



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 73/04

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
20. Juli 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

Anmelder und Beschwerdeführer,

betreffend die Markenmeldung 302 18 975.0

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 20. Juli 2004 durch den Vorsitzenden Richter Winkler, die Richterin Pagenberg und die Richterin Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 15. April 2002 die Wortfolge

Hilfe und Kompetenz

zur Eintragung als Wortmarke für die Dienstleistungen

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung;

Klasse 36: Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen;

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung

angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung durch Beschluss vom 28. Januar 2004 zurückgewiesen, weil ihr jegliche Unterscheidungskraft fehle. Es handele sich um einen Slogan, bei dem in werbemäßiger Form darauf hingewiesen werde, dass die beanspruchten Dienstleistungen durch zusätzliche Unterstützung, mit Sachverstand, Fachwissen und geeigneten kompetenten Fachkräften oder auch durch Bereitstellen von finanzieller Hilfe erbracht werden. Der Sinngehalt der angemeldeten Wortfolge sei in Bezug auf die Dienstleistungen der Anmeldung in seiner Gesamtheit leicht verständlich. Der Slogan „Hilfe und Kompetenz“ stelle eine allgemeine Aussage dar, die weder begrifflich unbestimmt noch interpretationsbedürftig sei, auch wenn sie offen lasse, worin der Inhalt der Hilfe und Kompetenz besteht. Aus den vom

Anmelder genannten Voreintragungen ergebe sich kein Anspruch auf Eintragung der konkret angemeldeten Marke.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders, mit der er beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Außerdem regt er die Zulassung der Rechtsbeschwerde an.

Zur Begründung trägt er unter Bezugnahme auf sein Vorbringen vor der Markenstelle des Patentamts im wesentlichen vor, dass die Zurückweisung der angemeldeten Marke im Hinblick auf die neueste Spruchpraxis des Bundesgerichtshofs und auch in Anbetracht der Entscheidungspraxis des HABM nicht gerechtfertigt sei. Es handele sich bei dem Slogan „Hilfe und Kompetenz“ um eine innovative und einmalige Zusammenstellung, die es als Werbeauslobung bisher noch nicht gebe. Die Wortfolge sei kurz, prägnant und sie habe eine gewisse Originalität. Der Slogan sei durchaus mehrdeutig und er lasse sich nicht den beanspruchten Dienstleistungen als eine beschreibende Werbeaussage zuordnen, zumal jede noch so geringe Unterscheidungskraft genüge. Außerdem verweist er auf eine Reihe im einzelnen genannter Eintragungen von Wortfolgen. Die angemeldete Marke sei ebenfalls einzutragen, andernfalls sei die Rechtsbeschwerde zuzulassen.

Dem Anmelder sind Auszüge einer Internetrecherche des Senats zur Verwendung der Wortfolge „Hilfe und Kompetenz“ übersandt worden. In der mündlichen Verhandlung hat der Senat die Rechts- und Sachfragen zur Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke sowie zur Zulassung der Rechtsbeschwerde mit dem Anmelder ausführlich erörtert.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Der angemeldeten Marke stehen die Eintragungshindernisse der fehlenden Unterscheidungskraft und eines Freihaltungsbedürfnisses von beschreibenden Angaben entgegen (§ 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als herkunftsindividualisierendes Unterscheidungsmerkmal für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (stRspr vgl zB BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2001, 1153, 1154 - antiKALK; GRUR 2003, 343, 344 - Buchstabe Z). Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs und des Europäischen Gerichtshofs fehlt einer Wortmarke jegliche Unterscheidungskraft, wenn ihr ein im Vordergrund stehender Sinngehalt zugeordnet werden kann, mit dem die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen bzw deren Merkmale beschrieben werden können oder wenn die angemeldete Marke mit Blick auf das den absoluten Schutzhindernissen zugrunde liegende Allgemeininteresse der freien Verfügbarkeit nicht entzogen werden soll, etwa weil es sich um ein gebräuchliches Wort bzw um eine entsprechende Wortfolge handelt, die vom Verkehr stets nur in ihrem Wortsinn und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl zuletzt BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; EuGH GRUR Int 2003, 638, 641 (Rdn 52) - Libertel; MarkenR 2004, 99, 108 (Rdn 86) - KPN/Postkantoor).

Von diesen Voraussetzungen ist im gleichen Maße für die Beurteilung der Unterscheidungskraft von Slogans und sonstigen Werbesprüchen auszugehen, wobei keine strengeren Anforderungen zu stellen sind. Daher kann auch einer eher einfachen oder schlichten Aussage nicht stets die Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit einer Gesamtaus-

sage können ebenso wie deren Kürze, Originalität und Prägnanz für das Bestehen einer Unterscheidungskraft sprechen. Aber ebenso wenig wie das Fehlen von Neuheit, Kürze, Originalität oder Prägnanz eines Slogans die Zurückweisung einer Anmeldung rechtfertigen kann (vgl BPatG GRUR 2004, 333, 334 - ZEIG DER WELT DEIN SCHÖNSTES LÄCHELN) vermögen Kürze und Prägnanz einer Wortfolge als solche die Schutzfähigkeit nicht zu begründen, wenn es sich bei der Wortfolge um eine für die Dienstleistungen der Anmeldung beschreibende Anpreisung und Werbeaussage allgemeiner Art handelt (vgl BGH GRUR 2000, 321, 322 - Radio von hier; GRUR 2000, 323, 324 - Partner with the Best; GRUR 2000, 720, 721 - Unter uns; GRUR 2001, 735, 736 - Test it; GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2002, 1070001, 1072 - Bar jeder Vernunft).

