



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 42/04

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 302 22 370.3**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 22. Februar 2005 durch den Vorsitzenden Richter Winkler, die Richterin Pagenberg und den Richter Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist die Bezeichnung

#### **Konto 1**

am 7. Mai 2002 für die Dienstleistungen

"Geldgeschäfte sowie Finanz-, Versicherungs- und Immobilienwesen"

zur Eintragung als Wortmarke in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 36 hat die Anmeldung durch Beschluss vom 9. Dezember 2003 gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen. Die angemeldete Marke "Konto 1" beschreibe das in der Finanz- und Versicherungsbranche übliche Angebot für Privat- und Geschäftskunden, mehrere Konten zu führen, um verschiedene Dienstleistungen nebeneinander in geordneter Form in Anspruch nehmen zu können, die z.B. in numerischer Reihenfolge mit Konto 1, Konto 2, Konto 3, Konto 4 usw. bezeichnet werden und verschiedenen Zwecken dienen (Zahlungen, Sparen, Vorsorgen, Geschäftskonto etc.). Dem angefochtenen Beschluss sind Auszüge von Verwendungsbeispielen beigefügt worden. Eine Kontenbezeichnung mit Nummerierung werde außerdem zur Veranschaulichung von Einnahmen- und Ausgaben-Verwaltung benötigt.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie macht geltend, dass die angemeldete Marke keine numerische Kontobezeichnung sei, sondern in fantasievoller Weise das Zahlungsverkehrskonto eines jungen Menschen bezeichne, der zum ersten mal die Möglichkeit eines Girovertrages nutze. Die Zahl "1" signalisiere der angesprochenen Zielgruppe in mehreren Gedankenschritten die Möglichkeit des Ersteinstiegs in den bargeldlosen Zahlungsverkehr. Ein Beschreibungsinhalt sei damit nicht verknüpft. Es werde kein Sach- oder Bestimmungszweck des Zahlungsverkehrs mit der Zahl "1" angegeben. Vielmehr sei diese personenbezogen, indem sie in diffuser Weise einen möglichen Personenkreis vom Baby bis zum Volljährigen bezeichne, ein wie auch immer geartetes Konto zu eröffnen. Die entgegengehaltenen Internetauszüge stünden daher nicht entgegen, weil sie diverse Sparkonti beim Mobilbanking beträfen. Die Anmelderin benutze demgegenüber das "Konto 1" als klassisches Jugend- und Girokonto und sie verfüge über keine Konten 2, 3, oder 4. Auch werde die Marke nicht als Angebotsvariante einer Bank, Versicherung oder eines Immobiliendienstleisters verstanden, der eine besondere Angebotsstruktur im Gegensatz zu anderen Konten für ein- und denselben Kunden biete. Ein Geschäftskontoinhaber könne kein "Konto 1" eröffnen, da er bereits über eines verfüge und Kontonummern zudem nur 7- bis 9-stellig seien. Ein Freihaltebedürfnis bestehe nicht. Die angemeldete Marke sei auch unterscheidungskräftig. Jedenfalls sei der Anmelderin keine Bank bekannt, die den Markenbegriff "Konto 1" in der dargelegten individualisierenden Weise nutze. Außerdem rügt sie unter Hinweis auf die Eintragung der Marken 399 51 263 "JUNGES KONTO 24", 395 19 801 "DEPOT KONTO 24" und 395 19 795 "KONTO 24" eine Ungleichbehandlung der vorliegenden Markenmeldung.

Der Senat hat der Anmelderin das Ergebnis einer weiteren Internetrecherche übersandt und dargelegt, welche Bedenken gegen die Eintragung der angemeldeten Marke auf Grund absoluter Schutzhindernisse bestehen.

Die Anmelderin verfolgt ihr Eintragungsbegehren für die Markenmeldung "Konto 1" weiter und beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig, hat in der Sache jedoch keinen Erfolg.

Der Eintragung der Bezeichnung "KONTO 1" als Wortmarke stehen die absoluten Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen.

1. Der angemeldeten Marke fehlt für die beanspruchten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Nach der Rechtsprechung des Bundespatentgerichts, des Bundesgerichtshofs und des Europäischen Gerichtshofs fehlt einer Wortmarke u.a. jegliche Unterscheidungskraft, wenn ihr ein in Bezug auf die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann, der den Verkehr dazu veranlasst, sie nicht als Unterscheidungsmittel, sondern lediglich als Sachaussage zu verstehen, mit der Merkmale der fraglichen Waren bzw. Dienstleistungen beschrieben werden (st.Rspr. vgl. z.B. BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; GRUR 2002, 64, 65 - INDIVIDUELLE; GRUR 2003, 1050 - Cityservice; EuGH GRUR Int 2003, 641 (Rdn 52) - Libertel, GRUR 2004, 680 (Rdn 18 f.) - BIOMILD). Diese Voraussetzung ist hier gegeben.

