006, 850, 854 - Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006).

Die Prüfung der Anmeldungen hat streng und umfassend zu erfolgen, um die ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu verhindern (EuGH GRUR 2004, 1027

- Rn. 45 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; EuGH GRUR 2003, 604 - Rn. 59 - Libertel; EuGH GRUR 2003, 58 - Rn. 20 - Companyline).

An die Beurteilung der Unterscheidungskraft von Wortfolgen und Slogans sind keine strengeren Maßstäbe anzulegen als bei sonstigen Wortzeichen (EuGH GRUR Int. 2012, 914 - Rn. 25 - WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH; GRUR 2010, 228 - Rn. 36 - Vorsprung durch Technik; EuGH GRUR 2004, 1027 - Rn. 32, 44 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2009, 949 - Rn. 12 - My World; BGH GRUR 2009, 778 - Rn. 12 - Willkommen im Leben). Es wäre daher unzulässig, besondere Kriterien aufzustellen, die das Kriterium der Unterscheidungskraft ersetzen oder von ihm abweichen (EuGH GRUR 2010, 228 - Rn. 38 - Vorsprung durch Technik; EuGH GRUR 2004, 1027 - Rn. 35 und Rn. 36 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT), etwa dergestalt, dass die sloganartige Wortfolge phantasievoll sein und ein begriffliches Spannungsfeld, das einen Überraschungs- und damit Merkeffekt zur Folge habe, aufweisen müsse (EuGH GRUR 2010, 228 - Rn. 39 - Vorsprung durch Technik; EuGH GRUR 2004, 1027 - Rn. 31, 32 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; vgl. BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft). Auch wenn Werbeslogans keinen strengeren Schutzvoraussetzungen unterliegen, ist jedoch zu berücksichtigen, dass Wortmarken in Form von Werbeslogans vom Verkehr nicht notwendig in gleicher Weise wahrgenommen werden wie andere Markenkategorien. Insoweit ist bei Slogans, die eine im Vordergrund stehende Werbefunktion ausüben, dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Durchschnittsverbraucher aus solchen Slogans gewöhnlich nicht auf die Herkunft der Waren schließen. Bei nach Art eines Slogans gebildeten Wortfolgen wird der Verkehr diese daher als eine Beschreibung oder Anpreisung des Inhalts oder Gegenstands entsprechender Waren und Dienstleistungen auffassen (vgl. GRUR 2004, 1027, 1029 - Rn. 35 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft; EuGH GRUR Int. 2003, 834, 835 f. - Best buy; GRUR Int. 2004, 944, 946 - Mehr für Ihr Geld). Nicht unterscheidungskräftig sind demzufolge spruchartige Wortfolgen, die lediglich in sprach- oder werbeüblicher

Weise eine beschreibende Aussage über die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen enthalten oder sich in Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art erschöpfen (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027 - Rn. 35 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2001, 1047, 1049 - LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; BGH GRUR 2001, 735, 736 - Test it.).

1. Nach diesen Grundsätzen fehlt dem zur Eintragung in das Markenregister angemeldeten Zeichen abgesehen von den im Tenor dieses Beschlusses genannten Waren jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Im Umfang der Zurückweisung liegt in sprachüblicher Weise eine beschreibende Aussage über die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen vor.

Das zur Eintragung angemeldete Zeichen ist gebildet aus englischen Worten, die mit „computer“ und „service“ Eingang in die deutsche Sprache gefunden haben, im Duden verzeichnet sind (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 7. Aufl. 2011, S. 379; 1597) und ohne weiteres verstanden werden. Die zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörende Wendung „as a“ bedeutet im Deutschen „als, als ein(e)“ (vgl. E. Weis, Grund- und Aufbauwortschatz Englisch, S. 10, 18) und dient zur Einleitung der näheren Erläuterung eines Bezugswortes (Duden a. a. O., S. 129).

