

# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 49/02

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
3. Dezember 2002

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 301 42 114.5

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 3. Dezember 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Guth und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

ist für die Dienstleistungen

"Rechtsberatung, Zurverfügungstellen von Rechtsinformationen"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung durch Beschluß eines Beamten des gehobenen Dienstes gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 u 2 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, die angemeldete Marke stelle lediglich einen Sachhinweis bezüglich der Dienstleistungen eines Anwalts dar, welche online, insbesondere im Internet, erbracht würden. Aufgrund der zunehmenden Bedeutung des Internet sei es nachvollziehbar, daß auch die Berufsgruppe der Anwälte ihre Dienste über elektronische Netze anbieten und erbringen. Die Ergebnisse einer Internet-Recherche belegten, daß Bezeich-

nungen wie "AnwaltOnline" oder "JuristOnline" bereits üblich seien. Die Marke diene daher zur schlagwortartigen Bezeichnung der Art des Anbieters sowie der beanspruchten Dienstleistungen, weshalb die Mitbewerber ein schützenswertes Interesse an der Verwendung der angemeldeten Bezeichnung hätten. Als unmittelbar beschreibender Angabe fehle der Marke auch die Unterscheidungskraft. Die im Verkehr übliche graphische Gestaltung, die lediglich aus einem in grauen Linien gehaltenen Hintergrund bestehe, sei nicht geeignet, die Unterscheidbarkeit der beanspruchten Dienstleistungen nach ihrer Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen zu gewährleisten.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelder. Sie machen im wesentlichen geltend, daß die angemeldete Marke sowohl unterscheidungskräftig als auch nicht freihaltebedürftig sei. Die Marke beschreibe zutreffend und damit unterscheidungskräftig die angemeldeten Dienstleistungen als anwaltliche Beratungstätigkeit, die im bzw über das Internet angeboten werde. Die Unterscheidungskraft des Wortbestandteils ergebe sich im übrigen schon aus der orthographischen Unregelmäßigkeit, da die deutsche Sprache für die Bezeichnung eines online tätigen Anwalts prinzipiell die Wortfolge "Online-Anwalt" vorgebe. Letztlich entscheidend sei aber die graphische Gestaltung der Wortbildmarke, die ihr in ihrer Gesamtheit Unterscheidungskraft verleihe. Dabei komme es nicht auf die zu den Akten eingereichte Kopie an, sondern auf das graphische Bild, wie es im Netz erscheine. Die beiden Wortbestandteile seien zu einem einheitlichen Wort zusammengefügt, wobei jeder Teil mit einem großen Anfangsbuchstaben beginne und es sich auch bei den übrigen Buchstaben um Großbuchstaben handle. Die Buchstaben neigten sich schräg und würfen Schatten, der Hintergrund werde durch vertikale schwarz-weiße leicht unregelmäßige Zeilen geprägt. An der konkreten graphischen Gestaltung der Wortbildmarke bestehe auch kein Freihaltebedürfnis. Die Marke "ANWALTONLINE" habe sich außerdem bei den beteiligten Verkehrskreisen, dh allen an einer Beratung oder Rechtsauskunft interessierten Internet-Usern, durchgesetzt. Die Web-Seite "ANWALTONLINE" werde monatlich von über 150 000 Internet-Usern aufgesucht, die tätigen Anwälte wickelten durchschnittlich pro Tag

fünf Beratungsanfragen ab. Im April 2002 seien schon 2 661 956 Seitenaufrufe erfolgt. Auch eine beigefügte Google-Suche, nach der die ersten 210 Treffer des Suchbegriffs "anwaltonline" auf das Angebot der Anmelder hinwiesen, belege die Verkehrsdurchsetzung.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die nach § 165 Abs 4 und 5 Nr 1 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Nach Auffassung des Senats ist die angemeldete Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesenen (§ 37 Abs 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist 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. Keine Unterscheidungskraft besitzen ua solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Außerdem ist zu berücksichtigen, daß der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen idR so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer näheren analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl ua BGH GRUR 1999, 1093, 1094 "FOR YOU"; MarkenR 2000, 420, 421 "RATIONAL SOFTWARE CORPORATION"; BLPmZ 2000, 163, 164 "Partner with the Best"; GRUR 2001, 1151, 1152 "marktfrisch"). Danach fehlt der angemeldeten Marke die erforderliche Unterscheidungseignung.

