



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 113/11

(Aktenzeichen)

Verkündet am
30. April 2014

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 057 261.2

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der mündlichen Verhandlung am 30. April 2014 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Mittenberger-Huber, der Richterin Uhlmann und der Richterin kraft Auftrags Akintche

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

Schichtenmodell der Integration

ist am 29. August 2008 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für die nachfolgenden Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Erstellung von Abrechnungen; Marktanalysen; Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen; betriebswirtschaftliche Beratung; Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten; Personalmanagementberatung; Beratung bei der Abwicklung von Handelsgeschäften; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, nämlich für Unternehmen der Finanzdienstleistungsbranche, des Bank- und Versicherungswesens, in der Technologie-, Kommunikations- und Informationstechnologiebranche, im Gesundheitswesen, im Kranken-, Pflege-, Unfall- und Rentenversicherungswesen, in der Biotechnologie- und Pharmabranche, in der Automobilbranche, in der Elektro- und Elektrotechnikbranche, in der Konsumgüterbranche, in der Energiewirtschaft, in der Chemiebranche, in der Einzel-, Auftrags- und Serienfertigungsindustrie, im Bereich des Handels einschließlich des Einzelhandels; organisatorische und betriebswirtschaftliche Beratung unter

Bezugnahme individueller Branchenaspkte, nämlich zu den Themen Geschäftsprozessanalyse und -optimierung, Beratung im Hinblick auf Lieferketten-Management; Lieferketten-/Supply Chain Management als Planung und Management aller Aufgaben bei Lieferanten, Waren- und Beschaffungen, Umwandlung und alle Aufgaben der Logistik, nämlich Koordinierung und Zusammenarbeit der beteiligten Partner, nämlich Lieferanten, Händler, Logistikdienstleister und Kunden; Marketingberatung, Organisationsberatung in Fragen des elektronischen Geschäftsverkehrs, in den Bereichen Rechnungswesen und Controlling und Organisationsentwicklung, betriebswirtschaftliche Beratung; betriebswirtschaftliche und Organisationsberatung in Fragen des Risikomanagements sowie Personalmanagementberatung; betriebswirtschaftliche und Organisationsberatung bei Unternehmensfusionen, nämlich Hilfe bei der Geschäftsführung, Unternehmensberatung, Öffentlichkeitsarbeit im Bereich Unternehmensfusionen; Erteilung von Auskünften, Information und Beratung für Verbraucher in Handels- und Geschäftsangelegenheiten [Verbraucherberatung]; betriebswirtschaftliche und Organisationsberatung in Bezug auf Unternehmensakquisitionen und -fusionen; Beratung in Bezug auf Unternehmensmarketing; Beratung in Bezug auf Unternehmensorganisation; Beratung in Fragen der Geschäftsführung; betriebswirtschaftliche und Organisationsberatung in Fragen des Geschäftsmanagements; Bereitstellung von Geschäfts- und Marketinginformationen, nämlich Herausgabe von Veröffentlichungen und Druckerzeugnissen für Werbezwecke; Buchführung; Buchhaltungsdienste; Buchprüfung; Personalauswahl mit Hilfe von psychologischen Tests; Durchführung von Unternehmensverlagerungen; Ermittlungen in Geschäftsangelegenheiten, nämlich Erarbeitung von Geschäftsberichten; Erstellen von betriebswirtschaftlichen Geschäftsgutachten; Erstellen von Statistiken; Erstellung von Wirtschaftsprognosen; Erteilung von Auskünften in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Planungen (Hilfe) bei der Geschäfts-

führung; Unternehmensverwaltung; Marketing (Absatzforschung); Durchführung von Marketingstudien; Marktanalyse; Marktforschung; Marktforschungsdienste; Unternehmensberatung; Unternehmensberatungsdienste; Unternehmensführungsplanung; Meinungsforschung; Verwaltung und Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken; Betriebswirtschaftsberatung; Wertermittlungen in Geschäftsangelegenheiten;

