



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 555/17

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2015 227 800.6**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 5. Mai 2020 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Akintche und die Richterin Lachenmayr-Nikolaou

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Bezeichnung

## **Preischamp**

ist am 4. Dezember 2015 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister für nachfolgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Analyse der Resonanz auf Werbung; Analyse der öffentlichen Wahrnehmung von Werbung; Audiovisuelle Werbung für Unternehmen; Auskünfte in Bezug auf Werbung; Auskünfte über Werbung; Beratung in Bezug auf die Werbung für Geschäfte; Beratung in Bezug auf Werbung; Beratung in Bezug auf Werbung für Franchise-Unternehmen; Beratungs- und Assistenzdienste im Bereich Werbung, Marketing und Verkaufsförderung; Computergestützte Werbung; Dienstleistungen einer Modellagentur in Bezug auf Werbung; Dienstleistungen zur Ermittlung des über die Werbung erreichten Publikums; Entwicklung von Marken [Werbung und Verkaufsförderung]; Hilfe bei der Geschäftsführung von Handelsunternehmen in Bezug auf Werbung; Marketing, Verkaufsförderung und Werbung; Online-Werbung; Online-Werbung für Computernetze und Websites; Online-Werbung für Dienstleistungen und Waren auf Websites; Online-Werbung für Dritte über elektronische Kommunikationsnetze; Online-Werbung für Waren und Dienstleistungen auf Websites; Online-Werbung in computergestützten Kommunikationsnetzen; Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Online-Werbung über ein computergestütztes Kommunikationsnetz; Organisation, Durchführung und Überwachung

von Kundentreueprogrammen [Werbung]; Pay-per-Click-Werbung; Preisvergleichsdienste; Promotion [Werbung] für Konzerte; Promotion [Werbung] für Reisen; Response-Werbung; Sammeln von Informationen in Bezug auf Werbung; Unternehmensberatung in Bezug auf Werbung; Unternehmensberatungsdienste in Bezug auf Werbung; Unternehmensberatungsdienstleistungen in Bezug auf Werbung; Verbreitung von Werbung; Verbreitung von Werbung für Dritte; Verbreitung von Werbung für Dritte über das Internet; Verbreitung von Werbung für Dritte über ein Online-Kommunikationsnetz im Internet; Verkaufsförderung für Dienstleistungen [für Dritte] durch Vermittlung von Werbung; Verkaufsförderung und Werbung; Verkaufsförderung, Werbung und Marketing; Verkaufsförderung, Werbung und Marketing durch Online-Websites; Vermittlung von Models für die Werbung; Vermittlung von Werbung; Videofilmproduktion zum Zwecke der Werbung; Werbung; Werbung durch Werbeschriften; Werbung für Architekten; Werbung für berühmte Persönlichkeiten; Werbung für Bücher; Werbung für Datenbanken; Werbung für den Verkauf von Kraftfahrzeugen; Werbung für den Verkauf von persönlichem Eigentum; Werbung für die Literaturindustrie; Werbung für die Reisebranche; Werbung für die See- und Schifffahrtsindustrie; Werbung für Dienstleistungen; Werbung für Dienstleistungen anderer Anbieter, damit der Verbraucher die Dienstleistungen dieser Anbieter bequem ansehen und vergleichen kann; Werbung für Dritte; Werbung für Erkundungsprojekte; Werbung für Finanzdienstleistungen; Werbung für Floristen; Werbung für Franchising; Werbung für Geldanlagen; Werbung für Geschäfts- oder Wohnimmobilien; Werbung für Geschäftsbetriebe; Werbung für gewerbliche Websites; Werbung für Handelsmessen; Werbung für Hotels; Werbung für Immobilien; Werbung für Kraftfahrzeuge; Werbung für Philosophieunterricht; Werbung für Spielfilme; Werbung für Sportler; Werbung für Transport und

