



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 506/18

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2016 111 067.8

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 26. November 2018 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Kortge sowie der Richter Jacobi und Schödel

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 14. November 2017 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen der

Klasse 35: Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge;

Klasse 36: Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung bezüglich Investment-Banking; Erteilen von telefonischen Auskünften über Bankkonten; Projektfinanzierung; Dienstleistungen in Bezug auf Risiko- und Projektkapitalanlagen

zurückgewiesen worden ist.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

PLUSCARD

ist am 7. Dezember 2016 unter der Nummer 30 2016 111 067.8 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet worden für Dienstleistungen der

Klasse 35: Verkaufsförderung für Dritte durch die Verteilung und die Verwaltung von Kundenkarten; Dienstleistungen in Bezug auf

Kundenbindungs-, Anreiz- und Bonusprogramme; Organisation und Verwaltung von Kundentreueprogrammen; Organisation, Durchführung und Überwachung von Kundentreueprogrammen [Werbung]; Geschäftsführung in Bezug auf Kundentreue-, Prämien- oder Verkaufsförderungsprogrammen; Dienstleistungen eines Kundenklubs für Geschäfts-, Verkaufsförderungs- und/oder Werbezwecke; Dienstleistungen im Bereich Kundenbindung für Geschäfts-, Verkaufsförderungs- und/oder Werbezwecke; Dienstleistungen zur Förderung der Kundenbindung [Entwicklung von Bonusprogrammen für Marketingzwecke]; Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge; Beratung und Information für Verbraucher über Kundendienstleistungen, Produktmanagement und Preise auf Internetseiten bei Onlineeinkäufen; Auslagerungsdienstleistungen in Form der Verwaltung von Kundengeschäftsbeziehungen; Zusammenstellung von Listen potenzieller Kunden; Computergestützte Zusammenstellung von Kundenverzeichnissen; Erstellung von Kostenanalysen; Aufstellung von Kosten-Preisanalysen; Betriebswirtschaftliche Markenevaluierungsdienste; Betriebswirtschaftliche Analyse-, Recherche- und Informationsdienstleistungen; Erstellen betriebswirtschaftlicher Bilanzen; Betriebswirtschaftliche Bewertung von Geschäftsmöglichkeiten; Bestelldienste für Dritte; Verwalten und Zuordnen von Tarifen für Teilnehmer von Telekommunikationsnetzen und Beratung hierüber; Verkaufsförderung durch Vergabe von Punkten für die Nutzung von Kreditkarten;

Klasse 36: Bearbeitung von Zahlungen mit Kundenkarten; Abwicklung der mittels Kundenkarten getätigten Zahlungen; Kundenfinanzierung; Ausgabe von Wertmarken für Kundenbindungspro-

gramme; Gewähren verschiedener Zahlungsmöglichkeiten mittels kundenbetätigter elektronischer Terminals in Einzelhandelsgeschäften [Finanzdienstleistungen]; Bargeldausgabe durch kundenbediente Automaten; Online-Banking; Dienstleistungen des elektronischen Bankings; Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung bezüglich Investment-Banking; Home Banking; Ausgabe von Telefonkarten; Telebanking; Über das Internet und Telefon bereitgestellte Finanzdienstleistungen; Finanzdienstleistungen per Telefon und über ein weltweites Computernetz oder das Internet; Zahlungsdienstleistungen mittels drahtloser Telekommunikationsapparate und -geräte; Bankdienstleistungen für die telefonische Bezahlung von Rechnungen; Elektronischer Kapitaltransfer mittels Telekommunikation; Erteilen von telefonischen Auskünften über Bankkonten; Kreditvergabe; Kreditberatung; Vermitteln von Kreditversicherungen; Vermittlung von Versicherungen von Kreditrisiken; Vermittlung von Versicherungen von Kreditrisiken [Factoring]; Ausgabe von Reiseschecks und Kreditbriefen; Finanzieren von Kreditkäufen; Verwaltung von Krediten; Ausgabe von Kredit- und Debitkarten; Finanzdienstleistungen für die Verwaltung von Kreditkarten; Dienstleistungen auf dem Gebiet des Kreditkartenmanagements; Dienstleistungen im Zusammenhang mit Kredit- und Geldkarten; Finanzielle Bonitätsprüfung und Kreditauskünfte; Kreditbewertung; Projektfinanzierung; Dienstleistungen in Bezug auf Risiko- und Projektkapitalanlagen;

Klasse 38: Telefondienste; Telekommunikationsberatungsdienstleistungen; Computergestützte Telefonie; Telefonische Informationsübertragung; Bereitstellung eines Telekommunikationszugangs zu On-Demand-Fernsehsendungen; Computerge-

stützte Erteilung von Auskünften über Telefonverzeichnisse; Bereitstellung eines Telekommunikationszugangs zu Audio-dateien im Internet; Netzkopplungsdienste für die Telekom-munikation; Kommunikationsdienste mittels Telefonkarten oder Kreditkarten.