Klasse 36: Finanzielle Anlagenberatung; Erteilung von Finanzauskünften; Vermögensverwaltung und -beratung; Anlageverwaltungsdienste; Finanzberatung; Finanzplanung; finanzielle Beratung im Zusammenhang mit einem finanziellen Risikomanagement im Versicherungswesen, im Finanzwesen, bei Geldgeschäften und im Immobilienwesen; Finanzanalyse und finanzielle Beratung im Zusammenhang mit Finanzplanung, Geldmanagementdienstleistungen, dem Investmentmanagement, dem Kapitalanlagemanagement, dem Kursrisikomanagement; finanzielle Beratung im Zusammenhang mit dem Management und der Analyse von Finanzinformationen im Zusammenhang mit dem Versicherungswesen, dem Finanzwesen, Geldgeschäften und Immobilienwesen; Beratung im Zusammenhang mit Managementdienstleistungen in Bezug auf das Versicherungswesen, das Finanzwesen, Geldgeschäfte und das Immobilienwesen soweit in Klasse 36 enthalten;

Klasse 41: Beratung in Bezug auf Bildung und Ausbildung im Managementbereich und von Personal; Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen, ausgenommen für Werbezwecke, und von Lehr- und Unterrichtsmitteln (Druckereierzeugnisse); Durchführung von Kongressen, Ausstellungen für Unterrichtszwecke; Unterricht, Durchführung von Seminare, Konferenzen und Bereitstellung von Online-Unterrichtsmaterialien für den Bereich Finanzwesen, nämlich Veröffentlichung von Online-Publikationen, ausgenommen für Werbezwecke; Veranstaltung von Semi-

naren; Veranstaltung und Durchführung von Fernkursen“

Mit Beschlüssen vom 25. August 2010 und vom 27. September 2011, wobei letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 35 die Anmeldung gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Sie hat ausgeführt, dass es sich bei der angemeldeten Wortfolge um eine sprachregelgerecht gebildete Aussage der deutschen Sprache handele. Das Zeichen weise auf ein Schichtenmodell hin, welches die Integration bezwecke – nämlich die Bildung verschiedener Schichten zur Ordnung und Wiederherstellung einer Einheit - bzw. auf Basis der Integration, der Bildung von Schichten, die wieder in ein großes Ganzes eingefügt werden, funktioniere. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen eigne sich das Zeichen als Angabe des Themas, Schwerpunktes bzw. des Zwecks oder der Methode. Der Verkehr verstehe das Zeichen lediglich als Sachangabe und erkenne es nicht als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie sinngemäß beantragt,

die Beschlüsse des DPMA vom 25. August 2010 und vom 27. September 2011 aufzuheben.

Zur Begründung trägt sie vor, der Begriff Schichtenmodell werde zwar in der IT-Branche in Verbindung mit Integration verwendet, die hier angesprochenen Verkehrskreise, bei denen es sich nicht um Fachkreise aus der IT-Branche handle, könnten die angemeldete Wortfolge jedoch nicht mit Inhalt füllen. Deren Sinn bleibe vage, offen, mehrdeutig, unpräzise und diffus und lasse den Verbraucher vermuten, dass zu einer Integration ein Modell verwendet werde. Das Anmeldezeichen bestehe nicht ausschließlich aus beschreibenden Elementen. Auch in der maßgeblichen Gesamtheit liege eine beschreibende Funktion der Wortfolge für die angemeldeten Dienstleistungen nicht vor; dies gelte vor allem für die Dienstleis-

tungen „Beratung in Bezug auf Unternehmensakquisitionen; Buchhaltungsdienste; Erstellung von Abrechnungen; Betriebswirtschaftliche Beratung“. Es sei völlig unklar, was ein Schichtenmodell, welches eine Integration bezwecke, überhaupt sei und welche Art von Integration oder welche Art von Schichtenmodell gemeint sei. Die Ausführungen des Amtes seien viel zu allgemein und nicht auf das konkrete Dienstleistungsverzeichnis bezogen. Trotz einer gewissen Sperrigkeit und fehlenden Gefälligkeit weise der Slogan Originalität sowie Prägnanz auf, erfordere ein Mindestmaß an Interpretationsaufwand und löse einen Denkprozess aus. Dies sei aber schon ein Hinweis auf dessen Unterscheidungskraft. Die Anmelderin beruft sich schließlich auf eine Reihe von ihrer Ansicht nach vergleichbaren Voreintragungen; da es sich bei den genannten Voreintragungen nicht um fehlerhafte Rechtsanwendungen handle, bedeute dies, dass der Gleichbehandlungsgrundsatz zu beachten sei und insoweit nicht ohne weiteres zu Ungunsten der Anmeldung entschieden werden dürfe.