Die angemeldete Bezeichnung ist in sprachgerechter Weise aus dem für Geldgeschäfte und die übrigen Dienstleistungen des Finanz-, Versicherungs- und Immobilienwesens grundlegenden Begriff "Konto" und der Grund- bzw. Ord-

nungszahl "1" zusammengesetzt. Die Gesamtaussage "Konto 1" legt dem angesprochenen Verkehr, zu dem bei den breit gefassten beanspruchten Dienstleistungen das allgemeine Publikum zählt, ohne weitere Überlegungen nahe, dass es sich um die Bezeichnung, sei es für ein erstes Konto eines Kontoinhabers oder für das erste von mehreren Konten handelt, die unterschiedlichen Zwecken dienen können, wie z.B. Hauptkonto, Giro-Privatkonto, Giro-Geschäftskonto, Festgeld-, Spar-, Darlehens-, Hypotheken- oder Vermietungskonto. Die angemeldete Marke gibt dem Verkehr einen Hinweis nur auf die Art, Beschaffenheit oder Bestimmung, in der die fraglichen Dienstleistungen erbracht bzw. angeboten werden, und keine Veranlassung, die angemeldete Bezeichnung als Unterscheidungsmittel gegenüber anderen kontoführenden Unternehmen der Finanz-, Versicherungs- oder Immobilienbranche zu verstehen. Denn die bereits in ihrer sprachlichen Form als Sachangabe gebildete Gesamtbezeichnung "Konto 1" lässt für den angesprochenen Verkehr lediglich Überlegungen aufkommen, die die Dienstleistungen ihrer Art ihrem und Inhalt nach beschreiben. Sie sind somit dienstleistungsbezogen. Dass sich die beanspruchten Dienstleistungen an Personen bzw. potentielle Kontoinhaber richten, macht die angemeldete Bezeichnung "Konto 1" nicht zu einer schutzfähigen personenbezogenen Angabe, da der Verkehr ihr gleichwohl einen die Geldgeschäfte und sonstigen Dienstleistungen beschreibenden Aussagegehalt zuordnet.

2. Die angemeldete Marke ist auch als freihaltebedürftige Angabe nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, weil sie ausschließlich aus Angaben besteht, die im Geschäftsverkehr zur Bezeichnung von Merkmalen der beanspruchten Dienstleistungen bei der Abwicklung oder Verwaltung von Geldgeschäften und im Bereich von Dienstleistungen des Finanzwesens, Versicherungs- und Immobilienwesens dienen bzw. dienen können. Die ermittelten Rechercheauszüge zeigen, dass es sich bei "Konto 1" um eine daten- und buchungstechnische Grundbezeichnung zur Schulung und Darstellung exemplarischer Abläufe bei Einzahlungs- und Umbuchungsvorgängen sowie um eine naheliegende Einteilungsangabe handelt, die insbesondere bei der Einrichtung

und Führung von Konten für das Telefon- und Online-Banking zur leichteren Handhabung (Konto 1, Konto 2 etc.) von verschiedenen Mitbewerbern beschreibend verwendet wird.

3. Die Rüge der Ungleichbehandlung vermag die absoluten Eintragungshindernisse nicht zu überwinden. Denn Voreintragungen begründen einen Anspruch auf Eintragung nach ständiger Rechtsprechung weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitsgrundsatz, weil die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke keine Ermessens-, sondern eine reine Rechtsfrage darstellt. Die Frage der Schutzfähigkeit ist deshalb nicht anhand eingetragener Drittzeichen zu beurteilen. Ebenso wenig gibt es den Grundsatz der Gleichbehandlung im Unrecht (vgl. Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl. 2003, § 8 Rdn 262 mwN; BGH BlfPMZ 1998, 248 - Today, EuG GRUR Int 2002, 858 = MarkenR 2002, 260, 266 – SAT 2). Darüber hinaus hat der Europäische Gerichtshof in seiner Entscheidung "Waschmittelflasche" (EuGH GRUR 2004, 116) vom 12. Februar 2004 klargestellt, dass die Eintragung identischer Marken für identische Waren und/oder Dienstleistungen zwar mitberücksichtigt werden kann, für die Entscheidung über die Zulassung oder Zurückweisung einer Anmeldung zur Eintragung als Marke aber nicht maßgeblich ist und ähnlich gebildete Marken für ähnliche Waren oder Dienstleistungen auf die Beurteilung der Unterscheidungskraft keinen Einfluss haben.

Lediglich als obiter dictum und somit nicht entscheidungserheblich wird darauf hingewiesen, dass die Zahl 24 in den angegebenen Marken nicht mit der Zahl 1 gleichgesetzt werden kann, da es sich um eine relativ hohe Zahl für eine Einteilung handelt, die als Ordnungseinheit für Konten weder naheliegend noch geeignet erscheint. Zu bedenken wäre ferner, dass die genannten Marken mit der Zahl 24 zu einem Zeitpunkt angemeldet und eingetragen worden sind, zu dem der Verkehr die Zahl 24 unter Umständen noch nicht als beschreibenden Hinweis im Sinne von "rund um die Uhr" aufgefasst oder aber bereits einer bestimmten Bank zugeordnet. Auch mag die Verbindung des Adjektivs "Junges" mit Konto im Sinne

von "Konto für Jugendliche" als unüblich angesehen worden sein und zur Unterscheidungskraft beigetragen haben.

Winkler

Richter Kätker ist durch Urlaub verhindert zu unterschreiben.

Pagenberg

Winkler

Hu