

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 147/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 69 133.9

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. September 2002 unter Mitwirkung des Richters v. Zglinitzki als Vorsitzendem, der Richterin Dr. Hock und des Richters k.A. Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Das Deutsche Patent- und Markenamt hat die Anmeldung der Wortmarke

e-ratingservice

für die Dienstleistungen:

„Finanzwesen (Klasse 36); Geschäftsführung (Klasse 35); Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung (Klasse 42)“

durch Beschluß der Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 11. März 2002 gemäß §§ 8 Abs 2 Nr 2 und 1, 37 Abs 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft sowie wegen eines Freihaltungsbedürfnisses an einer beschreibenden Angabe zurückgewiesen. Die Markenstelle hat ausgeführt, daß die angemeldete Marke die beanspruchten Dienstleistungen dahingehend beschreibe, daß diese einen Service zur Erstellung von Gutachten hinsichtlich der bonitätsmäßig skalierten Einstufungen von Schuldner bzw Unternehmen böten oder diesen insbesondere ihrer Realisierung und Durchführung zu dienen bestimmt seien. Die Voranstellung des Buchstaben „e“ mittels Bindestrich modifiziere diesen beschreibenden Gehalt weiter dahingehend, daß dieser Service elektronisch - also Online - angeboten werde.

Mit ihrer Beschwerde gegen diese Entscheidung beantragt die Anmelderin sinngemäß,

den angefochtenen Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

Sie trägt vor, daß es sein möge, daß die einzelnen Begriffe der angemeldeten Marke für sich alleine gesehen beschreibende Angaben darstellten. Die Kombination der Begriffe sei jedoch eine völlige Neuschöpfung, welche keineswegs unmittelbar verständlich sei. Unter Hinweis auf die Entscheidung des BGH vom 22.9.1999 (I ZR 50/97 - FACTS) trägt sie vor, daß gerade in dem sich neu entwickelnden „rating-Markt“ eine Vielzahl von Bezeichnungen benutzt werde, die den Begriff „rating“ oder Wortkombinationen mit diesem Begriff enthielten. Es handle es sich um einen Markt, der seiner Natur nach zur Bezeichnung der angebotenen Leistungen mehr oder weniger farblose Gattungsbezeichnungen mit dem Wortbestandteil „rating“ verwenden müsse, damit das Publikum sofort erkennen könne, in welchem Bereich die Leistung angeboten werde. Gemäß der zitierten Entscheidung des BGH seien in einem solchen Markt nur geringe Anforderungen an die Unterscheidungskraft der Marke zu stellen.

Im übrigen habe das Deutsche Patent- und Markenamt verschiedene Marken mit dem Bestandteil „rating“ oder sogar „e.rating“ eingetragen, was ebenfalls für eine Schutzfähigkeit der Marke spreche.

Der Senat hat die Anmelderin mit Zwischenbescheid vom 14. August 2002 unter Übersendung von Ermittlungsunterlagen auf die Bedenken hinsichtlich der Erfolgsaussichten der Beschwerde hingewiesen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet.

Nach Auffassung des Senats fehlt der angemeldeten Marke jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG, so daß die Markenstelle

des Patentamts die Anmeldung im Ergebnis zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen hat.

Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft als der einer Marke innewohnenden konkreten Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden, ist zwar grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (stRspr vgl BGH WRP 2001, 1082 - marktfrisch; GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann demnach einer Wortmarke kein für die beanspruchten Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß ihr die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (stRspr BGH aaO - marktfrisch; BGH GRUR 1999, 1089 - YES).

Das angemeldete Zeichen setzt sich aus der Abkürzung „e“ sowie den Begriffen „rating“ und „service“ zusammen. Der Buchstabe „e“ ist dabei im Deutschen als Abkürzung für „elektronisch“ und im Englischen für „electronic“ gebräuchlich (vgl PONS, Fachwörterbuch Datenverarbeitung 1997, S 77; Computer Fachlexikon Microsoft Press, 2000, S 235) und allgemein geläufig, weil er in vielen Wortverbindungen vorkommt, in denen er auf elektronisch durchgeführte Tätigkeiten oder Vorgänge, die das Internet betreffen oder über das Internet erfolgen, hinweist, so etwa in den Begriffen „e-commerce“, „e-banking“, „e-money“, „e-mail“ oder „e-business“ (so zB auch 33 W (pat) 128/01 - e-procure).

Das aus dem Englischen stammende Wort „rating“ wird mit „Schätzung“, „Bewertung“ oder auch „Beurteilung“ übersetzt (Langenscheidts Handwörterbuch Englisch-Deutsch, 1999, S 522). Im Zusammenhang mit den angemeldeten Finanzdienstleistungen der Klasse 36 und den ihrer Durchführung dienenden weiteren Dienstleistungen der Klassen 35 und 42 hat „rating“ den engeren Begriffsinhalt „Bewertung von Unternehmen“ hinsichtlich ihrer Bonität (vgl z.B. www.ratingaktuell-news.de - auf dieser Internetseite wird die Fachzeitschrift „Ratingaktuell“ beworben; ähnlich beispielsweise www.ratingmanagement.de“).

Zur berücksichtigen ist zwar, wie die Anmelderin zu Recht vorträgt, daß der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit all seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt ohne es einer zergliedernden Betrachtungsweise zu unterziehen, so daß bei aus mehreren Wörtern bestehenden Marken das Vorliegen des Schutzhindernisses nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG für die Wortfolge in ihrer Gesamtheit festzustellen ist (MarkenR 2000, 420, 421 - Rational Software Corporation). Das Gesamtzeichen hat aber im vorliegenden Fall für die angesprochenen Verkehrskreise - hier neben spezialisierten Fachkreisen auch das interessierte allgemeine Publikum - bezogen auf die angemeldeten Dienstleistungen einen rein beschreibenden Begriffsinhalt. Als Synonym für Erbringung von „Rating-Dienstleistungen“ über das Internet ist „e-rating“ ein gebräuchlicher Gesamtbegriff (vgl bspw. www.vhk-herford.de; www.piepenbring.de; www.abitepos.net). Zusammen mit dem in den deutschen Sprachgebrauch eingegangenen Begriff „Service“ bringt das Gesamtzeichen ohne weiteres klar verständlich zum Ausdruck, daß die Anmelderin ihre Dienstleistungen auf dem Gebiet "Rating" über das Internet anbietet. Eine interpretationsbedürftige Mehrdeutigkeit der Anmeldemarke liegt somit nicht vor. Die vom BGH als ausreichend erachteten geringen Anforderungen an die Unterscheidungskraft erfüllt das angemeldete Gesamtzeichen daher nicht.

Die Anmelderin kann sich zur Frage der Schutzfähigkeit schließlich nicht auf eingetragene Drittzeichen berufen. Selbst eine Reihe von Eintragungen gleicher oder ähnlicher Marken - die Anmelderin beruft sich jedoch nur auf Marken mit den Bestandteilen „rating“ bzw „e-rating“ - kann nicht zu einer Selbstbindung des Deutschen Patent- und Markenamts führen und ist erst Recht für das Bundespatentgericht unverbindlich (BGH GRUR 1989, 420 - K-SÜD).

Der Senat neigt im übrigen zur Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses an dem beschreibenden Gesamtbegriff „e-ratingservice“, was hier jedoch keiner abschließenden Beurteilung mehr bedarf.

v. Zglinitzki

Kätker

Dr. Hock

CI