Mit Beschluss vom 14. November 2017 hat die Markenstelle für Klasse 38 des DPMA die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und Freihaltebe-dürftigkeit gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, das Anmeldezeichen setze sich zusammen aus dem Adverb „PLUS“, das „etwas Zusätzliches“ bedeute und als Angabe für besondere oder verbesserte Eigenschaften oder zusätzliche Vorteile aufgefasst werde, und der Sachangabe „CARD“ im Sinne von „Karte“. Die angesprochenen Verkehrskreise verstünden das Zeichen daher nur als beschreibenden Sachhin-weis, dass die beanspruchten Dienstleistungen über eine Karte angeboten, ver-mittelt, abgerechnet oder verwaltet würden und ein Mehr an Inhalt, Leistung oder Neuerungen böten. Das Anmeldezeichen sei somit geeignet, auf die Art, Bestim-mung und die Inhalte der beanspruchten Dienstleistungen hinzuweisen, aber ver-mittle keinen Hinweis auf deren betriebliche Herkunft.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie ist der Ansicht, der Begriff „PLUSCARD“ sei insbesondere für das Kreditkartenprocessing, also die Zahlungsabwicklung bei Kreditkartenzahlungen, keine beschreibende Angabe. Als exklusive Erbringerin dieser Dienstleistung im Sparkassenumfeld besitze sie eine gewisse Bekanntheit. Die Bezeichnung „PLUSCARD“ tauche monatlich auf jeder ihrer Kreditkartenabrechnungen sowie bei der Registrierung in der von ihr ange-botenen App S-ID, einem sogenannten 3-D Secure-Sicherheitsverfahren für Spar-kassenkreditkarten, und in einem Sparkassenflyer auf.

Mit gerichtlichem Schreiben vom 23. August 2018 unter Beifügung zahlreicher Re-cherchebelege (Anlagenkonvolute 1 bis 7, Bl. 69 – 90 GA) ist die Beschwerdefüh-

rerin darauf hingewiesen worden, dass das angemeldete Wortzeichen für die unter Gliederungsziffer 3. e) des Schreibens aufgeführten Dienstleistungen der Klasse 35 „*Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge*“ und der Klasse 36 „*Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung bezüglich Investment-Banking; Erteilen von telefonischen Auskünften über Bankkonten; Projektfinanzierung; Dienstleistungen in Bezug auf Risiko- und Projektkapitalanlagen*“ als schutzfähig angesehen werde, die Beschwerde im Übrigen aber keine Aussicht auf Erfolg habe. Am Ende dieses Schreibens ist der Beschwerdeführerin vorgeschlagen worden, das Dienstleistungsverzeichnis entsprechend zu beschränken und im Übrigen die Anmeldung bzw. Beschwerde zurückzunehmen.

Daraufhin hat die Beschwerdeführerin mit Schriftsatz vom 9. Oktober 2018, bei Gericht eingegangen an demselben Tag, erklärt, dass sie dem Vorschlag des Gerichts zustimme und das Dienstleistungsverzeichnis „auf die unter 3 e aufgezählten Dienstleistungen: Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung bezüglich Investment-Banking; Erteilen von telefonischen Auskünften über Bankkonten; Projektfinanzierung; Dienstleistungen in Bezug auf Risiko- und Projektkapitalanlagen“ beschränke und die „Anmeldung bzw. die Beschwerde“ im Übrigen zurücknehme.

Mit Schriftsatz vom 15. Oktober 2018, ebenfalls bei Gericht eingegangen an demselben Tag, hat sie klargestellt, dass ihr Schriftsatz vom 9. Oktober 2018 so zu verstehen sei, dass die Beschränkung nicht die vom erkennenden Gericht als schutzfähig eingestufte Dienstleistung der Klasse 35 „*Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge*“ betreffe und ein entsprechend ergänztes Verzeichnis vorgelegt.