Auslieferung; Werbung für Unternehmen; Werbung für Unterricht in Philosophie; Werbung für Versicherungsdienstleistungen im Auftrag Dritter; Werbung für Waren anderer Anbieter, damit der Verbraucher die Waren dieser Anbieter bequem ansehen und vergleichen kann; Werbung für Waren und Dienstleistungen auf Websites [online]; Werbung für Zeitungen; Werbung für öffentliche Bauvorhaben; Werbung im Internet für Dritte; Werbung in Bezug auf die Kraftfahrzeugindustrie; Werbung in Bezug auf die Transportbranche; Werbung in Bezug auf pharmazeutische Erzeugnisse und Waren für die In-vivo-Bildgebung; Werbung in Bezug auf pharmazeutische Präparate zur Behandlung von Diabetes; Werbung in der Boulevard- und Fachpresse; Werbung in elektronischen Medien und speziell im Internet; Werbung in Zeitschriften, Broschüren und Zeitungen; Werbung in Zusammenhang mit der Personalanwerbung; Werbung mittels Datenbanken; Werbung mittels Direktmarketing; Werbung mittels elektronischer Anzeigetafeln; Werbung mittels Kleinanzeigen; Werbung mittels Luftballons; Werbung mittels Plakatträgern; Werbung mittels Telefon; Werbung mittels Werbeschriften; Werbung per Bildschirmtext; Werbung und Marketing; Werbung und Reklame; Werbung und Reklame per Fernsehen, Rundfunk, Post; Werbung und Verkaufsförderung; Werbung und Verkaufsförderung in Bezug auf Waren und Dienstleistungen, die mittels Telekommunikation oder auf elektronischem Wege angeboten und bestellt werden können; Werbung und Verkaufsförderung und diesbezügliche Beratung; Werbung und Werbedienstleistungen; Werbung und Öffentlichkeitsarbeit; Werbung zur Förderung des elektronischen Handels; Werbung zur Förderung des Verkaufs von Getränken; Werbung zur Personalanwerbung; Werbung zur Verkaufsförderung in Bezug auf den Handel mit Aktien und anderen Wertpapieren; Werbung zur Verkaufsförderung von Getränken; Werbung über alle verfügbaren öffentlichen Kommunikationsmittel; Werbung über das Internet; Werbung über ein

Mobiltelefonnetz; Werbung, einschließlich Online-Werbung über ein Computernetz; Werbung, einschließlich Verkaufsförderung für Waren und Dienstleistungen Dritter durch Sponsoren- und Lizenzvereinbarungen in Bezug auf internationale Sportveranstaltungen; Werbung, insbesondere im Bereich Telematik und Telefonnetze; Werbung, insbesondere Verkaufsförderung von Waren; Werbung, Marketing oder Verkaufsförderung; Werbung, Marketing und Verkaufsförderung; Werbung, Verkaufsförderung und Marketing; Zusammenstellung von Statistiken in Bezug auf Werbung; Zusammenstellung von Werbung zur Verwendung auf Webseiten;

Klasse 36: Anlageberatung in Bezug auf Immobilien; Auswahl und Erwerb von Immobilien im Auftrag Dritter; Beratung bei der Bewertung von Immobilien; Beratung beim Kauf von Immobilien; Beratung in Bezug auf Immobilienbesitz; Beratung in Immobilienangelegenheiten; Beratung über Immobilien; Beratungsdienstleistungen in Bezug auf Immobilien; Computergestützte Erteilung von Auskünften im Bereich des Finanzwesens; Computergestützte Erteilung von Auskünften über Immobilien; Dienstleistungen betreffend das Timesharing im Immobilienbereich [Immobilienwesen]; Dienstleistungen betreffend den Erwerb von Immobilien für Dritte [Immobilienwesen]; Dienstleistungen betreffend die Verwaltung des Timesharing in Bezug auf Immobilien [Immobilienwesen]; Dienstleistungen der Immobilienberatung; Dienstleistungen der Immobilienverwaltung; Dienstleistungen des Immobilieninvestments; Dienstleistungen des Immobilienwesens; Dienstleistungen einer Immobilienagentur für das Mieten von Grundstücken; Dienstleistungen einer Immobilienagentur für den Verkauf und die Vermietung von Gebäuden; Dienstleistungen einer Immobilienagentur für den Verkauf und die Vermietung von Unternehmen; Dienstleistungen einer Immobilienagentur im Zusammenhang mit dem Kauf und Verkauf von Gebäuden;