Das begriffliche Verständnis der Gesamtbezeichnung **Computer as a Service** im Sinn von „Computer als Service/Dienstleistung“ bereitet dem angesprochenen Publikum angesichts der auch im Deutschen verwendeten bzw. zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörenden Wörter somit keinerlei Schwierigkeiten. Im Ansatz zutreffend hat die Markenstelle auf der Grundlage dieser Bedeutung im Beanstandungsbescheid auch darauf Bezug genommen, dass die beanspruchten Waren mittels der beanspruchten Dienstleistungen zur Nutzung zur Verfügung gestellt werden können. Denn es trifft zu, dass Computer, verbunden mit Wartung und Austausch, vielfach auch im Rahmen von Dienstleistungspaketen

angeboten werden (vgl. auch Fundstelle 7 der übersandten Nachweise, <http://www.steinbauer-it.com/computer-as-a-service.html>). Soweit die Anmelderin also darauf hinweist, dass „Computer“ als Bezeichnung für eine Ware keine Dienstleistung sei und deshalb ein Widerspruch in der Bezeichnung liege, ist das nur vordergründig zutreffend. Ob mit dem Spruch **Computer as a Service** mit der im Beanstandungsbescheid genannten Bedeutung die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG beschrieben werden, kann indessen dahingestellt bleiben.

Denn in einem weiteren Sinn beinhaltet der Begriff „as a service“ im Bereich IT/Internet einen Bezug zu „Cloud Computing“. Wie den der Anmelderin übersandten Nachweisen zu entnehmen ist, ist der Ansatz im Bereich „Cloud Computing“, alles „as a service“ zur Verfügung zu stellen und mit diesem Begriff zu bezeichnen (vgl. Fundstelle 3 der übersandten Nachweise, <http://www.grand-resum.com/cloud-computing-iaas-paas-und-saas/>).

„Cloud Computing“ beschreibt im Bereich IT ein Konzept zur Bereitstellung der IT-Umgebung über das Internet oder auch ein Intranet in der „Private Cloud“ (vgl. Fundstelle 1 der übersandten Nachweise, http://de.wikipedia.org/wiki/Organic_Computing). Physische Strukturen werden dabei virtualisiert; Rechner oder ein Rechenzentrum werden auf Nutzerseite nicht mehr selbst betrieben oder örtlich bereitgestellt, sondern bei Anbietern bei Bedarf als Dienst gemietet. Das Angebot von „Cloud Computing“ umfasst das komplette Spektrum der Informationstechnik und beinhaltet unter anderem neben der genannten Hardware ferner Software, das Einräumen von Nutzungsrechten an Softwarepaketen über das Internet, den Zugang zu Plattformen, Lizenzen, Support, Betrieb und Verwaltung sowie Inanspruchnahme von Cloud-Diensten wie beispielsweise Musik- und Videostreaming, Website-Hosting; bekannte Cloud-Dienste sind beispielsweise Google Apps, Windows Live, Apple iCloud und fast alle sozialen Netzwerke (vgl. Ch. Prevezanos, Computer Lexikon 2012, S. 180). Nach dem Ansatz von „everything as a service“ im Bereich „cloud computing“ lauten Bezeichnungen von Ser-

vice-Modellen und Fachbegriffen „infrastructure as a service“, „platform as a service“, „software as a service“, „computing as a service“ oder „humans as a service“ (vgl. Fundstelle 1 der übersandten Nachweise, http://de.wikipedia.org/wiki/Organic_Computing; Fundstelle 2, <http://www.it-auf-abruf.de/cloud>; Fundstelle 3, <http://www.grandresum.com/cloud-computing-iaas-paas-und-saas/>; Fundstelle 4, <http://www.verizonbusiness.com/de/Products/it/cloud-it/caas/>; vgl. auch Ch. Prevezanos, Computer Lexikon 2012, S. 180).

In diese Begrifflichkeit reiht sich der Spruch **Computer as a Service** ein, der auch mit „A computer without the computer“ illustriert wird und Erläuterungen wie „...If we use Computer as a Service there would be no CD/DVDs etc or any other Storage Media there would be no piracy. All videos can be watched only on service...“ erfährt (vgl. Fundstelle 6, <http://ideateup.ideascale.com/a/dtd/Computer-As-a-Service-A-computer-without-the-computer/37425-8211>).