Wie die Anmelder selbst ausführen, beschreiben die Worte "ANWALT ONLINE" die von der Marke beanspruchten Dienstleistungen "Rechtsberatung" und "Zurverfügungstellen von Rechtsinformationen" naheliegend und für jedermann verständlich als solche, die von einem Anwalt online, also im oder über das Internet angeboten werden. Damit erschöpft sich die Bedeutung der Wortkombination in einem für die beanspruchten Dienstleistungen klar im Vordergrund stehenden reinen Sachhinweis.

Die Wortzusammenstellung ist auch orthographisch nicht ungewöhnlich, da das Wort "online" häufig einem Begriff nachgestellt wird, zum Hinweis darauf, daß jemand oder etwas mit dem Internet in Verbindung steht. Vergleiche hierzu die den Anmeldern übersandte Internet-Recherche (Google-Suche) des Senats zu dem Suchbegriff "online", insbesondere die Treffer "bildung online", "Vorarlberg Online", "Lehrer-Online", "akademiker-online", "Archäologie Online", "jesus-online" sowie auf der Internet-Seite [home.t-online.de/home/frank.schellinger/jurlinks\\_09.htm](http://home.t-online.de/home/frank.schellinger/jurlinks_09.htm) die Abschnittsüberschrift "9. Anwälte Online", unter der eine Linkliste von Anwälten mit Internetadresse aufgeführt ist. Daß daneben auch noch andere Wortzusammensetzungen mit dem gleichen oder einem ähnlichen Begriffsinhalt möglich sind, wie die von den Anmeldern genannte Wortkombination "Online-Anwalt", ändert nichts an der sprachgemäßen Bildung der hier in Rede stehenden Wortzusammensetzung.

Weiterhin sind die beiden Wörter "ANWALT ONLINE" in der Marke zwar rein formal betrachtet ohne Tastenabstand und insoweit orthographisch unrichtig zusammengeschrieben. Durch die vergrößerten Anfangsbuchstaben "A" und "O" entsteht jedoch bei zwangloser, nicht analysierender Betrachtung optisch eindeutig der Eindruck zweier getrennter Wörter. Eine - rein formale - sprachliche Unregelmäßigkeit tritt für den Verkehr nicht hinreichend wahrnehmbar zu Tage, um als ein eigentümliches kennzeichnendes Merkmal der Marke aufgefaßt werden zu können.

Der Mangel an Unterscheidungskraft wird schließlich auch nicht durch die sonstige graphische Gestaltung der Wortkombination überwunden.

Auszugehen ist dabei von der mit der Anmeldung eingereichten graphischen Wiedergabe der Wortbildmarke und nicht von der etwaigen Benutzungsform bzw Wiedergabe im Internet. Denn Gegenstand des registerrechtlichen Markenschutzes ist die Wiedergabe der Marke, die gemäß §§ 32 Abs 2 Nr 2, 33 Abs 1 MarkenG eine zwingend erforderliche Voraussetzung für eine rechtswirksame, einen Anmeldetag begründende Markenmeldung darstellt. Allein anhand dieses - bei Wortbildmarken in Form einer graphischen Markenwiedergabe (§ 8 Abs 1 MarkenV) - am Anmeldetag hinterlegten Schutzgegenstandes beurteilt sich daher, in Verbindung mit den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen, die Schutzfähigkeit nach § 8 MarkenG (vgl auch BPatG GRUR 2002, 163 "BIC-Kugelschreiber").