Dienstleistungen eines Immobilienbüros; Dienstleistungen eines Immobilienmaklers; Dienstleistungen eines Immobilienvermittlers; Dienstleistungen für Investitionen in Immobilien; Dienstleistungen im Bereich des Finanzwesens; Durchführung von Studien im Bereich des Finanzwesens; Einkommenssteuerberatung [Finanzwesen]; Erteilen von Auskünften über den Immobilienmarkt; Erteilen von Auskünften über Liegenschaften [Immobilien]; Finanzdienstleistungen für Immobilien; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Online aus einer Computerdatenbank oder dem Internet bereitgestellte Informationsdienstleistungen über das Finanzwesen; Verlustmanagement als Dienstleistung im Bereich des Finanzwesens;

Klasse 38: Auskunftsdienstleistungen in Bezug auf Telekommunikation; Auskünfte auf dem Gebiet der Telekommunikation; Auskünfte über Telekommunikation; Automatischer Datentransfer über Telekommunikationskanäle; Beratung im Telekommunikationsbereich; Beratung in Bezug auf Telekommunikation; Beratung in Telekommunikationsbereichen; Beratung und Information auf dem Gebiet der Telekommunikation; Beratungsdienste in Bezug auf die Telekommunikation; Bereitstellen des Zugriffs auf Telekommunikationsnetzwerke; Bereitstellen von Telekommunikationsverbindungen zu einem weltweiten Computernetzwerk; Bereitstellung des Telekommunikationszugangs zu Filmen und Fernsehprogrammen über einen Video-on-Demand-Dienst; Bereitstellung des Zugriffs auf Datenbanken im Internet mittels Telekommunikation; Bereitstellung des Zugriffs auf Telekommunikationsinfrastrukturen für Dritte; Bereitstellung einer Telekommunikationsverbindung zum Internet oder zu Datenbanken; Bereitstellung einer Zugangsberechtigung zur Telekommunikation und zu Links zu Datenbanken und zum Internet; Bereitstellung eines Telekommunikationszugangs zu Audiodateien im Internet; Bereitstellung eines Telekommunikationszugangs zu On-

Demand-Fernsehsendungen; Bereitstellung eines Telekommunikationszugangs zu On-Demand-Video- und Audioinhalten; Bereitstellung eines Telekommunikationszugangs zu Videos im Internet; Bereitstellung eines Zugangs zu Telekommunikationskanälen für Tele-shopping; Bereitstellung elektronischer Telekommunikationsverbindungen für den Datenaustausch; Bereitstellung von elektronischen Telekommunikationsverbindungen; Bereitstellung von Informationen in Bezug auf Telekommunikation; Bereitstellung von Satellitenübertragungskapazität [Telekommunikation]; Bereitstellung von Telekommunikationseinrichtungen für den Austausch von elektronischen Daten; Bereitstellung von Telekommunikationskanälen für Teleshopping-Dienste; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen an ein globales Kommunikationsnetz oder Datenbanken; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen für Telefon-Chatlines; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen in einem Internet-Café; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zu Datenbanken; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zu einem globalen Computernetz; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zu einem globalen Computernetz oder Datenbanken; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zu einem weltweiten Computernetzwerk; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zum Internet; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zum Internet oder zu Datenbanken; Bereitstellung von Zugangsberechtigungen zum Telekommunikations-Warehousing; Bereitstellung von Zugangsberechtigungen zur Telekommunikation und zu Links zu Datenbanken und zum Internet; Betrieb von Telekommunikationssatelliten; Datenfernübertragung mittels Telekommunikation; Datentransfer durch Telekommunikation; Datentransfer mittels Telekommunikation; Datenübertragung und -empfang über Telekommunikationsmedien; Datenübertragungsdienste mit hoher