Die Beschwerdeführerin ist zu der mündlichen Verhandlung am 30. April 2014, zu der sie am 31. März 2014 ordnungsgemäß geladen worden ist, wie vorab angekündigt, nicht erschienen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens als Marke gemäß §§ 33 Abs. 2, 41 MarkenG steht hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat der angemeldeten Bezeichnung daher zu Recht die Eintragung versagt.

1. Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH, GRUR 2010, 228, Rdnr. 33 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2008, 608, Rdnr. 66 f. - EUROHYPO; BGH, GRUR 2013, 731, Rdnr. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 270, Rdnr. 8 - Link economy; GRUR 2010, 825, Rdnr. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2010, 935, Rdnr. 8 - Die Vision). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH, a.a.O. - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2006, 233, Rdnr. 45 - Standbeutel; GRUR 2006, 229, Rdnr. 27 - BioID; BGH, GRUR 2009, 949, Rdnr. 10 - My World; GRUR, 2008, 710, Rdnr. 12 - VISAGE). 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, a.a.O. - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2009, 411, Rdnr. 8 - STREETBALL; GRUR 2009, 778, Rdnr. 11 - Willkommen im Leben; a.a.O. - My World). 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, Rdnr. 53 - Henkel; BGH, GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; MarkenR 2000, 420 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH, GRUR 2013, 1143, Rdnr. 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 2006, 411, Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR, 2004, 943, Rdnr. 24 - SAT 2; BGH, WRP 2014, 449, Rdnr. 11 – grill meister). 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, Rdnr. 53 - Henkel; BGH, GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; MarkenR 2000, 420 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH, GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 - Postkantoor; BGH, GRUR 2012, 270, Rdnr. 11 - Link economy; GRUR 2009, 952, Rdnr. 10 - DeutschlandCard; a.a.O., Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH, Beschluss vom 10.07.2014, I ZB 18/13, Rdnr. 21 - Gute Laune Drops; GRUR 2010, 1100, Rdnr. 20 - TOOOR!; a.a.O. - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2001, 1043 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH, a.a.O., Rdnr. 16 - Gute Laune Drops; a.a.O., Rdnr. 23 - TOOOR!; a.a.O., Rdnr. 28 f. - FUSSBALL WM 2006). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner

möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH, GRUR 2004, 146, Rdnr. 32 - DOUBLEMINT; 674, 678 Rdnr. 97 - Postkantoor; 680, 681 Rdnr. 38 - BIOMILD; GRUR 2003, 58, 59 Rdnr. 21 - Companyline); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind, sofern das Gesamtzeichen nicht infolge einer ungewöhnlichen Veränderung - etwa syntaktischer oder semantischer Art - hinreichend weit von der bloßen Zusammenfügung ihrer schutzunfähigen Bestandteile abweicht (EuGH MarkenR 2007, 204, Rdnr. 77 f. - CELLTECH; a.a.O. Rdnr. 98 - Postkantoor; a.a.O. Rdnr. 39 f. - BIOMILD; a.a.O. Rdnr. 28 - SAT 2).

2. Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt das angemeldete Zeichen nicht. Denn die angemeldete Bezeichnung „Schichtenmodell der Integration“ beschränkt sich auf eine rein sachbezogene Aussage ohne erkennbaren herkunftshinweisenden Gehalt.

- a) Bei der Beurteilung des Verständnisses des angemeldeten Zeichens ist in erster Linie auf ein unternehmerisch tätiges Fachpublikum abzustellen, weil die beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 35, 36 sowie eines Teils der Klasse 41 in der Regel nicht von Endverbrauchern, sondern von Unternehmern in Anspruch genommen werden. Hinsichtlich der Dienstleistungen der Klassen 41 ist neben Unternehmern auch das allgemeine Publikum mit Interesse an Aus- und Fortbildung bzw. an digitalen Medien maßgeblich.
- b) Die einzelnen Wortbestandteile des angemeldeten Zeichens haben nur einen im Vordergrund stehenden, die beanspruchten Dienstleistungen beschreibenden Begriffsinhalt, wie bereits die Markenstelle mit den einschlägigen Bedeutungsgehalten umfassend herausgearbeitet und belegt hat. Bei aus mehreren Bestandteilen kombinierten Marken ist es zulässig, zunächst die Bestandteile getrennt zu betrachten, sofern die Beurteilung des Schutzhindernisses auf einer sich anschließenden Prüfung der Gesamtheit

dieser Bestandteile beruht (EuGH, GRUR 2006, 229 - BioID; GRUR 2004, 943 - SAT.2). Dabei hat sich die Prüfung auch darauf zu erstrecken, ob das Zeichen als solches, jedenfalls mit einem seiner Elemente, den Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt (BGH, a.a.O. - Rdnr. 13 - Gute Laune Drops). Vorliegend ist dies nicht der Fall.