Sie beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 14. November 2017 aufzuheben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen der

Klasse 35: Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge;

Klasse 36: Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung bezüglich Investment-Banking; Erteilen von telefonischen Auskünften über Bankkonten; Projektfinanzierung; Dienstleistungen in Bezug auf Risiko- und Projektkapitalanlagen

zurückgewiesen worden ist.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach §§ 64 Abs. 6, 66 Abs. 1 MarkenG statthafte Beschwerde ist zulässig und nach Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses im tenorierten Umfang begründet.

1. Gegenstand der Beschwerde sind nur noch die zurückgewiesenen Dienstleistungen der Klasse 35 „*Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge*“ und der Klasse 36 „*Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung bezüglich Investment-Banking; Erteilen von telefonischen Auskünften über Bankkonten; Projektfinanzierung; Dienstleistungen in Bezug auf Risiko- und*

Projektkapitalanlagen“. Hinsichtlich aller anderen Dienstleistungen der Klassen 35, 36 und 38 hat die Beschwerdeführerin die Anmeldung wirksam gemäß § 39 Abs. 1 MarkenG zurückgenommen.

a) Soweit sie die „Anmeldung bzw. die Beschwerde“ zurückgenommen hat, war diese Erklärung nach dem Meistbegünstigungsprinzip dahingehend auszulegen, dass nur die teilweise Rücknahme der Anmeldung gewollt war. Denn mit der Zurücknahme der Anmeldung für alle Dienstleistungen mit Ausnahme der tenorierten wird der angefochtene Zurückweisungsbeschluss insoweit wirkungslos und im Markenregister wird nur die Zurücknahme vermerkt (§ 23 Abs. 2 Nr. 2 MarkenV), während bei Beschwerderücknahme der angefochtene Beschluss für die übrigen Dienstleistungen in Bestandskraft erwachsen und im Register auch der Zurückweisungsgrund veröffentlicht worden wäre (§ 23 Abs. 2 Nr. 1 MarkenV).

b) Auch wenn die Beschwerdeführerin in ihrem Schriftsatz vom 9. Oktober 2018 bei der Erklärung der Beschränkung ihres Dienstleistungsverzeichnisses die Dienstleistung der Klasse 35 *„Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge“* nicht ausdrücklich aufgeführt hat, ist sie Gegenstand der Beschwerde geblieben.

Denn die im Schriftsatz vom 9. Oktober 2018 abgegebene Erklärung kann nur dahingehend ausgelegt werden, dass die Anmelderin ihr Dienstleistungsverzeichnis nicht nur für die ausdrücklich aufgeführten Dienstleistungen der Klasse 36, sondern auch für diejenige Dienstleistung der Klasse 35 aufrechterhalten wollte, die im gerichtlichen Hinweis vom 23. August 2018 als schutzfähig beurteilt worden war.

aa) Unter Gliederungsziffer 3. e) des gerichtlichen Schreibens vom 23. August 2018 war die Beschwerdeführerin darauf hingewiesen worden, dass das angemeldete Wortzeichen für die Dienstleistungen der Klasse 35 *„Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge“* und der Klasse 36

„Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung bezüglich Investment-Banking; Erteilen von telefonischen Auskünften über Bankkonten; Projektfinanzierung; Dienstleistungen in Bezug auf Risiko- und Projektkapitalanlagen“ als schutzfähig angesehen werde, während die Beschwerde im Übrigen keine Aussicht auf Erfolg habe. Am Ende dieses Schreibens hatte das Gericht der Beschwerdeführerin vorgeschlagen, das Dienstleistungsverzeichnis entsprechend zu beschränken und im Übrigen die Anmeldung bzw. Beschwerde zurückzunehmen.

Daraufhin hat die Beschwerdeführerin mit Schriftsatz vom 9. Oktober 2018 erklärt, dass sie dem Vorschlag des Gerichts zustimme und das Dienstleistungsverzeichnis „auf die unter 3 e aufgezählten Dienstleistungen: Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung bezüglich Investment-Banking; Erteilen von telefonischen Auskünften über Bankkonten; Projektfinanzierung; Dienstleistungen in Bezug auf Risiko- und Projektkapitalanlagen“ beschränke und die „Anmeldung bzw. die Beschwerde“ im Übrigen zurücknehme.