Übertragungsrate für Betreiber von Telekommunikationsnetzen; Datenübertragungsdienste über Telekommunikationsnetzwerke; Dienstleistungen einer Nachrichtenagentur zur Telekommunikation; Elektronische Anzeigenvermittlung [Telekommunikation]; Elektronische Telekommunikationsdienste; Elektronische Telekommunikationsdienste zur Übertragung von Daten; Elektronische und Telekommunikationsübertragungsdienste; Elektronischer Austausch von Daten aus Datenbanken, die über Telekommunikationsnetze zugänglich sind; Erteilung von Auskünften über Telefonverzeichnisse für Telekommunikationszwecke; Erteilung von Auskünften über Telekommunikation; Fachliche Beratung in Bezug auf Telekommunikation; Faseroptische Telekommunikationsdienste; Faseroptische Telekommunikationsdienstleistungen; Fernübertragung von Audiosignalen mittels Telekommunikation; Information und Beratung in Bezug auf Telekommunikationsleistungen; Interaktive Telekommunikationsdienste; Interaktive Telekommunikationsdienstleistungen; Internetbasierte Telekommunikationsdienste; Kommunikationsdienste via multinationaler Telekommunikationsnetzwerke; Leitungs-, Routing- und Verbindungsdienstleistungen für die Telekommunikation; Lieferung von digitaler Musik über Telekommunikationsanlagen; Netzkopplungsdienste für die Telekommunikation; Online-Informationen in Bezug auf Telekommunikation; Routing- und Verbindungsdienstleistungen für die Telekommunikation; Signalübertragung für den elektronischen Handel über Telekommunikationssysteme und Datenkommunikationssysteme; Telefon- und Telekommunikationsdienste; Telekommunikation; Telekommunikation für wohltätige Zwecke; Telekommunikation mittels Funk; Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet; Telekommunikation über Computerterminals, über Telematik, Satelliten, Funk, Telegrafie, Telefone; Telekommunikationsberatung; Telekommunikationsberatung betreffend elekt-



ronische Netze; Telekommunikationsberatungen; Telekommunikationsberatungsdienstleistungen; Telekommunikationsberatungsleistungen; Telekommunikationsdienste; Telekommunikationsdienste für den Betrieb eines Telekommunikationsnetzwerkes; Telekommunikationsdienste für den Betrieb eines Telekommunikationssystems; Telekommunikationsdienste für den Betrieb von Breitband-Telekommunikationsnetzen; Telekommunikationsdienste für den Betrieb von elektronischen Kommunikationsnetzwerken; Telekommunikationsdienste für den Betrieb von elektronischen Kommunikationssystemen; Telekommunikationsdienste für den Betrieb von Erde-Satellit-Fernsehsendern; Telekommunikationsdienste für den Betrieb von Funkfrequenzkommunikationssystemen; Telekommunikationsdienste für den Betrieb von Kabelfernsehsystemen; Telekommunikationsdienste für den Betrieb von Mobilfunksystemen; Telekommunikationsdienste für den Betrieb von Personentransportsystemen; Telekommunikationsdienste für den Betrieb von Satellit-Erde-Empfangsantennen; Telekommunikationsdienste mittels E-Mail; Telekommunikationsdienste mittels Funk; Telekommunikationsdienste mittels Mobiltelefon; Telekommunikationsdienste mittels Netzwerken; Telekommunikationsdienste mittels Portalen; Telekommunikationsdienste mittels Satellit; Telekommunikationsdienste mittels Satelliten; Telekommunikationsdienste zur elektronischen Datenübertragung; Telekommunikationsdienste zur Nachrichtenübertragung aus der Luft zum Boden; Telekommunikationsdienste über Internet, Intranet und Extranet; Telekommunikationsdienste, nämlich Abfangen und Verhindern von unerwünschten Anrufen durch Telefonverkäufer; Telekommunikationsdienste, nämlich Bereitstellen von Kommunikationsleistungen über ein faseroptisches Netzwerk; Telekommunikationsdienste, nämlich persönliche Kommunikationsdienste; Telekommunikationsdienstleistungen für die Übertragung von Informationen mit

