



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 7/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 01 474.6

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch den Vorsitzenden Richter Bender, den Richter Kätker und die Richterin am Oberlandesgericht Dr. Hoppe am 11. Mai 2010

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Am 10. Januar 2007 hat die Anmelderin die Wortmarke

Start Care

für das nachfolgende Verzeichnis von Dienstleistungen angemeldet:

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Erstellen von Vertriebsstrukturen; betriebswirtschaftliche Beratung;

Klasse 36: Versicherungswesen, insbesondere Unfall-, Kranken- und Lebensversicherung; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen;

Klasse 41: Veranstaltung von Seminaren; Unterricht.

Mit Beschluss vom 19. August 2008 und vom 22. Oktober 2008 hat die Markenstelle für Klasse 36 die Anmeldung zurückgewiesen. Sie ist der Ansicht, dass es sich bei dem angemeldeten Zeichen um eine beschreibende Angabe i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG handele und dass es ihr an der erforderlichen Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle. Sie hat hierzu ausgeführt, dass das Zeichen sich aus zwei allgemein verständlichen englischen

Worten, die dem englischen Grundwortschatz zugehörten, zusammensetze. Der erste Wortbestandteil „Start“ bedeute: „anfangen, beginnen, starten, einen Anfang machen“. Der zweite Zeichenbestandteil „Care“ habe die Bedeutung: „Pflege, Betreuung, Versorgung“. In Bezug auf die beantragten Dienstleistungen handele es sich um einen sachlichen Hinweis darauf, dass die Dienstleistungen einen Bezug zu Sorge bzw. Fürsorge für sich oder ihre Angehörigen hätten, etwa in einem auf die Rundum-Versorgung oder speziell auf den Pflege-, Fürsorge- bzw. Betreuungsfall ausgerichteten Versicherungs- oder Finanzpaket oder sich in sonstiger Weise inhaltlich mit der Betreuung, Pflege und Fürsorge befassen würden. Eine schutzbegründende Mehrdeutigkeit liege nicht vor, da sämtliche Bedeutungen des Wortes „Care“ in dieselbe Richtung weisen würden und Ausdruck desselben Gedankens seien. Bei der sprachüblich gebildeten Wortfolge stehe für die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise daher lediglich ein mit den angemeldeten Dienstleistungen verbundenes Werbeversprechen im Vordergrund. Als ohne weiteres verständlicher, nur allgemein anpreisender reiner Werbeslogan sei das Zeichen auch nicht geeignet, die beanspruchten Dienstleistungen hinsichtlich ihrer Herkunft zu unterscheiden. Wenn die angesprochenen Verkehrskreise der begehrten Marke in Zusammenhang mit den angegebenen Dienstleistungen begegneten, werde ihre beschreibende Bedeutung auf Grund ihrer Interessensituation bzw. Erwartungshaltung sofort erkannt. Es sei unerheblich, dass es sich um eine Wortneuschöpfung handele, da der von der Wortkombination erweckte Eindruck in seiner Gesamtheit nicht hinreichend weit von dem seiner Einzelteile abweiche.

Im Beanstandungshinweis vom 13. Juli 2007, auf den die Markenstelle verwiesen hat, hat sie ergänzend ausgeführt, dass die angesprochenen Verkehrskreise, nämlich selbständige Unternehmen oder sonstige Interessierte das Zeichen sofort und ohne weitere Überlegungen als werbemäßigen Slogan im Sinne von „Dienstleistungen als Hilfe für Firmenneugründungen/Firmenumstrukturierungen“ verstehen würden. Es handele sich daher um einen Hinweis auf Art, Beschaffenheit und Bestimmung der Dienstleistungen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

die Beschlüsse vom 19. August 2008 und 22. Oktober 2008 aufzuheben, die amtlichen Beanstandungen fallen zu lassen und der angemeldeten Marke die Eintragung zu gewähren.

