



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 548/18

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2017 107 193.4**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 29. November 2018 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Kriener und des Richters Dr. Nielsen

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 25. Juni 2018 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Die Bezeichnung

### **Q.PARTNER**

ist am 19. Juli 2017 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für die nachfolgenden Waren angemeldet worden:

Klasse 9: Wechselrichter als Teile von Solaranlagen; solarthermische Geräte; Solarthermieanlagen; Apparate und Systeme zur photovoltaischen Stromerzeugung; Solarstromanlagen; photovoltaische Geräte, nämlich Solarmodule zur Stromerzeugung; Sonnenkollektoren zur Stromerzeugung; Geräte zum Nachverfolgen des Sonnenstands; Sonnenlicht-Bündelungsoptik und elektronische Steuersysteme; Photovoltaische Anlagen zur Umwandlung von Sonnenlicht in elektrische Energie; Teile der vorgenannten Waren, nämlich Solarzellen, Solarmodule, Wandler, photovoltaische Wandler, Siliziumscheiben;

Klasse 35: Planung von und Beratung über die Verwendung von Solaranlagen und deren Komponenten, solarthermischen Geräten und Anlagen sowie zu Geräten und Systemen zur photovoltaischen Stromerzeugung, soweit in Klasse 35 enthalten.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese unter der Nummer 30 2017 107 193.4 geführte Anmeldung mit Beschluss eines Beamten des gehobenen Dienstes vom 25. Juni 2018 wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, dass der angesprochene Verkehr die Bezeichnung „Q.PARTNER“ ohne Weiteres im Sinne von „Qualitätspartner“ und damit als Sachhinweis bzw. werbliche Anpreisung verstehen werde. Der Buchstabe „Q“ sei ausweislich verschiedener Abkürzungsverzeichnisse eine gebräuchliche Abkürzung für das Wort „Qualität“. Das Wort „Partner“ werde in unterschiedlichen Zusammenhängen verwendet, um eine partnerschaftliche Beziehung zu beschreiben und um die positive Konnotation von Zuverlässigkeit zu vermitteln. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen werde der Verkehr daher die angemeldete Bezeichnung als Hinweis auf einen (Geschäfts)Partner verstehen, der für Qualität bürge. In diesem Sinne werde die angemeldete Bezeichnung bereits als werbliche Anpreisung benutzt, was durch eine Google-Trefferliste belegt werden könne. Da die beanspruchten Waren wartungsintensiv seien und ständiger Kontrolle bedürften, sei deren Qualität von besonderer Bedeutung. Zudem sei es häufig erforderlich, nach der Installation von Solaranlagen einzelne Bauteile oder Module zu ersetzen, weshalb die Kunden sich darauf verlassen müssten, dass der Hersteller ein Qualitätspartner sei, der entsprechende Bauteile nachliefern und ersetzen könne.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde. Der angemeldeten Bezeichnung könne die Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden, da der angesprochene Verkehr den Markenbestandteil „Q“ entgegen der Auffassung der Markenstelle nicht als Abkürzung des Wortes „Qualität“ verstehen werde. Der

Buchstabe „Q“ könne nämlich eine Vielzahl deutlich sinnverschiedener Begriffe abkürzen, wobei ein Verständnis im Sinne von „Qualität“ weder typisch sei noch im Vordergrund stehe. Beispielsweise könnten auch die beiden, häufig als gegensätzlich empfundenen Begriffe „Qualität“ und „Quantität“ mit „Q“ abgekürzt werden. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen liege es im Übrigen nicht ferner, den Buchstaben „Q“ als Formelzeichen zu verstehen (abgeleitet von dem lateinischen Wort „quantum“) und mit der von einer Photovoltaikanlage erzeugten elektrischen Ladung in Verbindung zu bringen. Ohne analysierende Betrachtung werde daher der Verkehr dem Zeichenbestandteil „Q“ keine bestimmte Bedeutung zumessen können, selbst wenn die Qualität von Solaranlagen von besonderer Bedeutung sein könne. Auch in der Gesamtbetrachtung der angemeldeten Bezeichnung lege der weitere Bestandteil „Partner“ ein Verständnis des Bestandteils „Q“ im Sinne von „Qualität“ nicht nahe, da kein entsprechender sinnhafter Zusammenhang erkennbar sei. Im Übrigen seien eine Vielzahl von Marken für unterschiedlichste Waren und Dienstleistungen eingetragen worden, die den Bestandteil „Q“ oder den Bestandteil „Partner“ enthielten.