dem Fernkopierer; Telekommunikationsdienstleistungen für Flugzeugpassagiere; Telekommunikationsdienstleistungen in Bezug auf die Bereitstellung von Kabelfernseh- und Kommunikationsdiensten für Dritte; Telekommunikationsdienstleistungen mittels Prepaid-Telefonkarten; Telekommunikationsdienstleistungen mittels Satellit; Telekommunikationsdienstleistungen mittels Videomitteilungen; Telekommunikationsdienstleistungen zum Betrieb von lokalen Netzwerken; Telekommunikationsdienstleistungen zum Senden und Empfangen von Nachrichten; Telekommunikationsdienstleistungen zur Bereitstellung des Zugriffs auf Computerdatenbanken; Telekommunikationsdienstleistungen zur Erlangung von Informationen aus Datenbanken; Telekommunikationsdienstleistungen zur Schriftsetzung; Telekommunikationsdienstleistungen zur Verbreitung von Daten; Telekommunikationsdienstleistungen zwischen Computernetzwerken; Telekommunikationsdienstleistungen zwischen Finanzinstituten; Telekommunikationsdienstleistungen über digitale Netzwerke; Telekommunikationsdienstleistungen über faseroptische Netzwerke; Telekommunikationsdienstleistungen über Glasfasernetzwerke; Telekommunikationsdienstleistungen über ISDN; Telekommunikationsdienstleistungen über Mobilfunknetze; Telekommunikationsdienstleistungen über Telegraf; Telekommunikationsservice für den Internetzugang; Verleih und Vermietung von Telekommunikationsanlagen und -geräten; Verleih von Telekommunikationsgeräten und Telekommunikationstechnik zur Ermöglichung der Anbindung an Netzwerke; Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation; Vermietung von Telekommunikationsanlagen; Vermietung von Telekommunikationsapparaturen; Vermietung von Telekommunikationsausstattung einschließlich Telefone und Fernkopierapparate; Vermietung von Telekommunikationsausstattungen; Vermietung von Telekommunikationseinrichtungen; Vermietung von Telekommunika-

tionseinrichtungen für Unterrichtszwecke; Vermietung von Telekommunikationsgeräten; Vermietung von Telekommunikationsgeräten für Telekonferenzen; Vermietung von Telekommunikationsgeräten und -anlagen; Vermietung von Telekommunikationsgeräten zur Speicherung von Nachrichten; Vermietung von Telekommunikationsleitungen; Vermietung von Telekommunikationsleitungen für den Zugriff auf Computernetzwerke; Verschaffen des Zugriffs zu einem Telekommunikationsdienst; Verschaffen des Zugriffs zu Telekommunikationsdiensten; Weiterleitung von Telefonanrufen oder Telekommunikationsnachrichten; Zugriffsdienstleistungen im Bereich der Telekommunikation; Zugriffsdienstleistungen in der Telekommunikation; Zweitweise Vermietung von Nutzungszeiten für Telekommunikationsgeräte; Über faseroptische, drahtlose und Kabelnetzwerke bereitgestellte Telekommunikationsdienste; Über Internetplattformen und -portale bereitgestellte Telekommunikationsdienste; Über Plattformen und Portale im Internet und in anderen Medien bereitgestellte Telekommunikationsdienste; Übermittlung von Berichten über Telekommunikationswege; Übermittlung von digitalem Ton und/ oder Bild mittels Telekommunikation; Übertragung und Empfang [Übertragung] von Datenbankinformationen über Telekommunikationsnetzwerke; Übertragung von Börseninformationen mit Hilfe von Telekommunikationsmedien; Übertragung von Daten mittels Telekommunikation; Übertragung von Datenbankinformationen via Telekommunikationsnetzwerke; Übertragung von Informationen über optische Telekommunikationsnetzwerke; Übertragungsdienste mittels Netzwerken für die Telekommunikation.

Mit Beschluss vom 1. Februar 2017 hat die Markenstelle für Klasse 35 des DPMA die Anmeldung unter Bezugnahme auf den Beanstandungsbescheid vom 19. April 2016 wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Zur Begründung ist ausgeführt, das angemeldete Zeichen sei werbeüblich aus den Begriffen „Preis“ und „champ“ zusammengesetzt und werde in seiner Gesamtheit von den angesprochenen Verkehrskreisen lediglich als Sachhinweis auf den besten Preis verstanden. Würden die von der Anmeldung beanspruchten Dienstleistungen mit der Angabe „Preischamp“ versehen, werde der angesprochene Verkehr lediglich darauf hingewiesen, dass die Dienstleistungen entweder selbst zu den besten Preisen angeboten und erbracht würden, oder aber dazu dienen würden, die besten Preise (für Finanzprodukte, Immobilien etc.) zu ermitteln. Die vorliegende Wortneubildung gehe dabei nicht über die bloße Summe der beschreibenden Bestandteile hinaus, so dass die gewählte Verbindung nicht als ungewöhnlich erscheine. Nicht ausschlaggebend sei, ob eine Wortkombination lexikalisch belegbar sei bzw. nachweislich verwendet werde. Schließlich begründe auch die Tatsache, dass sich der Anmelder diverse Domains mit der second-level-domain „Preischamp“ gesichert habe, nicht die markenrechtliche Unterscheidungskraft.