Die Anmelderin ist der Ansicht, dass die angemeldete Marke hinreichend unterscheidungskräftig sei, da insoweit ein großzügiger und anmeldungsfreundlicher Maßstab anzulegen sei. Es handele sich um eine lexikalisch nicht nachweisbare Wortkombination. Zudem sei das Wort „care“ ein englischsprachiger Begriff, der lexikalisch primär im Sinne von: „Sorge, sich Sorgen machen“ übersetzt werde. Daneben existierten aber auch die Bedeutungen: „Kummer, Sorgfalt, Aufmerksamkeit, Vorsicht, Obhut, Schutz, Fürsorge, Betreuung, Pflicht, Interesse“ sowie deren verbale Verwendungsformen. Aus diesem Grunde sei der Begriff „Care“ insbesondere für den deutschsprachigen Verkehrskreis mehrdeutig und unbestimmt. Diese Mehrdeutigkeit werde durch die Kombination mit dem Wort „Start“ noch verstärkt, weshalb dem Gesamtbegriff kein unmittelbar beschreibender oder klarer Aussagegehalt im Hinblick auf die angemeldeten Dienstleistungen entnommen werden könne. Vielmehr ergebe sich eine Vielzahl von Interpretations- und Übersetzungsmöglichkeiten, die eine gewisse gedankliche Deduktion erfordern würden. Unklar sei nämlich schon, von wem bzw. für was eine Starthilfe gegeben werde.

Der begehrten Marke stehe auch nicht das Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen, da es an einem im Einzelfall tatsächlich vorhandenen aktuellen und konkreten Freihaltebedürfnis fehle. Unter Bezugnahme auf das BabyDry-Urteil des EuGH weist die Anmelderin darauf hin, dass jede erkennbare Abweichung einer angemeldeten Wortverbindung von der Ausdrucksweise, die im üblichen Sprachgebrauch der betroffenen Verbraucherkreise für die Bezeichnung der Ware oder ihrer wesentlichen Merkmale verwendet werde, geeignet sei, das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu überwinden.

Ergänzend verweist die Anmelderin auf die Entscheidung zu „CARE INVEST“ (BPatG 33 W (pat) 408/02), in der die Eintragungsfähigkeit der dort begehrten Marke bejaht wurde.

Die Anmelderin nimmt zudem Bezug auf ihren Vortrag im Rahmen des Amtsverfahrens. Dort hat sie vorgetragen, dass für die Eignung als betrieblicher Herkunftshinweis die Kürze und Prägnanz der Wortfolge „Start Care“ spreche. Insbesondere könne - entgegen der im Beanstandungshinweis geäußerten Ansicht des Amtes - keinerlei Verbindung zwischen den angemeldeten Dienstleistungen und Firmenneugründungen oder -umstrukturierungen hergestellt werden. Es handele sich auch nicht um eine gebräuchliche Wortfolge der Alltagssprache, sondern um eine schlagwortartige Aussage, die die Aufmerksamkeit der maßgeblichen Verkehrskreise wecken und auf die so gekennzeichneten Dienstleistungen lenken solle.

In der Ladungsverfügung vom 7. April 2010 hat der Senat die Anmelderin unter Vorlage von Belegen aus dem Internet (im Folgenden als Anlagen zitiert) auf das Vorliegen von Eintragungshindernissen nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG hingewiesen.

Auf den ursprünglich gestellten Antrag, einen Termin zur mündlichen Verhandlung anzuordnen, hat die Beschwerdeführerin nach Terminsanberaumung verzichtet und um eine Entscheidung nach Aktenlage ersucht.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache keinen Erfolg.

Der angemeldeten Marke stehen hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen die Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen.

Die Anmeldung ist deshalb von der Markenstelle zu Recht gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen worden.

1.

a) Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen können.