Die Anmelderin und Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 25. Juni 2018 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, die Schriftsätze der Markenmelderin und auf den übrigen Akteninhalt verwiesen.

## II.

Die nach § 64 Abs. 6 Satz 1 i. V. m. § 66 Abs. 1 Satz 1 MarkenG statthafte und auch im Übrigen zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache Erfolg. Es kann nicht mit hinreichender Sicherheit festgestellt werden, dass der Eintragung der Bezeichnung „Q.PARTNER“ als Marke Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG oder § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegenstehen. Ausgehend davon war der Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des DPMA vom 25. Juni 2018 aufzuheben.

1. Der angemeldeten Bezeichnung kann das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 30, 31 – Henkel; BGH GRUR 2006, 850 Rn. 17 – FUSSBALL WM 2006). Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH 2006, 850 Rn. 19 – FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Postkantoor). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u. a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Produkte zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH – FUSSBALL WM 2006 a. a. O.).

Der Bezeichnung „Q.PARTNER“ wird vom angesprochenen Verkehr, zu dem sowohl Verbraucher als auch Fachkreise zu zählen sind, im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen aber kein beschreibender Be-

griffsinhalt zugeordnet werden. Sie ist inhaltlich so unbestimmt, dass ihr letztlich kein konkreter Bedeutungsgehalt zu entnehmen ist. Der Verkehr wird die angemeldete Bezeichnung insbesondere nicht ohne Weiteres im Sinne von „Qualitätspartner“ verstehen. Für ein solches Verständnis sind weitere gedankliche Schritte erforderlich. Das DPMA hat zwar insoweit auf Einträge in verschiedenen Abkürzungsverzeichnissen verwiesen, aus denen sich ergibt, dass der Buchstabe „Q“ im allgemeinen Sprachgebrauch als Abkürzung für das Wort „Qualität“ benutzt wird. Jedoch reicht der bloße Eintrag in einem Abkürzungsverzeichnis für sich genommen grundsätzlich nicht aus, um ein entsprechendes Verkehrsverständnis festzustellen. Der Sinngehalt von Abkürzungen erschließt sich in aller Regel erst aus einem bestimmten Kontext. Es bedarf daher weiterer Anhaltspunkte, die im Einzelfall darauf schließen lassen, dass die fragliche Angabe im Verkehr ohne weiteres Nachdenken als beschreibende Abkürzung und deshalb nicht als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst wird (Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 8 Rn. 226; zu Einzelbuchstaben: vgl. Rn. 228 m. w. N.). Dies gilt insbesondere für Einzelbuchstaben, die regelmäßig als Abkürzung für eine Vielzahl von Begriffen aus den unterschiedlichsten Bereichen in Betracht kommen. Vorliegend drängt sich ein sachbeschreibendes Verständnis des Buchstabens „Q“ nicht auf. Es lassen sich keine ausreichenden Belege für die Annahme finden, dass der Verkehr den Buchstaben „Q“, wenn er ihm ohne spezifischen Kontext gegenübertritt, wie z. B. im Zusammenhang mit der Dienstleistung „Qualitätssicherung“, als Abkürzung für bzw. als einen beschreibenden Hinweis auf „Qualität“ versteht (BPatG 27 W (pat) 3/16 – Q; 30 W (pat) 93/11 – Q Guard; die Entscheidungen sind über die Homepage des Bundespatentgerichts öffentlich zugänglich). Ein solches Verständnis lässt sich auch nicht für den Bereich der Solaranlagen nachweisen. Auch der weitere Zeichenbestandteil „PARTNER“ führt von einem Verständnis des Zeichenbestandteils „Q“ im Sinne von Qualität eher weg, da ein naheliegender gedanklicher Zusammenhang zwischen den beiden Zeichenbestandteilen nicht erkennbar ist und eine entsprechende sprachliche Übung nicht besteht. Soweit das DPMA in diesem Zusammenhang auf die Trefferliste einer Google-Suche verweist, ausweislich derer sich verschiedene Anbieter von Waren und Dienstleistung-