Der Begriff „Schichtenmodell“ bezeichnet ein Modell, also ein gedankliches Konzept oder eine Theorie, in der individuelle Objekte oder Konzepte unterschiedlichen Schichten zugeordnet werden; es ist mithin ein Synonym für ein Strukturierungsprinzip, bei dem zur Vereinfachung und Systematisierung Ebenen bzw. Schichten gebildet werden (vgl. wirtschaftslexikon.gabler.de, wirtschaftslexikon24.com, enzyklopaedie-der-wirtschaftsinformatik.de). Die vorab der Anmelderin übersandten Ergebnisse der Senatsrecherche sowie die Belege der Markenstelle zeigen, dass Schichtenmodelle bzw. Schichtenlehren oder Schichtentheorien in nahezu allen Bereichen bekannt sind und Verwendung finden, wie z.B. in der IT-Branche (z.B. OSI-Schichtenmodell, Enterprise Application Integration Schichtenmodell, Schichtenmodell der cIM-Integrationsebenen, SOA-Schichtenmodell), im Bereich der Altersvorsorge (z.B. 3-Schichten-Modell), in der Wirtschaftssoziologie, der Psychologie (z.B. Drei-Schichten-Modell), der Philosophie (z.B. Schichtenlehre des Aristoteles), in der Kulturtheorie, insbesondere zu den Bereichen Unternehmenskultur und Management (z.B. Schichtenmodell der Kernkompetenzen, Schichtenmodell der Umweltdifferenzierung, Schichtenmodell des organisatorischen Wissens, Schichtenmodell des Wandels) sowie im Bereich Ausbildung, Fortbildung und Coaching (z.B. Verhaltensorientiertes Schichtenmodell).

Das Wort „Integration“ bedeutet bildungssprachlich „Wiederherstellung einer Einheit; Vervollständigung“, „Einbeziehung, Eingliederung in ein größeres Ganzes“ und in der Soziologie „Verbindung einer Vielheit von einzelnen Personen oder Gruppen zu einer gesellschaftlichen und kulturellen Einheit“

sowie in der Mathematik „Berechnung eines Integrals“ (vgl. DUDEN online, www.duden.de).

- c) Die für die Schutzfähigkeitsprüfung maßgebliche Gesamtbetrachtung des Zeichens führt nicht zu einem Bedeutungsgehalt, der über die Summe der Einzelbestandteile hinausgehen würde. Das Anmeldezeichen ist sprachüblich gebildet. Schon die oben aufgeführten Beispiele zeigen, dass „Schichtenmodell der...“ üblicherweise durch Kombination mit einem Substantiv sachlich-inhaltlich konkretisiert wird, vgl. ergänzend die weiteren in den Rechercheunterlagen verwendeten Fachbegriffe „Schichtenmodell der Transformation“, „Schichtenmodell der Unternehmenskultur“, „Schichtenmodell der Integrationsebenen“, „Schichtenmodell für eine integrierte Versicherungsdatenwelt“.

Das Anmeldezeichen entspricht mithin bereits nach der Bedeutung der Einzelelemente und der Art und Reihenfolge der Zusammensetzung einer typischen Sachbezeichnung in den hier betroffenen Dienstleistungsbereichen. Soweit selbst die Anmelderin vorträgt, der Verbraucher werde bei „Schichtenmodell der Integration“ vermuten, dass zu einer Integration ein Modell verwendet werde, so kann dem nur zugestimmt werden, weil der Wortkombination nach dem natürlichen Wortverständnis genau dieser Begriffsinhalt auch zukommt. Der Gründer der Beschwerdeführerin hat das von ihm entwickelte „Schichtenmodell der Integration“ dabei selbst beschreibend in dem Sinne erklärt, dass nach „dem Top-Down - Bottom-Up- Prinzip [...] Ziele und Projekte unter Einbeziehung möglichst vieler Mitarbeiter über einen kontinuierlichen Prozess geschärft und konsentiert“ würden. Es gehe dabei insbesondere „um die Schaffung einer neuen Unternehmenskultur“ (vgl. Bl. 08 d. VA). Der angesprochene Verkehr wird das verfahrensgegenständliche Zeichen daher ohne weiteres als (irgend)ein Vorgehens- bzw. Strukturierungsmodell für Integrationsprozesse auffassen.

