



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 162/04

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Markenmeldung 303 22 791.5**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie der Richter Viereck und Kruppa in der Sitzung vom 12. Oktober 2005

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die am 7. Mai 2003 angemeldete Wortmarke

FinanzMBA

ist für folgende Waren und Dienstleistungen bestimmt:

- 9: Computerprogramme (soweit in Klasse 9 enthalten); mit Filmen, Daten und Programmen versehene Daten- und Magnetaufzeichnungsträger;
- 16: Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Druckereierzeugnisse, Bücher, Diplommurkunden;
- 41: Ausbildung, Weiterbildung, Unterricht; Durchführung von Seminaren, Vortragsveranstaltungen und Schulungen; Abnahme von Befähigungsprüfungen; Verleihung von Diplomen, Vermittlung und Durchführung von Unternehmenspraktika; Beratung bei der Durchführung von Lehrveranstaltungen und Seminaren; Erstellung und Gestaltung von Seminarunterlagen; Herausgabe von Druckereierzeugnissen und Büchern für Unterrichtszwecke; Beratung bei der Erstellung und Gestaltung von Seminarunterlagen.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung (der Internetausdrucke beige-

fügt waren, wonach MBA die Abkürzung für "Master of Business Administration" ist) mit Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes vom 2. Juni 2004 als nicht unterscheidungskräftig zurückgewiesen.

Die angemeldete Wortzusammensetzung weise darauf hin, dass es um Dienstleistungen gehe, die dem Abschluss als MBA (der inzwischen in den deutschen Sprachgebrauch eingegangenen Abkürzung für "Master of Business Administration") auf dem Gebiet des Finanzwesens dienen. "FinanzMBA" werde in gleicher Weise verstanden wie "MBA für Finanzwesen" und gebe keinen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen. Die Zusammenschreibung der Einzelteile ohne Leerzeichen sei in der Werbung üblich und bewirke keine hinreichende Verfremdung.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie hat schriftsätzlich beantragt,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben und die Marke einzutragen.

Zwar sei MBA als akademischer Grad mittlerweile auch in Deutschland weitgehend bekannt, "FinanzMBA" jedoch kein lexikalisch nachweisbarer akademischer Grad wie etwa der Diplom-Finanzwirt (FH). Anders als "MBA für Finanzwesen" sei "FinanzMBA" nicht beschreibend, vielmehr eine sprechende Marke mit vagem Hinweis auf den Finanzsektor, zudem als Kombination eines deutschen Wortes und einer englischen Abkürzung sprachregelwidrig gebildet. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs könne ihr nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Da kein unmittelbar beschreibender Bedeutungsgehalt in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen festgestellt werden könne, liege auch kein Freihaltungsbedürfnis vor. Weiterhin verweist die Anmelderin auf einige eingetragene deutsche Marken mit dem Bestandteil MBA.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde bleibt in der Sache ohne Erfolg.

1. Für sämtliche Dienstleistungen in Klasse 41 stellt "FinanzMBA" eine unmittelbar beschreibende Angabe in dem Sinne dar, dass die betreffenden Aus- und Weiterbildungsangebote, Prüfungen, Diplomverleihungen usw sich auf eine (akademische) Ausbildung zum "Master of Business Administration" mit Schwerpunkt auf dem Gebiet des Finanzwesens beziehen. Dass MBA die international ge-läufige Abkürzung für "Master of Business Administration" ist - wobei vor allem private Business Schools diese Graduierung an erfolgreiche Absolventen ihrer Aus- und Fortbildungsveranstaltungen vergeben -, kann nicht zweifelhaft sein; die Anmelderin räumt selbst ein, dass diese Abkürzung mittlerweile auch in Deutschland weitgehend bekannt ist.