gen als „Q-Partner“ bezeichnen, belegt auch dies ein die Unterscheidungskraft ausschließendes Verkehrsverständnis nicht. Bei den vom DPMA angeführten Benutzungen der Bezeichnung „Q-Partner“ handelt es sich um markenmäßige Benutzungen. Zwar können auch diese im Einzelfall zu einer gewissen Gewöhnung des Verkehrs führen und damit ein bestimmtes sachbeschreibendes Verständnis einer Bezeichnung fördern oder nahelegen. Hiervon kann vorliegend aber nicht ausgegangen werden, da nur wenige markenmäßige Benutzungen nachweisbar sind und sich dem angesprochenen Verkehr deren Bedeutung im Sinne von „Qualitätspartner“ nicht ohne Weiteres erschließt. Nachdem die angemeldete Bezeichnung keinen konkreten Sinngesamt aufweist, ist sie auch nicht geeignet, einen engen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Produkten herzustellen.

Soweit die Anmelderin selbst darauf hingewiesen hat, dass im Zusammenhang mit Solaranlagen der Buchstabe „Q“ auch als Formelzeichen verstanden werden könne, vermag auch dies das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nicht zu begründen. Auch im Zusammenhang mit dem Begriff „Quantum“ (der ausgehend von lateinisch „wie viel?“ etwa „eine bestimmte Menge“ bedeutet) erschließt sich nach Auffassung des Senats auch für den insoweit für sich genommen bereits ausreichend maßgeblichen Fachverkehr kein konkreter sachbeschreibender Sinngesamt der Gesamtbezeichnung „Q.PARTNER“. Soweit im Bereich der Photovoltaik der Buchstabe „Q“ vereinzelt als Abkürzung des Wortes „Qualitätsfaktor“ benutzt wird, entspricht dies nach Auffassung des Senats nicht dem allgemeinen und zutreffenden Sprachgebrauch. Insbesondere einem Wikipedia-Artikel zufolge soll der Buchstabe „Q“ insoweit den Begriff „Qualitätsfaktor“ abkürzen, mit dem der Quotient aus dem tatsächlichen Nutzertrag und dem Sollertrag einer photovoltaischen Anlage bezeichnet werde. Dieser Quotient werde auch als „Performance Ratio“ genannt. Der Wikipedia-Artikel stützt sich insoweit auf einen bestimmten Fachartikel. Verfolgt man aber die entsprechende Fußnote zurück, so findet sich in dem zitierten Artikel eine entsprechende Benutzung des Buchstabens „Q“ nicht. Die „Performance Ratio“ von Photovoltaikanlagen wird dort und in sämtlichen weiteren vom Senat aufgefundenen wissenschaftliche Publikationen

nicht mit „Q“, sondern (naheliegender) mit „PR“ abgekürzt. Insoweit erscheint es fraglich, ob der Wikipedia-Artikel tatsächlich die zutreffende Fachterminologie verwendet. Somit kann auch nicht mit der erforderlichen Sicherheit festgestellt werden, dass der angesprochene Verkehr die Bezeichnung „Q.PARTNER“ unmittelbar und ohne weiteres Nachdenken im Sinne von „Partner für Solaranlagen mit einem (guten) tatsächlichen Ertrag/mit einer (guten) Performance Ratio“ versteht. Vielmehr dürften für ein solches Verständnis mehrere Gedankenschritte und ein überdurchschnittliches Assoziationsvermögen notwendig sein, was gegen die Bejahung des Schutzhindernisses der fehlenden Unterscheidungskraft spricht.

2. Ausgehend hiervon wird der angesprochene Verkehr die angemeldete Bezeichnung auch nicht als Zeichen oder Angabe verstehen, welches die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen unmittelbar beschreibt, so dass auch ein Schutzhindernis im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG im Ergebnis nicht bejaht werden kann.

Knoll

Kriener

Dr. Nielsen

Fa