d) Das angemeldete Zeichen hat einen engen beschreibenden bzw. sachlichen Bezug zu den streitgegenständlichen Dienstleistungen. Das Anmeldezeichen sagt aus, dass das Dienstleistungsangebot sich mit einem Vorgehensmodell für Integrationsprozesse, nämlich mit (irgend)einem Schichtenmodell der Integration befasst, unter Anwendung eines solchen Integrationsmodells erbracht wird oder sich damit inhaltlich beschäftigt.

aa) Sämtliche *Dienstleistungen der Klassen 35 und 36*, bei denen es sich um (Beratungs)Leistungen in Fragen der betriebswirtschaftlichen, logistischen, finanziellen und technischen Organisation von Unternehmen handeln kann bzw. um solche, die damit im unmittelbaren funktionellen Zusammenhang stehen, können ein spezielles Vorgehensmodell für einen Integrationsprozess zum Gegenstand und Inhalt haben bzw. ein solches Modell kann bei ihrer Realisierung Verwendung finden.

Die Recherche des Senats (Bl. 39-129 d.A.) hat ergeben, dass gerade im Bereich des Change Management (Wandlungsmanagements) und des Mergers & Acquisitions (Fusion von Unternehmen und Erwerb von Unternehmen bzw. Unternehmensanteilen) die sachbeschreibende Verwendung des Anmeldezeichens und damit vergleichbarer Begriffe und Aussagen üblich ist, wie die folgenden Fundstellen zeigen:

- Handbuch Mergers & Acquisitions Management, Planung - Durchführung – Integration, 2006 (Bl. 84 d.A.): „Abbildung 6-2 Schichtenmodell der Integration zeigt separierbare Blöcke“, zu lesen ist dort: „Interessanterweise ist eine vollständige Fusion einfacher zu bewältigen als eine reine Integration der Systeme bei Weiterexistenz zweier Banken innerhalb des Konzerns“;
- Integrationsmodelle und Synergien: systematische Wertgenerierung durch Übernahmen und Fusionen (www.econbiz.de; Bl. 37 d.A.);

- Diplomarbeit aus dem Jahr 2000 (Bl. 38 d.A.): „Change Management Zielvorstellungen und Vorgehensweisen“: Kapitel 5.2 Das Schichtenmodell der Transformation;
- Artikel aus new management Nr. 4/2003 (Bl. 45 ff. d.A.): „Wissen fusionieren – wie Wissensintegration den Erfolg von Mergers & Acquisitions unterstützt, Eine gutes Integrationsmanagement ist entscheidend für das Gelingen einer Fusion, Abbildung „Die drei idealtypischen Phasen einer Integration“;
- Artikel aus Interculture Journal 2006 (Bl. 59/60 d.A.): „Zusammenhalt in der Zwischenzeit – Neue Ansätze zur Erhaltung von Unternehmenskultur in der M&A-Planung“, zu dem dort u.a. vorgestellten Schichtenmodell und einem Dimensionsmodell jeweils zur Unternehmenskultur ist zu lesen: „Bei genauerer Untersuchung dieser Ansätze erweisen sich zwei Aspekte als fraglich und der komplexen Merger-Realität nicht angemessen: die Vorstellung, dass Unternehmenskultur als bearbeitbare Variable im Integrationsprozess genau wie Organisationsstrukturen oder Produktprozesse definiert und gemanagt werden kann...“;
- Unter „Wirtschaftslexikon.com“ (Bl. 114 d.A.) ist in einem Artikel zum Change Management die Abbildung 1: Schichtenmodell des Wandels (nach Krüger, Wilfried, 1994) enthalten. Zu lesen ist des Weiteren: „Das Rückgrat jedes Wandlungsvorhabens bildet zunächst die Regelung der erforderlichen Prozesse...Das im Folgenden beschriebene Vorgehensmodell für Transformationsprozesse formuliert Wandlungssequenzen und Aufgaben des Wandlungsmanagements, die sich auf die beschriebenen drei Koordinaten des Wandels ausrichten und sowohl persönliche wie sachbezogene Fragen abdecken...“;