Die Voranstellung des Wortes "Finanz" zeigt in unmissverständlicher Weise den inhaltlichen Schwerpunkt des betreffenden Ausbildungsganges an. Bereits aus einigen der dem Beanstandungsbescheid der Markenstelle beigefügten Internet-seiten ergibt sich, dass vorrangige Tätigkeitsfelder von MBAs ua die Finanzwirt-schaft, zB im Investment Banking, und das Finanzmanagement, zB in der Ziel- und Konzeptionsentwicklung für Finanzanalysen und -planung, Anlagenoptimie-rung oder Steuerung des betrieblichen Kreditwesens sind. Gerade deshalb liegt es nahe, spezielle finanzbezogene MBA-Ausbildungsgänge anzubieten und für diese die als Marke angemeldete Bezeichnung zu verwenden. Bei den Dienstleistungen, welche sich auf Beratungen sowie die Erstellung und Herausgabe von Unterrichts-materialien beziehen, liegt das Verständnis als Bestimmungsangabe unmittelbar nahe. Einer Registrierung für sämtliche beanspruchten Dienstleistungen steht da-her das Allgemeininteresse an einer von Monopolrechten freien Verwendung der angemeldeten Wortfolge und somit das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen.

Da nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (GRUR 2004, 674 - Postkantoor, Rdn 86) einer Wortmarke, welche Merkmale von (Waren und) Dienstleistungen beschreibt, aus diesem Grunde zwangsläufig die Unterscheidungskraft in Bezug auf diese Produkte und Angebote fehlt, liegt insoweit auch dieses Eintragungshindernis vor (gem § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG).

Die angemeldete Marke entbehrt aber darüber hinaus auch für die beanspruchten Waren in den Klassen 9 und 16 des erforderlichen Mindestmaßes an Unterscheidungskraft, und zwar nicht nur für "Diplomurkunden", sondern auch für sämtliche Informationsträger, unabhängig vom Medium. Der angemeldeten Bezeichnung kommt nicht die Eignung zu, auf die Herkunft dieser Waren aus einem Geschäftsbetrieb hinzuweisen (vgl BGH BIPMZ 2004, 30 - Cityservice). Für den angesprochenen (Fach-)Verkehr, dh die an einer entsprechenden Aus- und Weiterbildung interessierten Kreise, drängt sich die Vorstellung geradezu auf, dass so bezeichnete Waren einen unmittelbaren Bezug, zB als Unterrichtsmaterial, zu einem MBA-Lehrgang mit finanzwirtschaftlichem Schwerpunkt haben. Weder ist - wie die Anmelderin meint - der Bedeutungsgehalt vage, noch die Wortbildung als solche sprachregelwidrig, zumal auf dem Gebiet der Wirtschaft deutsche und englische Bezeichnungen oftmals gemeinsam in Erscheinung treten. Gerade der Gesamtheit der beiden Einzelbestandteile, auf die nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs zur Schutzfähigkeit von zusammengesetzten Wörtern maßgeblich abzustellen ist (vgl Postkantoor, aaO; GRUR 2004, 680 - BIOMILD), wird nicht der Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren aus einem (einigen) Geschäftsbetrieb entnommen werden. Dass die abstandslose Zusammenschreibung der Einzelelemente "Finanz" und "MBA", da in der Werbung üblich, für sich gesehen nicht geeignet ist, der Anmeldung ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft zu vermitteln, hat die Markenstelle zutreffend dargelegt.

2. Aus der Schutzgewährung für andere, nach Ansicht der Anmelderin vergleichbare deutsche Marken vermag diese keinen Anspruch auf Registrierung abzuleiten. Voreintragungen führen weder für sich, noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Eintragung zu befinden haben. Die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke stellt keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage dar (vgl zB BPatGE 32, 5 - CREATION ROSS; BGH BIPMZ 1998, 248 - Today; EuGH, Postkantoor, aaO, Rdn 43, 44; GRUR 2004, 428 - Henkel, Rdn 63).

Dr. Hacker

Kruppa

Viereck

Hu