



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 116/01

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 300 71 171**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. April 2003 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker, sowie des Richters Voit und der Richterin k.A. Fink

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Markeninhaberin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 22. März 2001 aufgehoben.

### **Gründe**

#### **I.**

Zur farbigen Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Marke

siehe Abb. 1 am Ende

für die Waren und Dienstleistungen

"Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, insbesondere Teilnehmerendgeräte und deren Zubehör, nämlich Netzgeräte, Netzladegeräte, Akkumulatoren, Anschlusskabel, an Teilnehmerendgeräte angepasste Halterungen und Autohalterungen, Tragetaschen, Antennen; Datenverarbeitungsgeräte, Computer; SIM-Karten (Subscriber Identification Module); Sekretariatsdienste auf dem Telefonwege zu erbringende Dienstleistungen, nämlich Hoch-, Tief- und Ingenieurbau, Re-

paraturarbeiten an Bauwerken, Installation und Montage von Funk- und Fernmeldeeinrichtungen, Reparatur und Instandhaltung von Erzeugnissen der Elektrotechnik;  
Telekommunikation, insbesondere Mobilfunk; Betrieb eines Telekommunikationsnetzes, insbesondere Mobilfunknetzes; Nachrichtenübermittlung; Mehrwertdienste, nämlich Einrichtung eines Anrufbeantworters als Funktion eines zentralen Computers, einer Mailbox, Übermittlung von Kurznachrichten, Anrufweitschaltungen, Konferenzschaltungen;  
auf dem Telefonwege zu erbringende Dienstleistungen, nämlich Reisebürodienste;  
auf dem Telefonwege zu erbringende Dienstleistungen, nämlich Hotelreservierung, Wetterberichte; Bau- und Konstruktionsplanung, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, insbesondere der Telekommunikation; Vermietung von Datenverarbeitungsanlagen, insbesondere Telekommunikationsgeräten".

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes, besetzt mit einem Beamten des höheren Dienstes, hat die Anmeldung mit Beschluss vom 22. März 2001 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Begründet wurde der Beschluss damit, das Anmeldezeichen könne frei als "Qualitätspartner" übersetzt werden und erschöpfe sich daher in einer Werbeaussage, die auf Waren und Dienstleistungen unterschiedlicher Hersteller anwendbar sei. Infolge dessen weise das Zeichen nicht auf einen bestimmten Hersteller hin. Auch die graphische Gestaltung könne den Mangel an Unterscheidungskraft nicht überwinden, da es sich um einfachste graphische Gestaltungsmittel handle, wie sie in der Werbung häufig verwendet würden.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Begründet wird die Beschwerde im wesentlichen damit, der Wortbestandteil des Anmeldezeichens sei unterscheidungs-

kräftig und nicht freihaltebedürftig, da mehrere Deutungsmöglichkeiten denkbar seien. Im übrigen wird auf den Bildbestandteil und die Farbe der angemeldeten Marke hingewiesen.

Die Anmelderin beantragt,

den angegriffenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

## II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig und begründet. Das angemeldete Zeichen verfügt aufgrund seiner graphischen Ausgestaltung über die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft und seiner Eintragung steht auch kein Freihaltebedürfnis der Mitwerber gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 Marken entgegen.

Unterscheidungskraft in diesem Sinne ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solcher anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Bei der Prüfung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Jede noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, das Schutzhindernis zu überwinden. Besteht eine Marke aus mehreren Elementen, ist bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft von der Gesamtheit der Marke auszugehen. Dabei hat sich die Prüfung darauf zu erstrecken, ob die Marke als solche, jedenfalls mit einem ihrer Elemente, den geringen Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt (vgl BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK).

Zwar ist mit der Markenstelle davon auszugehen, dass der Verkehr erfahrungsgemäß in erster Linie die Wortbestandteile als Marke bestimmend wahrnimmt. Die

hier in Frage stehende Wortfolge "Quality Partner" genügt jedoch den geringen, an die Unterscheidungskraft zu stellenden Anforderungen, da sie keinen glatt beschreibenden Begriffsinhalt aufweist. Denn auch wenn davon auszugehen ist, dass die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise das angemeldete Zeichen mit "Qualitätspartner" übersetzen, liegt in dieser Übersetzung keine rein produkt- oder dienstleistungsbezogene Anpreisung der so gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen. In bezug auf die beanspruchten Waren ergibt "Quality-Partner" keinen beschreibenden Aussagegehalt, weil es hier in erster Linie personenbezogen verstanden wird und nichts über die Beschaffenheit der Waren ausdrückt. In bezug auf die Dienstleistungen wird die Wortfolge zwar personenbezogen verstanden, ist aber insoweit nicht glatt beschreibend, da aufgrund der begrifflichen Unschärfe verschiedene Deutungen möglich sind, die entweder auf die beanspruchten Dienstleistungen selbst abstellen oder aber auf die besondere Qualität des Erbringers dieser Dienstleistungen (vgl. BGH GRUR 2000, 323 – Partner with the Best). Da das Zeichen mit dem Worтеlement "Partner" aber auf Personen Bezug nimmt, liegt seine Unklarheit insbesondere darin, dass der Begriff "Qualität" überwiegend nicht auf Personen i.S.e. Eigenschaftsbeschreibung Anwendung findet. Man spricht von einem "Qualitätsgerät" oder "Qualitätsservice" aber nicht von einer "Qualitätsperson". Die korrekte und sprachübliche Bezeichnung dafür ist "Fachkraft" oder "qualifizierte bzw. geprüfte Fachkraft". Bei dieser Sachlage ist nicht davon auszugehen, dass der Wortfolge ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt für die Waren oder Dienstleistungen, auf die sich die Anmeldung bezieht, zugeordnet werden kann. Hinzu kommt die, wenn auch einfache graphische Ausgestaltung der Marke. Zwar vermag die einfache graphische Gestaltung oder Verzierung des Schriftbildes, an die sich der Verkehr durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebenso wenig aufzuwiegen, wie sie auch für sich genommen wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht als Marke eingetragen werden kann (vgl. BGH aaO - antiKALK). Andererseits tritt hier jedoch diese graphische Gestaltung zum Gesamteindruck der Worтеlemente hinzu, so dass insoweit die erforderliche - geringe – Unterscheidungskraft noch erreicht wird, zumal das Zeichen in seiner

Gesamtheit als selbständiges Bild anzusehen ist. Darin erschöpft sich aber auch sein Schutzgegenstand und entsprechend ist sein Schutzzumfang bemessen.

Der Eintragung des angemeldeten Zeichens in seiner konkreten Gestaltung steht auch nicht ein Freihaltebedürfnis im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen. Es ist zu berücksichtigen, dass es insoweit auf die Gesamtwirkung des Zeichens ankommt. Danach ist nicht ersichtlich, warum das angemeldete Zeichen in seiner Gesamtheit, also auch im Zusammenhang mit der graphischen Gestaltung, für Mitbewerber der Anmelderin freizuhalten wäre. Insbesondere ist hierbei zu berücksichtigen, dass der Eintragungsanspruch unter dem Gesichtspunkt des Schutzgegenstandes der Marke auf die gewählte konkrete Farbgestaltung festgelegt zu prüfen ist (vgl BPatG GRUR 1997, 283 – TAX FREE, zuletzt BPatG MarkenR 2002, 348 – Arzneimittelkapsel grün/creme). Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze ist daher weder ein gegenwärtiges noch ein zukünftiges Freihaltebedürfnis an dem angemeldeten Zeichen zu erkennen.

Grabrucker

Voit

Fink

Ko

Abb. 1