Zwar kann einer Wortbildmarke, unbeschadet der fehlenden Unterscheidungskraft der Wortelemente, als Gesamtheit die Unterscheidungskraft zugesprochen werden, wenn die graphischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (vgl BGH GRUR 1991, 136, 137 "NEW MAN"). Dabei vermögen allerdings einfache graphische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbildes, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebensowenig aufzuwiegen, wie derartige einfache graphische Gestaltungselemente auch für sich wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht als Marke eingetragen werden können (vgl BGH MarkenR 2001, 207 "Jeanshentasche"; GRUR 2001, 413, 415 "SWATCH"; GRUR 2001, 1153 "anti KALK"). Bei den vorliegend zu beurteilenden Gestaltungselementen, den minimal schrägen Drucklettern, die eine leichte Schattierung aufweisen, den jeweils vergrößerten Anfangsbuchstaben "A" und "O" sowie dem mit horizontalen grauen Linien schraffierten Untergrund, handelt es sich lediglich um eine solchermaßen einfache, werbeübliche graphische Gestaltung des Schriftzuges. So stellen die größenmäßige Hervorhebung einzelner Buchstaben, auch bei durchgängiger Schreibweise in Versalien, sowie die Verwendung schattierter Schrifttypen gängige graphische Stilmittel bei der Ausgestaltung und optischen Hervorhebung produktbeschreibender Angaben dar. Entsprechendes gilt für eine Schraffur als einer allgemein übli-

chen Methode zur Unterlegung und Hervorhebung von Worten. Insbesondere im Hinblick auf den glatt beschreibenden Charakter des Wortbestandteils "ANWALT ONLINE" hätte es individuellerer und auffallenderer graphischer Elemente bedurft, damit sich die angemeldete Marke dem Verkehr als Herkunftshinweis einprägt (vgl. BGH aaO "anti KALK").

Aus den dargelegten Gründen ist die angemeldete Marke bereits wegen fehlender Unterscheidungskraft von der Eintragung ausgeschlossen. Die Frage, ob darüber hinaus auch das absolute Schutzhindernis einer beschreibenden freihaltebedürftigen Angabe iSd § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG vorliegt, kann daher dahingestellt bleiben.

Soweit sich die Anmelder auf eine Verkehrsdurchsetzung ihrer Marke nach § 8 Abs 3 MarkenG berufen, fehlt es an einem hinreichend schlüssigen Vortrag und an geeigneten Unterlagen, welche die Möglichkeit, daß sich die Marke in den beteiligten Verkehrskreisen durchgesetzt hat, hinreichend glaubhaft machen könnten.

Zunächst lassen sich die beteiligten Verkehrskreise nach der objektiven Fassung des Dienstleistungsverzeichnisses, welches keine Beschränkung etwa auf "Online-Rechtsberatung im Internet" oder "Zurverfügungstellen von Rechtsinformationen im Internet" enthält, nicht auf rechtsberatungssuchende Internet-Nutzer begrenzen. Vielmehr ist von den breiten Verkehrskreisen aller potentiellen Rechtsratsuchenden auszugehen. Weiterhin ist die Häufigkeit der Aufrufe der Internet-Seite der Anmelder kein aussagekräftiges Indiz für die Verkehrsbekanntheit der angemeldeten Wortbildmarke als ein auf die Herkunft der fraglichen Dienstleistungen aus dem Unternehmen der Anmelder hinweisendes Kennzeichen. Gerade im Hinblick auf den glatt beschreibenden Charakter der Markennote "ANWALT ONLINE" kann die relativ große Zahl der Seitenaufrufe auch durch die Eingabe dieser Worte als rein sachliches Suchkriterium bedingt sein. Im übrigen läßt sich auch durch eine geschickte Platzierung von Meta-Tags die Häufigkeit des Seitenaufrufs beeinflussen, insbesondere an welcher Stelle und wie häufig eine Seite

von den Suchmaschinen angezeigt wird. Demgegenüber weist die relativ geringe Zahl von fünf Beratungsabwicklungen pro Tag nicht darauf hin, daß das Unternehmen der Anmelder eine bundesweite Geschäftstätigkeit größeren Umfangs entfaltet. Der Senat sieht daher keine Veranlassung für die Einleitung eines förmlichen Verkehrsdurchsetzungsverfahrens.

Dr. Ströbele

Guth

Kirschneck

Bb

Abb. 1