Der Spruch bringt vor diesem Hintergrund und vor dem Hintergrund der versagten Waren und Dienstleistungen zum Ausdruck, dass ein Nutzungszugang zu virtualisierten Computer-Ressourcen angeboten wird, die im Rahmen eines Cloud-Service genutzt werden können. Die angesprochenen Verkehrskreise werden daher mit der angemeldeten Wortfolge **Computer as a Service** allenfalls die Vorstellung verbinden, dass im Zusammenhang mit „Cloud Computing“ stehende Waren und Dienstleistungen angeboten werden, und ihr daher hinsichtlich aller über die im Beschlusstenor genannten Waren hinaus beanspruchten Produkte ein beschreibend anpreisendes Verständnis entgegenbringen und sie nicht als betrieblichen Herkunftshinweis verstehen. Die versagten Waren der Klasse 9 können, wie oben ausgeführt, im Rahmen von „Cloud Computing“ und der Bereitstellung der IT-Umgebung über das Internet (oder Intranet) als Dienstleistung angeboten werden. Die beanspruchten Dienstleistungen können entweder diese Waren selbst oder einen mittels dieser Waren nutzbaren Dienst im Rahmen von „Cloud Computing“ beinhalten oder Aspekte von „Cloud Computing“ haben. Insoweit handelt es sich größtenteils um eine beschreibende Angabe zur Art, zum Inhalt, zur Bestimmung

oder zu sonstigen Merkmalen der jeweiligen Ware oder Dienstleistung, die vom Verkehr nur in diesem Sinn verstanden wird. Es liegt daher insoweit auf der Hand, dass die Wortfolge **Computer as a Service** die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vor diesem Waren- und Dienstleistungshintergrund nicht aufweist. Ein weiterer Teil der zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen kann zu „Cloud Computing“ einen so engen Zusammenhang aufweisen, dass der Verkehr auch insoweit in der Wortfolge keinen betrieblichen Herkunftshinweis erkennt.

Zwar weist der Anmelder mit seinen Ausführungen zutreffend auf das Verbot der analysierenden Betrachtungsweise hin; jedoch ist die Verständnisfähigkeit des Publikums im Hinblick auf das auch insoweit geltende Leitbild des „aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers“ nicht zu gering zu veranschlagen (vgl. Ströbele/Hacker a. a. O., § 8 Rdn. 30 m. w. N.); außerdem entbindet der Grundsatz, dass es auf die Schutzzfähigkeit der Marke in ihrer Gesamtheit ankommt, auch bei einer aus mehreren Bestandteilen gebildeten Marke nicht von einer Prüfung der einzelnen Markenteile (vgl. Ströbele/Hacker a. a. O., § 8 Rdn. 146 m. w. N.).

Computer as a Service bewegt sich indessen - wie oben dargelegt - im Rahmen des aktuellen und für den Verkehr verständlichen Sprachgebrauchs im maßgeblichen Produkt-/Dienstleistungsbereich und verlangt den angesprochenen Verkehrskreisen keinerlei analysierende Gedankengänge ab. Vielmehr werden sie die angemeldete Marke im Hinblick auf Waren und Dienstleistungen, soweit diese einen irgendwie gearteten Bezug zu „Cloud Computing“ aufweisen oder aufweisen können, ohne jede weitergehende Überlegungen als bloßen Sachhinweis im oben genannten Sinn bezüglich solcher Produkte und Dienstleistungen verstehen.

Die angemeldete Marke ist somit nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG im genannten Umfang von der Eintragung ausgeschlossen. Die Frage, ob auch ein Schutzhin-

dernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gegeben ist, kann bei dieser Sachlage dahingestellt bleiben.

Die Beschwerde war daher im genannten Umfang zurückzuweisen.

2. In dem aus dem Beschlusstenor ersichtlichen Umfang können Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG indessen nicht festgestellt werden. Im Zusammenhang mit dem oben genannten „Cloud Computing“ beschreibt die Bezeichnung keine Merkmale der insoweit genannten Waren, die damit ersichtlich in keinem näheren Zusammenhang stehen.

Hacker

Winter

Backes

CI