Durch die ausdrücklich erklärte Zustimmung zum Vorschlag des Gerichts unter gleichzeitiger Bezugnahme auf Ziffer 3 e des gerichtlichen Schreibens ist eindeutig gewesen, dass die Beschwerdeführerin ihr Dienstleistungsverzeichnis auf diejenigen Dienstleistungen beschränken wollte, für die das Gericht eine Schutzfähigkeit des Anmeldezeichens angenommen hatte. Das war daher auch die anschließend nicht noch einmal aufgeführte Dienstleistung der Klasse 35 „Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge“. Das Fehlen dieser Dienstleistung beruhte somit offensichtlich auf einem Versehen. Der Schriftsatz vom 9. Oktober 2018 kann daher nur dahingehend ausgelegt werden, dass eine Beschränkung des Verzeichnisses auf die vom Gericht vorgeschlagenen, tenorierten Dienstleistungen erklärt worden ist.

bb) Selbst wenn man aber wegen der Widersprüchlichkeit dieses Schriftsatzes von keiner wirksamen Beschränkung ausgehen wollte, ist diese spätestens mit dem Schriftsatz vom 15. Oktober 2018 vorgenommen worden, in dem die Anmel-

derin klargestellt hat, dass ihr Schriftsatz vom 9. Oktober 2018 so zu verstehen sei, dass die Beschränkung nicht die vom erkennenden Gericht als schutzfähig eingestufte Dienstleistung der Klasse 35 „*Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge*“ betreffe, und ein entsprechend ergänztes Verzeichnis vorgelegt hat.

2. Der Eintragung des Anmeldezeichens für die verbleibenden Dienstleistungen der Klassen 35 und 36 stehen keine Schutzhindernisse entgegen, insbesondere fehlt es dem Zeichen nicht an der erforderlichen Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

a) Unterscheidungskraft im Sinne von § 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 oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2015, 1198 Rdnr. 59 f. – Nestlé/Cadbury [Kit Kat]; BGH GRUR 2018, 932 Rdnr. 7 – #darferdas?; GRUR 2018, 301 Rdnr. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rdnr. 9 – OUI). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2010, 228 Rdnr. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. – OUI). 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. – Pippi-Langstrumpf-Marke). 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 a. a. O. Rdnr. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke).

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; BGH GRUR 2014, 376 Rdnr. 11 – grill meister).

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 a. a. O. Rdnr. 8 – #darferdas?; GRUR 2012, 270 Rdnr. 11 – Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache 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 a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. Rdnr. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rdnr. 21 – Gute Laune Drops). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die beanspruchte Ware oder Dienstleistung zwar selbst nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt ohne Weiteres erfasst und in der Bezeichnung kein Unterscheidungsmittel für deren Herkunft sieht (BGH a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke). 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; BGH GRUR 2014, 569 Rdnr. 18 – HOT); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Be-

griffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe jedoch dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH MarkenR 2007, 204 Rdnr. 77 f. – CELLTECH; BGH GRUR 2014, 1204 Rdnr. 16 – DüsseldorfCongress).

b) Diesen Anforderungen genügt das Wortzeichen „**PLUSCARD**“, weil es weder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt noch einen engen beschreibenden Bezug zu den noch beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen der Klassen 35 und 36 aufweist.

aa) Die von den in Rede stehenden Dienstleistungen angesprochenen Verkehrskreise sind sowohl Unternehmer und Angehörige der unternehmerischen Führungsebene als auch der normal informierte, angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher.

bb) Das Anmeldezeichen setzt sich zusammen aus den beiden Bestandteilen „PLUS“ und „CARD“.

aaa) Das ursprünglich aus der lateinischen Sprache als Komparativ von „multus“ mit der Bedeutung „mehr“ stammende Wort „plus“ ist in die deutsche Sprache eingegangen und hat als Substantiv die Bedeutungen „Überschuss, Vorteil, Vorzug, Positivum, Pluspunkt“. Die Präposition „plus“ bedeutet „zuzüglich“ oder „drückt aus, dass etwas um eine bestimmte Summe o. Ä. vermehrt ist“ (www.duden.de, s. Anlage 1 zum gerichtlichen Hinweis). Das Wort „Plus“ zählt zudem als gängige Anpreisung und Qualitätsberühmung in den unterschiedlichsten Waren- und Dienstleistungsbereichen zum elementaren Grundwortschatz der Werbesprache im Sinne eines irgendwie gearteten, positiven Überschusses oder zusätzlichen Vorteils bzw. im Sinne eines „Mehr an Qualität oder Komfort“ im Vergleich zum üblichen Standard, den die jeweiligen Waren oder Dienstleistungen bieten (BPatG