Hiergegen wendet sich der Anmelder mit seiner Beschwerde.

Er ist der Ansicht, dass es sich bei dem Wort „Preischamp“ um eine „schützenswerte Erfindung“ des Beschwerdeführers handele, da dieses kein Wort des deutschen Sprachgebrauchs sei. Der Begriff kombiniere zwei Sprachen, nämlich das deutsche Wort „Preis“ und das englische Wort „Champ“, und sei weder auf [www.duden.de](http://www.duden.de) noch auf [www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de) nachweisbar....

Der Beschwerdeführer beantragt sinngemäß,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 1. Februar 2017 aufzuheben.

Zur Ergänzung des Tatbestands wird auf den Hinweis des Senats vom 19. Februar 2020 und den übrigen Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige, insbesondere nach §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 MarkenG statthafte und gem. § 66 Abs. 2 MarkenG fristgerecht eingelegte Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Der Eintragung des angemeldeten Begriffs „**Preischamp**“ als Marke steht das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, so dass die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung gem. § 37 Abs. 1 MarkenG zu Recht die Eintragung versagt hat.

1. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG schließt von der Eintragung als Marke Zeichen aus, denen für die in der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen zukommende Eignung, die von der Anmeldung erfassten Waren bzw. Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und so diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 7 – #darferdas? I; GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2008, 608 Rn. 66 Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 229 Rn. 27 – BioID AG/HABM [BioID]; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 565 Rn. 12 – smartbook).

Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 – Henkel KGaA; BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 10 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2019, 1194 Rn. 20 – AS/DPMA [#darferdas?]; GRUR 2008, 608 Rn. 67 – Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [MATRATZEN]; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 – grill meister).

Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Zeichen, die einen beschreibenden Begriffsinhalt enthalten, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland NV/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas? I). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder die Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder

Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard). Ferner kommt die Eignung, Waren oder Dienstleistungen ihrer Herkunft nach zu unterscheiden, solchen Angaben nicht zu, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas? I; GRUR 2016, 934 Rn. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 21 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 26 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 11 – Link economy; GRUR 2010, 640 Rn. 13 – hey!).

2. Nach diesen Grundsätzen ist die Unterscheidungskraft der angemeldeten Wortfolge „**Preischamp**“ im hier relevanten Dienstleistungszusammenhang zu verneinen, da die angesprochenen Verkehrskreise die Bezeichnung ohne besonderen gedanklichen Aufwand nur und ausschließlich als beschreibende Sachangabe mit anpreisendem Charakter auffassen, so dass sie diese nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Betrieb bzw. Unternehmen erkennen.

a) Angesprochene Verkehrskreise der in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen sind in erster Linie Geschäftskunden, die Dienstleistungen auf dem Gebiet der Werbung in Anspruch nehmen, während sich die in den Klassen 36 und 38 beanspruchten Dienstleistungen weitestgehend sowohl an Geschäftskunden als auch an Endverbraucher richten können.

b) Das angemeldete Wortzeichen setzt sich aus dem Begriff „Preis“ mit der

Bedeutung „Geldwert; Betrag, der beim Kauf einer Ware bezahlt werden muss,“ (vgl. neben den bereits im Beanstandungsbescheid vom 19. April 2016 zitierten Nachweisen auch: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Preis>) und dem weiteren Wort „Champ“ als Abkürzung für „Champion“ zusammen. Der aus der englischen Sprache stammende Begriff „Champion“ mit der originären Bedeutung „Meister(in), Beste(r), Sieger(in), Kämpfer(in), Verfechter(in)“ (vgl. – auch zu weiteren Übersetzungen – <https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/champion>) hat ebenso wie die Kurzform „Champ“ (vgl. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Champ>) Eingang in die deutsche Sprache gefunden. Ihm kommt im Deutschen die Bedeutung „Meister in einer Sportart; Spitzensportler“ zu. Zudem finden sowohl der Begriff „Champion“ als auch die Kurzform „Champ“ über den Sportbereich hinaus in anderen Bereichen im Sinne von „Sieger“ oder allgemein als Hinweis auf die Spitzenqualität oder die Spitzenstellung von Waren oder Dienstleistungen Verwendung (vgl. die bereits im Beanstandungsbescheid zitierte Entscheidung BPatG, Beschluss vom 05.04.1995, 26 W (pat) 51/93 – Champ).

