



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 150/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 21 588

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 24. Mai 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wort-/Bildmarke

The logo consists of the letters 'HRM' in a bold, dark grey, sans-serif font. A thin horizontal line is positioned directly beneath the 'HRM' text. To the right of 'HRM', the word 'Connect' is written in a lighter grey, sans-serif font. A thin horizontal line is positioned beneath 'Connect', and a vertical line extends downwards from the bottom of the 'HRM' text, meeting the horizontal line under 'Connect' to form a partial rectangular frame.

ist am 15. April 2004

für die Waren und Dienstleistungen

„auf Datenträger gespeicherte Programme für die Datenverarbeitung (Software) und Datenbanken; Computerberatung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Bereitstellung von Computerprogrammen in Datennetzen; Dienstleistungen einer Multimedia-Agentur, nämlich Hard- und Softwareberatung; Dienstleistung einer Multimedia-Datenbank, nämlich Sammeln, Speichern, zur Verfügung stellen von Software, Daten, Bildern; Pflege und Installation von Software; Wartung von Computersoftware; Dateiverwaltung mittels Computer; organisatorisches Projektmanagement im EDV-Bereich; e-commerce Dienstleistungen, nämlich Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften über Online-Shops.“

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Nach Beanstandung der Anmeldung wegen absoluter Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 u. 2 MarkenG hat die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts die angemeldete Bezeichnung mit Beschluss vom 20. Juli 2004 zurückgewiesen. Der angemeldeten Marke fehle für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Der Ausdruck „HRM“ stelle die gängige Abkürzung für „Human Resources Management“ dar, das die Personalplanung und -controlling, Personalaus- bildung, -entwicklung und -betreuung umfasse. Der Begriff „Connect“ bedeute „Kontakt haben, Anschluss an etwas haben, verbinden“ und werde im Computer- und Telekommunikationssektor auch substantivisch für eine Daten-, Strom- oder Sprachverbindung verwendet. In der Gesamtheit erkenne der angesprochene Verkehr in der Bezeichnung daher einen beschreibenden Hinweis auf eine „Personalmanagement-Verbindung“, d. h. dass die Waren und Dienstleistungen für eine „technische Verbindung von/zum Personalmanagement“ geeignet und bestimmt seien.

So könnten die genannten, auf Datenträger gespeicherten Programme für die Verbindung zum Personalmanagement geeignet und bestimmt sein, indem beispielsweise ein Zugriff auf das interne Netzwerk oder interne Datenbanken für den Personalbereich erfolgen könne, so dass auch von außerhalb des Unternehmens relevante Daten abgefragt oder eingegeben werden könnten.

Auch in Bezug zu den versagten Dienstleistungen handele es sich lediglich um eine beschreibende Sachangabe. Als Kennzeichnung der Dienstleistungen der Klasse 35 weise die Bezeichnung beschreibend darauf hin, dass diese unter Einsatz und Verwendung einer „Verbindung von/zum Personalmanagement“ erfolgten und die Vorzüge einer solchen Verbindung und deren Möglichkeiten zu ihrer Ausübung herangezogen würden. Ebenso handele es sich in Bezug zu den versagten Dienstleistungen der Klasse 42 um eine reine Sachangabe. So könne

beispielweise das Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung speziell auf die Anforderungen einer „Personalmanagement-Verbindung“ zugeschnitten sein und entsprechende Programme für den Aufbau, die Nutzung und den Zugriff (zu) einer solchen Verbindung schwerpunktmäßig zum Gegenstand haben. Ebenso könnten sich die genannten Beratungsdienstleistungen auf eine solche „Verbindung“ und deren Nutzung, Einrichtung, somit ihrer technischen und inhaltlichen Anwendung beziehen und sich inhaltlich damit auseinandersetzen. Die angemeldete Marke beschreibe auch die Art der betriebenen Datenbanken, denn diese könnten für den Zugriff mittels einer „Verbindung zum Personalmanagement“ geeignet und bestimmt sein und dementsprechende Software etc. für/aus dem Personalbereich enthalten. Hinsichtlich der „Pflege und Installation von Software“ und der „Wartung von Computersoftware“ könne sich diese ebenfalls schwerpunktmäßig mit Programmen auseinandersetzen, die für das Zustandekommen, die Nutzung, den Aufbau einer solchen Verbindung geeignet und bestimmt sind.