So ist es hier. Die angemeldete Wortfolge besteht aus den geläufigen und ohne weiteres verständlichen Wörtern „Hilfe“ und „Kompetenz“, die durch das gängige Verbindungswort „und“ dem Sprachgebrauch entsprechend zusammengefügt sind. Es handelt sich bei „Hilfe und Kompetenz“ um die einfache Aneinanderreihung von zwei Aspekten, die nicht nur jeder für sich, sondern gerade auch in der Gesamtaussage bei der Erbringung der angemeldeten Dienstleistungen von Bedeutung sind. Für den angesprochenen Verkehr, zu dem das allgemeine Publikum ebenso wie Fachkreise zählen, erweist sich der angemeldete Slogan als sachgerechter Hinweis, darauf, dass die Dienstleistungen der Klassen 35, 36 und 41 Hilfe beinhalten und mit der erforderlichen Fähigkeit und Sachverstand, also mit Kompetenz, erbracht werden. Die völlig sprachgerecht gebildete Wortfolge ist weder mehrdeutig noch bedarf sie der Interpretation. In der mündlichen Verhandlung hat der Anmelder zum Ausdruck gebracht, dass er auf den beanspruchten Dienstleistungsgebieten Hilfe mit der dafür erforderlichen Kompetenz anbietet. Der Senat vermag dem Anmelder aber nicht in seiner Auffassung zu folgen, dass es sich bei „Hilfe und Kompetenz“ um eine innovative und einmalige Zusammenstellung mit Unterscheidungskraft handele. Zum einen ist die angemeldete Wortmarke wegen des leicht verständlichen und für die angemeldeten Dienstleistungen eindeutig beschreibenden Sinngehalts nicht als

herkunftsindividualisierendes Unterscheidungsmittel geeignet. Zum anderen wird die Wortfolge „Hilfe und Kompetenz“ bereits auf vielen vergleichbaren Dienstleistungsgebieten in beschreibender Weise verwendet, wie die dem Anmelder übersandten und in der mündlichen Verhandlung erörterten Beispiele der Google-Recherche zeigen.

2. Aus ihnen ergeben sich auch konkrete Anhaltspunkte dafür, dass die Wortfolge “Hilfe und Kompetenz“ im Verkehr als allgemeine, anpreisende Sachaussage zur Beschreibung von wesentlichen Gesichtspunkten dienen kann, die die Art ihrer Erbringung und den Inhalt der beanspruchten Dienstleistungen betreffen. Die angemeldete Wortmarke ist daher auch nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Denn sie besteht ausschließlich aus beschreibenden Angaben, für deren völlig sprachübliche konkrete Form der Zusammenstellung ein Freihaltebedürfnis besteht.

3. Aus den vom Anmelder genannten Voreintragungen können keine Rechte auf die Eintragung der vorliegenden Anmeldung hergeleitet werden, wie die Markenstelle zu Recht ausgeführt hat. Der Bejahung der Schutzfähigkeit der angegebenen Marken liegen sämtlich andere Sachverhalte zugrunde. Zwar kann einer identischen Marke, die für identische Waren bzw. Dienstleistungen eingetragen ist, bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit indizielle Bedeutung zukommen. Handelt es sich dagegen - wie hier - um andere, allenfalls ähnliche Wortfolgen für ähnliche Dienstleistungen oder Waren, so hat die Eintragung nach gefestigter Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs und Europäischen Gerichtshofs keinen Einfluss auf die Entscheidung (vgl GRUR 1989, 420, 421 - KSÜD; GRUR 1997, 527, 529 - Autofelge; BIfPMZ 1998, 248, 249 - Today; EuGH GRUR 2004, 428, 432, Ziff 63, 64, 65 - Waschmittelflasche).

4. Die Voraussetzungen für die Zulassung der Rechtsbeschwerde sind nicht gegeben. Es sind keinerlei Gesichtspunkte genannt oder ersichtlich, die einer Klärung durch den Bundesgerichtshof bedürften. Die Beurteilung des Senats liegt im

Rahmen der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zur Schutzfähigkeit von Slogans, die insbesondere mit der Entscheidung „Partner with the Best“ eingeleitet wurde und für die die maßgeblichen Kriterien herausgearbeitet worden sind. Sofern die Wortfolgen beschreibende Angaben darstellen, kommen die Gesichtspunkte der Unterscheidungskraft und des Freihaltebedürfnisses zum Zuge, an die sich der Senat hält und die er seiner Entscheidung zugrunde gelegt hat.

Winkler

Dr. Hock

Pagenberg

CI