- In einer wissenschaftlichen Arbeit von 2003 (Bl. 129 d.A.) mit dem Titel „Organisation und Personalführung in einem deutsch-chinesischen Gemeinschaftsunternehmen unter Berücksichtigung kultureller Hintergründe“ finden sich zwei Abbildungen mit der Bezeichnung „Phasenmodell der Integration von Organisations- und Personalführungsstrukturen bei Neugründung eines Gemeinschaftsunternehmens“ und „Phasenmodell der Integration von Organisations- und Personalführungsstrukturen bei einem bestehenden Gemeinschaftsunternehmen“;
- In einem Referate-Seminar (WS 2001/2002) wird unter dem Titel „IT-Projektmanagement bei Mergers & Acquisitions“ (Bl. 135 d. VA) zur Frage der Strukturierung eines Integrationsprojektes folgende Möglichkeiten festgehalten: „Festlegung der Integrationsreihenfolge •Big Bang: - alles zu einem Zeitpunkt umstellen - hohes Risiko •Stufenweise Integration - Schnittstellen -Schichtenmodell“.

Der Einwand der Anmelderin, es sei nicht erkennbar, was das Anmeldezeichen insbesondere in Bezug auf die Dienstleistung „Beratung in Bezug auf Unternehmensakquisitionen“ beschreiben sollte, greift angesichts dieser Verwendungsnachweise nicht. Dies gilt umso mehr als die Anmelderin selbst das Zeichen in dem dargestellten beschreibenden Kontext einsetzt und definitionsgemäß zur Schaffung einer neuen Unternehmenskultur verwenden will. Darauf, dass der Gründer der Beschwerdeführerin diesen Begriff kreiert hat, kommt es insoweit dann nicht an, wenn der angesprochene Verkehr in der in Frage stehenden Bezeichnung nur eine beschreibende Verwendung und nicht (auch) einen Hinweis auf die Herkunft der Dienstleistungen aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb sieht (BGH, GRUR 2003, 436, 439 - Feldenkrais).

Auch in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen im Zusammenhang mit Marktanalysen und Marketing kann das Zeichen „Schichtenmodell der Integration“ einen Hinweis darauf geben, dass diese anhand einer speziellen Integrationsmethode erbracht und realisiert werden. Denn bei der Betrachtung und Erforschung von Wirkungsmechanismen, wie Werbung vom Menschen aufgenommen wird und in ihm wirkt oder auch bei der Analyse von Märkten und Marktverhalten werden zur Darstellung von entsprechenden Vorgängen vielfach Modelle verwendet (vgl. Bl. 39 d.A.: Entwicklung eines Werbepsychologischen Integrationsmodells als Planningtool).

Nicht zuletzt können die angemeldeten Dienstleistungen nach spezieller Methode die Integration von Informationssystemen bzw. spezieller Anwendersoftware (z.B. zum Investitionscontrolling, Abrechnungsmanagement, Buchhaltungssoftware etc.) in einer Unternehmensorganisation unterstützen oder beinhalten, wobei insoweit bezüglich des Begriffs „Schichtenmodell“ die Bezeichnung für ein häufig angewandtes Strukturierungsprinzip für die Architektur von Softwaresystemen im Vordergrund steht (vgl. Bl. 157 d. VA: Web-basierte Systemintegration: So überführen Sie bestehende Anwendungssysteme in eine moderne Webarchitektur, 2.2.3. Das Schichtenmodell zur Integration) .

- bb) Auch für die *in Klasse 41 beanspruchten Dienstleistungen* gibt das Zeichen nur deren Gegenstand und Thema an. Dies zeigen neben den Belegen der Markenstelle auch die Ergebnisse der Senatsrecherche, in denen spezielle Vorgehensmodelle für Integrationsprojekte Thema von Hausarbeiten, Referaten, Büchern, Präsentationen, Diplomarbeiten, Seminaren, Diskussionspapieren und Coachings sind. Da zudem das Anmeldezeichen angesichts der Tatsache, dass - wie oben dargestellt - in nahezu allen Bereichen Schichtenmodelle entwickelt und eingesetzt werden, eine gewisse thematische Breite zulässt (vgl. BGH, GRUR

2013, 522 - Rdnr. 17 - Deutschland schönste Seiten), besteht auch zu den Dienstleistungen der „Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen und Lehr- und Unterrichtsmittel“ ein enger sachlicher Bezug.

