



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 104/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 32 709.6

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter
Mitwirkung ...

in der Sitzung vom 27. September 2006

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Februar 2004, berichtigt mit Beschluss vom 9. März 2004, insoweit aufgehoben, als die Anmeldung für die Dienstleistung „Erziehung“ zurückgewiesen worden ist.
2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 8. Juli 2002 angemeldete Wortmarke

assistent.steuern

ist für folgende Waren und Dienstleistungen bestimmt:

Druckereierzeugnisse, insbesondere auch periodisch erscheinende Zeitschriften, Bücher, Loseblattwerke, Seminarunterlagen; Online-Dienste, nämlich Bereitstellen von Informationen aller Art in Schrift, Bild und Ton im Internet;

Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen auf Ton-, Bild- und Datenträgern, insbesondere auch von periodisch erscheinenden Zeitschriften;

Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Sammeln, Aufbereiten, Archivieren, Sortieren, Speichern, Übertragen, Übermitteln von Daten

und/oder Vermietung und Vermittlung von Zugriffszeiten und/oder Zugangsmöglichkeiten auf Datenbanken.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung durch Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes vom 18. Februar 2004, berichtigt mit Beschluss vom 9. März 2004, teilweise zurückgewiesen, nämlich für sämtliche Waren und Dienstleistungen mit Ausnahme von „Unterhaltung“. Der angemeldeten Bezeichnung fehle für die versagten Erzeugnisse und Dienstleistungsangebote jegliche Unterscheidungskraft. In Bezug auf Software-, Informations- und Telekommunikationstechnologie sei „Assistent“ (ebenso wie die englische Fassung „assistant“) eine gängige Bezeichnung für ein interaktives Hilfsprogramm innerhalb einer Anwendung (unter Bezugnahme auf Belege aus der Fachliteratur). Das angesprochene allgemeine Publikum werde die Wortverbindung als Hinweis auf einen Hilfsdienst verstehen, der sich auf Steuern betreffende Informationen bezieht, nicht aber als betriebliche Herkunftsbezeichnung. Der Entscheidung waren Ausdrücke von Internet-Seiten sowie Hinweise auf Entscheidungen des Bundespatentgerichts (aus PAVIS PROMA) beigefügt.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie beantragt (sinngemäß),

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Februar 2004 im Umfang der Versagung aufzuheben.

Sie ist der Ansicht, für keine der versagten Waren und Dienstleistungen stelle „assistent.steuern“ eine unmittelbar beschreibende Angabe dar. Ein nur mittelbarer (theoretisch denkbarer) Bezug zwischen der angemeldeten Bezeichnung und dem inhaltlichen Gegenstand der Waren oder Dienstleistungen reiche nicht aus, um der angegriffenen Marke jegliche Unterscheidungskraft abzusprechen. Die

tatsächlichen Ermittlungen der Markenstelle seien zudem nicht geeignet, ein Freihaltebedürfnis zu belegen.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist nur zu einem geringen Teil - bezüglich der Dienstleistung „Erziehung“ - begründet. Hinsichtlich aller sonstigen verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen bleibt sie dagegen ohne Erfolg, weil der angemeldeten Marke insoweit jegliche Unterscheidungskraft (gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. EuGH GRUR 2003, 514, 517, Nr. 40 - Linde, Winward und Rado; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice). Bei Wortmarken ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs von fehlender Unterscheidungskraft auszugehen, wenn der Marke ein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort bzw. eine Wortfolge der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung, stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (st. Rspr.; vgl. BGH, a. a. O. - Cityservice).

Handelt es sich bei den beanspruchten Waren und Dienstleistungen um solche, die neben ihrem Charakter als handelbare Waren oder Dienstleistungen auch einen bezeichnungsfähigen gedanklichen Inhalt aufweisen oder aufweisen können, so ist - unbeschadet eines etwaigen Werktitelschutzes nach § 5 Abs. 3 MarkenG -

die markenrechtliche Unterscheidungskraft auch dann zu verneinen, wenn die betreffende Bezeichnung geeignet ist, diesen gedanklichen Inhalt der Waren und Dienstleistungen zu beschreiben (vgl. BGH GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2001, 1042, 1043 - REICH UND SCHOEN; GRUR 2001, 1043, 1045 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten; GRUR 2002, 1070, 1072 - Bar jeder Vernunft; GRUR 2003, 342 - Winnetou).

Die Bezeichnung „assistent.steuern“ setzt sich aus zwei geläufigen Begriffen der deutschen Sprache zusammen. Als „Assistent“ wird bezeichnet, wer einem Anderen bei einer bestimmten Tätigkeit Hilfe oder Beistand leistet. Dies wird von der Anmelderin wohl auch nicht ernsthaft in Zweifel gezogen, ebenso wenig, dass „Steuern“ auf gesetzlicher Grundlage erhobene staatliche Zwangsabgaben sind. Gerade in der Zusammenfassung beider Wortbestandteile ergibt sich im Blick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen der unmittelbar naheliegende Bedeutungsgehalt, dass es um Publikationen - in gedruckter Form oder über das Internet - geht, welche Hilfestellung in Steuerangelegenheiten geben sollen. Eine derartige personifizierende Angabe - das gedruckte oder elektronische Medium ersetzt gleichsam den Helfer (z. B. den Steuerberater) als Person - ist keinesfalls ungewöhnlich und bereitet dem angesprochenen Verkehr keinerlei Verständnisschwierigkeiten. Für Dienstleistungen, die sich auf die Herstellung, Veröffentlichung und Vermittlung derartiger Publikationen und der in ihnen enthaltenen Informationen beziehen, gilt keine andere Beurteilung (vgl. BGH, a. a. O. - Winnetou).

Die Schreibweise, d. h. die Verwendung kleiner Anfangsbuchstaben für beide Einzelwörter und die Trennung (bzw. Verbindung) durch einen Punkt, sind werbeübliche Gestaltungsmittel, um zusätzliche Aufmerksamkeit zu erregen. Sie sind für sich gesehen nicht geeignet, bei - wie hier - unmittelbar waren- und dienstleistungsbezogenen Angaben einen markenmäßigen Eindruck zu hinterlassen. Ob die angemeldete Bezeichnung, in dieser konkreten Gestaltung, zusätzlich auch als Produktmerkmalsbezeichnung i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG einem Eintra-

gungsverbot unterliegt, kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

Eine andere Beurteilung ist (nur) für die Dienstleistung „Erziehung“ geboten. Diese beschränkt sich - anders als „Ausbildung“ - nicht auf die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten, sondern weist darüber hinaus eine persönlichkeitsbildende Komponente im Sinne einer ethischen Zielsetzung auf (Senatsbeschluss vom 9. August 2006, 32 W (pat) 166/03 - German Pops Orchestra). Dass mit der - moralisch neutralen - Angabe „assistent.steuern“ etwa die Zielsetzung der Förderung von Steuerehrlichkeit verbunden wäre, ist nicht ohne Weiteres nahe liegend. Für die Dienstleistung „Erziehung“ ist die angemeldete Bezeichnung somit weder frei-haltebedürftig (i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) noch entbehrt sie insoweit eines Mindestmaßes an betriebskennzeichnender Hinweiskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

gez.

Unterschriften