



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 52/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 47 639.1

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 17. Februar 2009 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Schwarz und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

Erfolgreich Veränderungen Machen

für folgende Waren

Klasse 41: Ausbildungsberatung, nämlich Beratung zur Fortbildungs- und Qualifizierungsprogrammen und zur Bildung von Lerner-Netzwerken, Coaching zur Anwendungsunterstützung; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen, Organisation und Veranstaltung von Symposien; Durchführung von Diskussionsveranstaltungen; Durchführung von Vortragsveranstaltungen; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Veranstaltung und Durchführung von Workshops (Ausbildung); Verfassen von Texten zu Unterrichtszwecken

Klasse 9 computerbasierte Lernprogramme (Software); Lernsoftware

Klasse 35 Beratung zur Organisationsentwicklung in Unternehmen; betriebswirtschaftliche und organisatorische Be-

ratung zur Gestaltung von Veränderungsprozessen, zum Projektmanagement und zur Strategie-Entwicklung in Unternehmen; Personalmanagementberatung zur Personalführung und Personalentwicklung in Unternehmen; betriebswirtschaftliche und organisatorische Beratung zur Bildung von Management-Netzwerken

Klasse 38 Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet; Bereitstellung eines Chatrooms im Internet; Bereitstellung einer Lernplattform im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Lernprogramme im Internet; Bereitstellung von Foren im Internet; Durchführung von Videokonferenzen; Bereitstellung des Zugriffs auf Datenbanken in Computernetzwerken mit Management-Wissen

hat die Markenstelle mit Beschlüssen vom 27.11.2007 und vom 25.04.2008, wobei letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen.

Das ist damit begründet, das angemeldete Zeichen sei ein werbeformelartiger Slogan. Es gäbe viele entsprechend gebildete Slogans (Bl. 22, 25 - 29 VA), in denen insbesondere „erfolgreich“ und „machen“ rein werbemäßig bzw. als Sachangaben eingesetzt würden.

Der Erinnerungsbeschluss ist der Anmelderin am 29.04.2008 zugestellt worden.

Sie hat am 28.05.2008 Beschwerde eingelegt und dazu vorgetragen, die Großschreibung aller drei Wörter verleihe dem Zeichen einen Charakter, der unterscheidungskräftig und nicht freihaltungsbedürftig sei. Auch passe das irritierende Verb „machen“ nicht zu einer rein beschreibenden Aussage, die zudem mehrdeu-

tig sei. Seine Bedeutung sei nicht beschreibend, schon gar nicht für Waren. „Erfolgreich steuern“ sei dementsprechend auch eingetragen worden.

Zur Ergänzung des Parteivorbringens wird auf die Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen; wegen sonstiger Einzelheiten auf den Akteninhalt.

II.

1) Der Umstand, dass die Anmelderin im Beschwerdeverfahren keinen Antrag gestellt hat, steht der vorliegenden Entscheidung nicht entgegen. Das Bundespatentgericht entscheidet über Beschwerden in Markensachen grundsätzlich im schriftlichen Verfahren (§ 69 MarkenG) und ohne zeitliche Bindung.

Die Anmelderin hat keine mündliche Verhandlung beantragt; diese ist auch nach Wertung des Senats nicht sachdienlich.

Der Anmelderin musste der beabsichtigte Termin zur Beschlussfassung nicht zuvor mitgeteilt werden. Das Gebot des rechtlichen Gehörs verlangt lediglich, Verfahrensbeteiligten die Möglichkeit zu geben, Stellungnahmen zum Sachverhalt abzugeben, ihre Auffassung zu Rechtsfragen darzulegen sowie Anträge zu stellen. Nachdem die Beschwerdebegründung vom Mai 2008 datiert, bestand hierzu hinreichend Gelegenheit.

2) Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg; einer Registrierung der angemeldeten Marke steht für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen das Schutzhindernis aus § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

Dies gilt selbst dann, wenn man berücksichtigt, dass bei Anlegung eines großzügigen Maßstabes eine geringe Unterscheidungskraft im markenrechtlichen Sinne ausreicht (vgl. hierzu BGH MarkenR 2001, 368, 369 – Gute Zeiten - Schlechte Zeiten), um das Schutzhindernis zu überwinden.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. 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 der Marke durch einen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist. Ausgehend hiervon besitzen Wortmarken keine Unterscheidungskraft, wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache bestehen, die, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien, stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. u. a. BGH GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten – Schlechte Zeiten; BGH GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice).

Die angesprochenen Verkehrskreise werden in der angemeldeten Wortfolge ausschließlich eine Aussage dahingehend sehen, die Angebote der Anmelderin würden selbst zum Erfolg verhelfen oder dabei behilflich sein, Erfolg zu erreichen. In diesem Zusammenhang ist das Verb „machen“ nicht auffällig. Man spricht ja durchaus anerkennend von „Machern“.

Dass alle Wörter am Anfang großgeschrieben sind, führt nicht zur Unterscheidungskraft. Das erste Wort einer Aussage wird oft groß geschrieben, das Substantiv „Veränderungen“ ohnehin, und das große M bei „Machen“ fällt nicht so auf, dass dem Gesamtzeichen deswegen Unterscheidungskraft zukäme.

Die Markenstelle hat die angemeldete Wortfolge zutreffend als einen Werbespruch bewertet, dem die angesprochenen Verkehrskreise für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich eine im Vordergrund stehende werblich anpreisende Aussage, nicht jedoch die Funktion eines betrieblichen Herkunftshinweises entnehmen werden. Der aus allgemein geläufigen Wörtern des deutschen Sprachschatzes gebildeten Wortfolge werden sie überwiegend die Bedeutung zuzuordnen, dass es um Dinge oder Dienste geht, die Erfolg vermitteln, helfen, Erfolg zu erreichen oder ganz allgemein erfolgreich zu leben. So handelt es sich bei den beanspruchten Waren durchweg um Produkte, die durch Wissensvermittlung das Leben des Käufers erfolgreicher gestalten können. Dies gilt entsprechend für die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 41, bei denen es um Ausbildung, Gedankenaustausch, Beratung und Informationsvermittlung geht.

Damit vermittelt „Erfolgreich Veränderung Machen“ für sämtliche angemeldeten Waren und Dienstleistungen eine Aussage, die das angesprochene Publikum nicht als individualisierendes, auf ein bestimmtes Unternehmen hinweisendes Zeichen auffassen wird, sondern lediglich als anpreisenden Werbeslogan.

3) Die Anmelderin kann sich zur Ausräumung der Schutzhindernisse nicht auf eine nach ihrer Auffassung einschlägige Entscheidungspraxis des Europäischen Gerichtshofs, Bundesgerichtshofs und Bundespatentgerichts sowie die Eintragungspraxis des Patentamts berufen. Eintragungen von entsprechenden Marken für Dritte rechtfertigen keine andere Beurteilung, weil selbst Eintragungen gleicher Marken nicht zu einer Bindung führen (vgl. BGH BIPMZ 1989, 192 - KSÜD) - auch nicht unter dem Gesichtspunkt des Gleichbehandlungsgebots (Art. 3 GG), denn es gibt keinen Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht.

Bei der Entscheidung über die Eintragbarkeit einer Marke handelt es sich um keine Ermessens-, sondern um eine gebundene Entscheidung, die jeweils einer auf den Einzelfall bezogenen Prüfung unterliegt (vgl. BGH BIPMZ 1998, 248, 249 - Today; EuGH GRUR 2004, 428, Rn. 60 ff. - Henkel).

4) Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

5) Für eine Zulassung der Rechtsbeschwerde sieht der Senat keine Veranlassung. Es ist weder ersichtlich noch von der Anmelderin aufgezeigt, dass der vorliegende Fall eine grundsätzliche Rechtsfrage aufwirft. Die Entscheidung des Senats erschöpft sich vielmehr in der einzelfallbezogenen Anwendung höchststrichterlich geklärter Beurteilungsgrundsätze.

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

Cl