Auch die grafische Ausgestaltung der Marke begründe nicht deren Unterscheidungskraft. Vorliegend müsse die Gestaltung wegen des beschreibenden Inhalts der Wortbestandteile hohen Anforderungen gerecht werden, die jedoch nicht erfüllt seien. Vielmehr ginge die grafische Ausgestaltung nicht über das sonst übliche Maß an umrahmender, untermalender und ausschmückender Darstellung hinaus. Die Gestaltung beschränke sich auf eine optische Hervorhebung des Bestandteils „HRM“, eine Wiedergabe in Blockschrift sowie in einem höheren Schriftgrad, einer Ausrichtung des kleiner gehaltenen Begriffs „Connect“ an der Oberkante des „M“ sowie auf die durchlaufende, an den Wortbestandteilen ausgerichtete Unterstreichung. Diese Gestaltung der Marke führe lediglich zu einer Betonung des Sachbezugs der Waren und Dienstleistungen zum Personalmanagementbereich. Die gesamtbegriffliche Bildung der Marke werde durch die durchgängige Unterstreichung betont. Diese verbinde die Wortbestandteile zu einer optischen Einheit, so dass die Gestaltung letztlich nicht über die grafische Herausstellung der Sachangabe hinausgehe. Die einfachen grafischen Elemente

träten nicht besonders hervor und würden daher vom Verkehr nicht als Herkunftshinweise erfasst.

Das Bestehen eines Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG könne dementsprechend offen bleiben.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, zu der sie einen Antrag nicht gestellt hat.

Sie macht geltend, dass die angemeldete Marke durch die graphische Gestaltung hinreichend unterscheidungskräftig sei. Falsch sei bereits die Beurteilung, dass an die Ausgestaltung der Marke hohe Anforderungen gestellt werden müssten, weil es sich bei der Wortfolge „HRM Connect“ um einen verbreiteten, allgemein geläufigen beschreibenden Begriff handele. Vielmehr seien die beiden Begriffe „HRM“ und „Connct“ in ihrer Gesamtheit weder verbreitet noch allgemein geläufig. Nicht jede Wortfolge, die sich zu einer sinnvollen Gesamtaussage zusammen ziehen lasse, könne als allgemein geläufig angesehen werden. Folglich wären an die Unterscheidungskraft keine erhöhten Anforderungen zu stellen. Die grafische Gestaltung der angemeldeten Marke, insbesondere die stufenförmige Ausgestaltung, das unterschiedliche Schriftbild und die Linienführung seien daher Gestaltungsmerkmale, die ohne weiteres die Unterscheidungskraft der angemeldeten Wort-/Bildmarke begründeten.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle sowie auf die Schriftsätze der Anmelderin und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil die angemeldete Bezeichnung mit der Wortfolge „HRM Connect“ für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG verfügt.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. zur st. Rspr. BGH GRUR 2003, 1050 – Cityservice; EuGH GRUR 2003, 58 – COMPANYLINE - zur GMV). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf die Wahrnehmung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren und Dienstleistungen abzustellen ist. Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 – Postkantoor). Jedoch hat der EuGH auch darauf hingewiesen, dass eine unmittelbar beschreibende Bedeutung nicht Voraussetzung für die Annahme fehlender Unterscheidungskraft ist. Vielmehr kann die Unterscheidungskraft auch aus anderen Gründen fehlen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 – Postkantoor; GRUR 2004, 680 – Biomild). Maßgebend ist allein, ob der Verkehr in der angemeldeten Marke einen Herkunftshinweis erblickt oder nicht. Ein Eintragungshindernis kann sich daher auch daraus ergeben, dass die angesprochenen Verkehrskreise im Hinblick auf den möglichen Inhalt oder Gegenstand der jeweiligen Waren oder Dienstleistungen in dem beanspruchten Zeichen eine Sachinfor-

mation sehen (BGH MarkenR 2002, 338, 340 - Bar jeder Vernunft; BGH MarkenR 2003, 148, 149 – Winnetou; EuG GRUR Int. 2001, 864, 866 - CINE COMEDY; BPatG MarkenR 2002, 299, 301 – OEKOLAND).