Die Kombination des Begriffs „Preis“ mit dem – nicht abgekürzten – Wort „Champion“, also die Wortverbindung „Preischampion“ bzw. „Preis-Champion“, findet und fand insbesondere auch zum Zeitpunkt der Anmeldung des verfahrensgegenständlichen Wortzeichens in unterschiedlichen Zusammenhängen bereits Verwendung (vgl. die als Anlagenkonvolut 1 zum Hinweis des Senats vom 19. Februar 2020 zugesandten Nachweise). Zwischenzeitlich werden von der ServiceValue GmbH und der Zeitung „DIE WELT“ jährlich Rankings zur „Preisbegeisterung“ ermittelt und Unternehmen als „Preis-Champions“ ausgezeichnet (vgl. Anlagenkonvolut 2). Ebenso lässt sich die Verwendung der Kurzform „Champ“ sowohl in Alleinstellung, als auch in Wortkombinationen wie „Preis-Leistungs-Champ“ oder „Der Brand-Champ“ bereits für den Anmeldezeitpunkt nachweisen (vgl. Anlagenkonvolut 3).

Vor diesem Hintergrund werden die angesprochenen Verkehrskreise die Kombination des beschreibenden Wortes „Preis“ mit der anpreisenden Abkürzung



„Champ“ ohne Weiteres verstehen und lediglich als Sachaussage auffassen. Insbesondere ergibt sich aus der Verbindung dieser Wörter kein Herkunftshinweis. Durch die Zusammenfügung von beschreibenden Begriffen kann zwar der Charakter einer Sachangabe entfallen. Dies setzt allerdings voraus, dass die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 98 f. – Postkantoor; BGH GRUR 2001, 162, 163 RATIONAL SOFTWARE CORPORATION; GRUR 2009, 949 Rn. 13 – My World; GRUR 2012, 272 Rn. 12 – Rheinpark-Center Neuss). Der beschreibende Charakter mehrerer Wörter geht aber regelmäßig nicht schon durch deren Zusammenführung verloren. Vielmehr bleibt im Allgemeinen die bloße Kombination von beschreibenden Bestandteilen selbst beschreibend. Davon ist auch bei der angemeldeten Marke auszugehen, wie sich auch aus den bereits zitierten Nachweisen ergibt.

Da die Abkürzung „Champ“ bereits Eingang in die deutsche Sprache gefunden hat, liegt auch keine Kombination zweier Wörter aus verschiedenen Sprachen vor, die sich im Einzelfall als ungewöhnlich oder originell darstellen kann (vgl. hierzu BPatG, Beschluss vom 01.03.2018, 30 W (pat) 543/16 – Natura Balance). Vor allem sind den angesprochenen Verkehrskreisen Wortkombinationen sowohl mit dem vorangestellten Wort „Preis-“, wie beispielsweise „Preissieger“, „Preismanagement“, „Preisqualität“ oder „Preisprozesse“ (vgl. Anlagenkonvolute 1 und 4), als auch mit dem nachgestellten Wort „-Champion“ wie beispielsweise „Service-Champion“ (vgl. Anlagenkonvolut 4) ebenso geläufig wie die Wortverbindung „Preis-Champion“ (vgl. wiederum Anlagenkonvolute 1 und 2). Vor diesem Hintergrund handelt es sich bei der angemeldeten Wortkombination „Preischamp“ nicht um eine ungewöhnliche Verbindung der Bestandteile „Preis“ und „Champ“.

Die Schutzfähigkeit der Bezeichnung ergibt sich des Weiteren nicht aus dem Vortrag des Beschwerdeführers, dass die Bezeichnung nicht im Duden oder bei Wikipedia lexikalisch nachweisbar sei. Aus der fehlenden lexikalischen Nachweisbarkeit des Gesamtbegriffs eines Zeichens kann noch nichts über dessen

Unterscheidungskraft hergeleitet werden, zumal der Verkehr daran gewöhnt ist, im Geschäftsleben ständig mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen lediglich in einprägsamer Form vermittelt werden (vgl. BGH GRUR 2012, 272, Rn. 13 – Rheinpark-Center Neuss; BPatG, Beschluss vom 13.12.2018, 30 W (pat) 566/17 – Cinemood; Ströbele in: Ströbele/ Hacker/ Thiering, Markengesetz, 12. Aufl. 2018, § 8 Rn. 159).