- e) Der Umstand, dass die in dem angemeldeten Zeichen „Schichtenmodell der Integration“ enthaltene Sachangabe am besten mit genau diesen Worten umschrieben wird, deutet gerade auf dessen beschreibenden Charakter hin. Auch die Tatsache, dass offen bleibt, auf welche Art der Integration sich das Schichtenmodell bezieht (z.B. Wissensintegration, Mitarbeiterintegration, Datenintegration, Kostenintegration, Integration ganzer Unternehmen nach Fusionen etc.), ändert nichts an dem beschreibenden Charakter des Zeichens. Schließlich dringt die Beschwerdeführerin auch nicht mit ihrem Einwand durch, der Verkehr werde keine konkrete Vorstellung über besondere Eigenschaften und Merkmale der unter der Marke vertriebenen Dienstleistungen entwickeln.

Die Annahme einer beschreibenden Bedeutung eines Begriffs setzt nämlich nicht voraus, dass die Bezeichnung feste begriffliche Konturen erlangt und sich damit eine einhellige Auffassung zum Sinngehalt herausgebildet hat. Von einem beschreibenden Begriff kann vielmehr auch auszugehen sein, wenn das Zeichenwort verschiedene Bedeutungen hat, sein Inhalt vage und nicht klar umrissen ist oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Dienstleistungen beschreibt (BGH, Beschluss vom 10.07.2014, I ZB 18/13, Rdnr. 25 - Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569, Rdnr. 18 - HOT; GRUR 2013, 522, Rdnr. 13 - Deutschlands schönste Seiten). Der allein durch die verschiedenen Deutungsmöglichkeiten hervorgerufene Interpretationsaufwand des Verkehrs reicht für die Bejahung einer Unterscheidungskraft nicht aus (BGH, a.a.O., Rdnr. 24 - HOT).

Das Anmeldezeichen „Schichtenmodell der Integration“ stellt eine Sachaussage mit der Möglichkeit zur beschreibenden Verwendung für alle beanspruchten

Dienstleistungen dar und ist somit nicht geeignet, als betrieblicher Herkunftshinweis zu dienen.

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

4. Die Beschwerdeführerin beruft sich schließlich ohne Erfolg auf die Eintragung von Marken, die aus Wortfolgen bestehen und als Bestandteile insbesondere Worte wie „Modell“, „Schicht“ oder „Integration“ aufweisen, z.B. „F·E·L·I·K·S Förderung von Erziehung, Leistung und Integration durch Kooperation mit der Schule“, „INTAAL - Integration aller Aspekte von Leadership“, „SP Integration“, „Haus der Zukunft“, „Das System der Besten“, BBDO 5-Stufen-Modell der Markenführung“, „TIMA Nachhaltigkeits-Business Modell“ etc. Es fehlt schon ersichtlich an einer Vergleichbarkeit mit der verfahrensgegenständlichen Anmeldung. Dies gilt auch in Bezug auf die für die Beschwerdeführerin beim HABM registrierte Gemeinschaftsmarke „Schichtenmodell“ (Nr. 011050481), weil diese Waren und Dienstleistungen aus den Klassen 9, 16 und 38 betrifft, die von der verfahrensgegenständlichen Anmeldung gar nicht beansprucht werden. Unabhängig davon sind Voreintragungen nicht bindend. Denn auch unter Berufung auf den Gleichbehandlungsgrundsatz darf nicht von einer den rechtlichen Vorgaben entsprechenden Entscheidung abgesehen werden (vgl. EuGH, GRUR 2009, 667 Rdnr. 18 - Bild-digital und ZVS Zeitungsvertrieb Stuttgart; BGH, a.a.O., Rdnr. 45 - Gute Laune Drops; GRUR 2014, 376, Rdnr. 19 - grill meister; WRP 2011, 349 Rdnr. 12 - FREIZEIT Rätsel Woche; GRUR 2011, 230 Rdnr. 12 - SUPERgirl).

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 Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe eingereicht werden. Die Frist ist nur gewahrt, wenn die Rechtsbeschwerde vor Fristablauf beim Bundesgerichtshof eingeht. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Dr. Mittenberger-Huber

Zugleich für die urlaubsbedingt
abwesende RiBPatG
Uhlmann

Akintche

Dr. Mittenberger-Huber

Hu