Mit der Markenstelle ist davon auszugehen, dass es sich bei dem Markenbestandteil „HRM“ um eine gängige und - wie die dem Beanstandungsbescheid der Markenstelle vom 29. April 2004 beigefügten Auszüge belegen - gebräuchliche Abkürzung für den Begriff „Human Resources Management“ handelt, der in seiner deutschsprachigen Bedeutung „Personalmanagement/ Personalverwaltung“ (vgl. Langenscheidt Routledge, Fachwörterbuch Wirtschaft, Handel und Finanzen Englisch, 2. Aufl. 2002, S. 265) von den hier in erster Linie angesprochenen Fachleuten oder fachlich interessierten Verkehrskreisen ohne weiteres verstanden wird. Der weitere Markenteil „Connect“ stammt von dem englischen Verb „to connect“, welches „verbinden“ bedeutet. Im Datenverarbeitungs- und Telekommunikationsbereich ist dieses Wort in der substantivischen Bedeutung von „(Daten-, Strom-, Sprach-)Verbindung“ bekannt und gebräuchlich. Dementsprechend findet es sich in einer Reihe vergleichbar gebildeter Begriffe wieder (vgl. BPatG 30 W (pat) 66/95 – SYSTEMCONNECT; 27 W (pat) 219/00 – CITYCONNECT; 27 W (pat) 219/00 – HOMECONNECT; 29 W (pat) 131/03 – SmartConnect; sämtliche Entscheidungen veröffentlicht auf der PAVIS PROMA CD-ROM).

Fachleute wie z. B. Personalmanager/-sachbearbeiter und/oder EDV-Beauftragten, welche mit der Implementierung und/oder Betreuung von HR-Management-Systemen betraut sind, sowie fachlich interessierte Kreise werden daher die Begriffskombination „HRM Connect“ ohne weiteres als eine sprachüblich gebildete beschreibende Bezeichnung für eine IT- und/oder Telekommunikationsverbindung zu einem Personalmanagement-Datennetzwerk, welches der Erfassung, Pflege und Bearbeitung von Personaldaten dient, verstehen. In Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen weist die angemeldete Bezeichnung dann aber einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt auf, der ihrer Auffassung als betrieblicher Herkunftshinweis entgegensteht.

So enthält „HRM Connect“ in Bezug auf die Waren der Klasse 9 (auf Datenträger gespeicherte Programme für die Datenverarbeitung (Software) und Datenbanken) den sachbezogenen Hinweis, dass diese Waren für eine solche IT- und/oder Telekommunikationsverbindung zu einem solchen Datennetzwerk bestimmt und geeignet sind, indem sie z. B. der Herstellung einer solchen Verbindung dienen.

Die beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 35 und 42 „Computerberatung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Bereitstellung von Computerprogrammen in Datennetzen; Dienstleistungen einer Multimedia-Agentur, nämlich Hard- und Softwareberatung; Dienstleistung einer Multimedia-Datenbank, nämlich Sammeln, Speichern, zur Verfügung stellen von Software, Daten, Bildern; Pflege und Installation von Software; Wartung von Computersoftware; Dateienverwaltung mittels Computer; organisatorisches Projektmanagement im EDV-Bereich“ können für eine solche Verbindung erbracht werden, so dass die Wortfolge auch insoweit einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt aufweist, der ihrer Auffassung als individuelle Herkunftsbezeichnung entgegensteht. Dies gilt auch für die beanspruchten „e-commerce Dienstleistungen, nämlich Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften über Online-Shops“. Denn diese Dienstleistungen können auch Handelsgeschäfte mit Waren umfassen, die für eine solche Verbindung geeignet und bestimmt sind (wie z. B. Software), so dass die Bezeichnung „HRM Connect“ auf den Inhalt dieser Dienstleistungen hinweisen kann.

Soweit die Anmelderin geltend macht, beide Begriffe seien in ihrer Gesamtheit weder verbreitet noch allgemein geläufig, ist zu berücksichtigen, dass allein die fehlende Nachweisbarkeit einer lexikalischen oder sonstigen tatsächlichen beschreibenden Verwendung einem Verständnis als Sachangabe nicht entgegensteht (vgl. z. B. BGH GRUR 2001, 1151, 1552 - marktfrisch). Denn der Verkehr ist daran gewöhnt, ständig mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die sachbezogene oder werbemäßige Hinweise lediglich in einprägsamer Form übermittelt sowie neu entwickelte Produkte oder Dienste beschrieben werden sollen.