Auch mit dem Einwand, dass er den verfahrensgegenständlichen Begriff „erfunden“ habe, kann der Beschwerdeführer nicht gehört werden, sofern der angesprochene Verkehr in der in Frage stehenden Bezeichnung nämlich nur eine beschreibende Verwendung und nicht (auch) einen Hinweis auf die Herkunft der Dienstleistungen aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb sieht. Der Aspekt der „Neuheit“ bzw. „erfinderischen Tätigkeit“ spielt im Markenrecht – anders als im Patentrecht – keine Rolle, da es zur Beurteilung der Schutzfähigkeit eines Zeichens lediglich auf die Unterscheidungskraft bzw. das Freihaltebedürfnis ankommt (vgl. BGH GRUR 2003, 436, 439 – Feldenkrais; BPatG, Beschluss vom 05.02.2020, 29 W (pat) 516/17 – Keramik komplett; Beschluss vom 14.05.2019, 25 W (pat) 76/17 – Paletas Berlin; Beschluss vom 30.04.2014, 29 W (pat) 113/11 – Schichtenmodell der Integration).

Die angesprochenen Verkehrskreise werden die Bezeichnung „Preischamp“ vielmehr lediglich als beschreibenden Hinweis auf Inhalt bzw. Gegenstand der beanspruchten Dienstleistungen auffassen – dass diese nämlich dazu dienen, den günstigsten Preis zu ermitteln – oder aber als werbenden Hinweis auf den günstigen Preis, zu dem diese Dienstleistungen angeboten werden.

c) Dies gilt in Bezug auf sämtliche beanspruchten Dienstleistungen.

Soweit es sich beispielsweise um Preisvergleichsdienste in Klasse 35 handelt, dienen diese der Ermittlung des „Preischamps“ unter den bewerteten Waren bzw. Dienstleistungen. Ebenso können in Klasse 36 beanspruchte Dienstleistung wie die „Beratung bei der Bewertung von Immobilien“, die „Beratung beim Kauf von Immobilien“ oder auch Dienstleistungen, die unter den Oberbegriff „Finanzwesen“

fallen, dazu dienen, den „Preis champ“ bei Immobilienangeboten oder Finanzprodukten zu bestimmen. In Klasse 38 können beispielsweise „Auskünfte auf dem Gebiet der Kommunikation“ einen Preisvergleich bei Telekommunikationsdienstleistungen umfassen. Dementsprechend bewirbt auch der Beschwerdeführer ... Seite ..., die Dienstleistungen verschiedener Bereiche untereinander vergleicht, mit dem Slogan „...“ (vgl. Anlagenkonvolut 5).

Des Weiteren ist bei sämtlichen beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 35, 36 und 38 deren Preis von Relevanz, so dass die Bezeichnung „Preis champ“ als beschreibender und anpreisender Hinweis dahingehend aufgefasst werden wird, dass die angebotenen Dienstleistungen – insbesondere im Vergleich zu Dienstleistungen der Konkurrenz – zum besten bzw. günstigsten Preis angeboten werden.

Die angesprochenen Verkehrskreise werden die Wortkombination „Preis champ“ daher im Zusammenhang mit sämtlichen beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen ohne besonderen gedanklichen Aufwand nur und ausschließlich als beschreibende und zugleich anpreisende Sachaussage verstehen, so dass diese sich nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen eignet.

3. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob die angemeldete Bezeichnung darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die fraglichen Waren und Dienstleistungen freihaltebedürftig ist.

4. Der Senat konnte ohne mündliche Verhandlung entscheiden, da der Beschwerdeführer die Durchführung einer solchen nicht beantragt (§ 69 Nr. 1 MarkenG) und der Senat sie auch nicht für geboten erachtet hat (§ 69 Nr. 3 MarkenG).

## **Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe durch eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt schriftlich einzulegen.

Mittenberger-Huber

Akintche

Lachenmayr-Nikolaou

Fi