28 W (pat) 543/13 - PRIMUS PLUS; 29 W (pat) 510/13 – Schweizer Kreuz; 30 W (pat) 510/12 – Angio-Plus-Therapie; 28 W (pat) 529/12 – EcoPlus; 25 W (pat) 522/14 – maxSparplus; 28 W (pat) 503/10 – Premium PLUS+; 28 W (pat) 2/10 – Naturplus; 26 W (pat) 81/07 – FRUTA PLUS; 33 W (pat) 47/04 – BUZPlus; 28 W (pat) 296/03 – Plus; 30 W (pat) 70/10 – be Well energy+; 28 W (pat) 503/10 – Premium PLUS+; 24 W (pat) 51/04 – PROTECTION PLUS; 25 W (pat) 310/03 – medizin plus; 29 W (pat) 38/11 – FairGasPlus; 29 W (pat) 144/10 – Fairplus). Der Verbraucher kennt „plus“ im Zusammenhang mit vielfältigen Produkten und Dienstleistungen daher als allgemeinen Hinweis darauf, dass hierbei ein „mehr“ an Inhalt, Leistungen oder Neuerungen geboten wird.

bbb) Das Substantiv „card“ für „Karte“ gehört zum englischen Grundwortschatz (Grund- und Aufbauwortschatz Englisch, 2. Aufl. 1977, Verlag Ernst Klett, Stuttgart, S. 27) und hat Aufnahme in den deutschen Sprachgebrauch gefunden. Der Verkehr ist mittlerweile an eine Vielzahl vergleichbar gebildeter Bezeichnungen mit dem Begriff „card“ und einem vorangestellten, den Einsatzbereich der „card“ bezeichnenden Zusatz wie z. B. Smartcard, Creditcard, Bahncard, Eurocard, Paycard usw. gewöhnt. Damit werden im Allgemeinen Magnet- und/oder Chipkarten bezeichnet, die verschiedene Funktionen oder Einsatzgebiete aufweisen können. Darunter fallen neben Berechtigungs-, Kredit-, Zahlungs- oder Kundenkartenfunktionen vor allem auch Informations- und Servicefunktionen, mit deren Hilfe Dienstleistungen in Anspruch genommen werden können (BPatG 30 W (pat) 10/14 – FAHRSCHULCARD; s. auch Anlage 2 zum gerichtlichen Hinweis).

ccc) In seiner Gesamtheit kommt dem Anmeldezeichen „PLUSCARD“ die Bedeutung „Vorteilskarte“ oder „Vorzugskarte“ zu. Darunter versteht der Verkehr eine (Eintritts-)Karte für zahlreiche exklusive Vorteile, wie z. B. Sonderrabatte, Preisvorteile oder andere günstige Angebote, weil eine Vielzahl von Unternehmen, wie z. B. Baumärkte, Supermärkte, Möbel-, Auto- oder Modehäuser sowie private

Krankenversicherungen, ihren Kunden solche Vorteilskarten anbieten (s. Anlagen zum Beanstandungsbescheid vom 18. Juli 2017, Bl. 53 – 60 GA). Auch Kreditkarten können über integrierte Bonusprogramme, wie z. B. Rabatte oder Flugmeilen, und Zusatzleistungen, wie z. B. eine Reiserücktrittversicherung, verfügen (s. Anlage 4 zum gerichtlichen Hinweis).

cc) Aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise enthält das um Schutz nachsuchende Wortzeichen über die noch beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 35 und 36 „*Beratung in Bezug auf die Kalkulation von Kosten für Kundenaufträge; Zurverfügungstellen von Informationen und Beratung bezüglich Investment-Banking; Erteilen von telefonischen Auskünften über Bankkonten Projektfinanzierung; Dienstleistungen in Bezug auf Risiko- und Projektkapitalanlagen*“ aber weder eine Sach- noch eine Werbeaussage dienstleistungsbezogener Art, noch stellt es einen engen beschreibenden Bezug zu ihnen her.

Denn insoweit handelt es sich um spezielle, überwiegend zeitintensive Auskunft- und Beratungsdienstleistungen, die von Unternehmensberatungen oder Kreditinstituten erbracht werden und bei denen es absolut unüblich ist, dass sie mittels einer Vorteils- oder Vorzugskarte in Anspruch genommen oder bezahlt werden können oder dass mit Sonderrabatten oder anderen exklusiven Vorteilen für deren Inanspruchnahme geworben wird.

3. Wegen der fehlenden Eignung des Wortzeichens zur unmittelbaren Beschreibung der noch beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen kann auch ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht bejaht werden.

Kortge

Jacobi

Schödel

prä