Dementsprechend vertritt auch der EuGH in ständiger Rechtsprechung die Auffassung, dass Wortneuschöpfungen, die ausschließlich aus beschreibenden Bestandteilen zusammengesetzt sind, regelmäßig nicht schutzfähig sind, sondern nur dann, wenn der von der Wortkombination erweckte Eindruck in seiner Gesamtheit hinreichend weit von dem abweicht, der durch die bloße Zusammenstellung der Bestandteile entsteht und somit über die Summe dieser Bestandteile hinausgeht (vgl. EuGH MarkenR 2004, 111, 115 – BIOMILD/Campina-Melkunie). Das ist hier aber nicht der Fall. Die durch korrekte Aneinanderreihung von „HRM“ und „Connect“ gebildete Wortkombination weist keine ungewöhnliche Struktur auf, sondern trifft eine sachbezogene Aussage über Inhalt und Bestimmungszweck der beanspruchten Waren/Dienstleistungen, ohne dass durch die Zusammenfügung der Wörter der sachbezogene Charakter der Wortkombination verloren geht. Diese ist aus sich heraus verständlich und verliert ihren beschreibenden Begriffsgehalt daher auch nicht dadurch, dass sie nur einen Aspekt der Dienstleistungen und Waren beschreibt und nicht näher die dahinter stehenden Inhalte spezifiziert. (vgl. auch BGH GRUR 2001, 882, 883 – Bücher für eine bessere Welt).

Ebenso wenig begründet die grafische Ausgestaltung der angemeldeten Marke deren Unterscheidungskraft. Es ist zwar anerkannt, dass einem kombinierten Wort-/Bildzeichen - unbeschadet der fehlenden Unterscheidungskraft seiner Wortelemente - als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden kann, wenn die graphischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (vgl. BGH GRUR 1991, 136, 137 - NEW MAN). Allerdings vermögen einfache graphische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbilds ohne jede Eigenart, die lediglich der Hervorhebung des Schriftzugs dienen und an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebenso wenig aufzuwiegen, wie derartige einfache graphische Gestaltungselemente auch für sich wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht als Marke einge-

tragen werden können (BGH GRUR 2000, 502, 503 f. - St. Pauli Girl; GRUR 2001, 413, 415 – SWATCH; GRUR 2001, 1153, 1154 - antiKALK).

Bei der horizontalen Linienführung, die die beiden Einzelelemente der angemeldeten Marke verbindet und so lediglich ihre Zusammengehörigkeit unterstreicht, sowie dem - ohnehin nur geringfügig und kaum erkennbaren - unterschiedlichen Schriftbild der Wortbestandteile als auch deren stufenförmiger Anordnung handelt es sich um solche besonders einfache und übliche grafische Gestaltungselemente ohne kennzeichnende Eigenart, die lediglich der Hervorhebung des Schriftzugs dienen. Die angemeldete Marke weist in ihrer Gesamtheit - anders als z. B. bei der ebenfalls für die Anmelderin eingetragenen Wort-/Bildmarke 304 48 300 mit dem Wortbestandteil „HRM Connect“ - keine über eine allgemeine Gebrauchsgrafik hinausgehende Ausgestaltung auf, so dass der Verkehr auch keinen Anlass hat, diese als kennzeichnendes Element wahrzunehmen.

Aufgrund der vorgenannten Feststellungen bestehen auch erhebliche Anhaltspunkte dafür, dass das angemeldete Zeichen in Bezug auf die hier maßgeblichen beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine beschreibende Angabe im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG darstellt, an der die Mitbewerber ein berechtigtes Freihaltungsbedürfnis haben. Einer abschließenden Entscheidung bedarf es aber im Hinblick darauf, dass das Zeichen bereits keine ursprüngliche Unterscheidungskraft i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aufweist, insoweit nicht.

Die Beschwerde hat daher keinen Erfolg.

gez.

Unterschriften