Bei der Auslegung der absoluten Schutzhindernisse ist nach der Rechtsprechung des EuGH zu Art. 3 Abs. 1 der MarkenRL das Allgemeininteresse, das der Regelung zugrunde liegt, zu berücksichtigen (EuGH GRUR 2008, 608 (Nr. 66) EUROHYPO m. w. N.). Die auf Art. 3 Abs. 1 Buchstabe c der Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates der Europäischen Union 2008/95/EG (MarkenRL) zurückzuführende Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, sämtliche Zeichen oder Angaben, die geeignet sind, Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zu beschreiben, frei zu halten (EuGH GRUR 2008, 503 (Nr. 22, 23) ADIDAS II). Es gibt nämlich insbesondere im Hinblick auf die Notwendigkeit eines unverfälschten Wettbewerbs Erwägungen des Allgemeininteresses, die es ratsam erscheinen lassen, dass bestimmte Zeichen von allen Wettbewerbern frei verwendet werden können. Solche Zeichen oder Angaben dürfen deshalb nicht aufgrund einer Eintragung nur für ein Unternehmen monopolisiert werden (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 (Nr. 25) Chiemsee; EuGH GRUR 2004, 146 (Nr. 31) DOUBLEMINT; EuGH GRUR 2004, 674 (Nr. 54, 56) Postkantoor; EuGH GRUR 2004, 680 (Nr. 35 - 36) BIOMILD; vgl. auch Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rd. 222 m. w. N.).

b) Bei der Prüfung von Eintragungshindernissen ist auf die Wahrnehmung des angesprochenen Verkehrs abzustellen. Dieser umfasst alle Kreise, in denen die fragliche Marke aufgrund der beanspruchten Dienstleistungen Verwendung finden

oder Auswirkungen haben kann (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 (Nr. 65) Henkel). Die hier angemeldeten Dienstleistungen der Klasse 36 und 41 richten sich neben dem Geschäftsverkehr auch an allgemeine und breite Verbraucherkreise, wobei von dem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher auszugehen ist (EuGH GRUR 2006, 411 (Nr. 24) Matratzen Concord/Hukla; EuGH GRUR 1999, 723 (Nr. 29) Chiemsee; Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rd. 23 ff.). Im Hinblick auf die hier angemeldeten Dienstleistungen der Klasse 36 werden ausschließlich Unternehmen angesprochen.

c) Ausgehend von diesen Vorgaben ist die begehrte Wortfolge für die angemeldeten Dienstleistungen aus der Sicht des angesprochenen Verkehrs beschreibend.

Das angemeldete Zeichen setzt sich aus den Wortbestandteilen „Start“ und „Care“ zusammen. Der Begriff „Start“ kann für den Beginn von etwas, insbesondere für den Beginn einer Tätigkeit oder eines Projektes stehen. Er kann aber auch den Anfang einer Rennstrecke bzw. eines Rennens oder das Abheben eines Fluggerätes umschreiben. Der zweite Wortbestandteil „Care“ hat mit verschiedenen Bedeutungsinhalten Eingang in die deutsche Sprache gefunden und wird in Zusammenhang mit den angemeldeten Dienstleistungen, insbesondere im Versicherungswesen, bereits vielfach eingesetzt (vgl. hierzu die Beispiele in BPatG, 33 W (pat) 381/01 - Care Complete S. 4 f. und in 33 W (pat) 144/05 - Basic Care Seite 5 ff.; sowie Anlagen aus der Internetrecherche des Senats), um Dienstleistungen, die zur Vorsorge, Pflege, Fürsorge und Betreuung bestimmt sind, zu kennzeichnen.

Auch die - bei Zeichen, die aus mehreren Worten oder Wortbestandteilen zusammengefügt sind - vorzunehmende Gesamtbetrachtung (vgl. dazu: EuGH GRUR 2004, 943 (Nr. 28) SAT.2; EuGH GRUR 2004, 674 (Nr. 96) Postkantoor; BGH GRUR 2008, 710 (Nr. 13) VISAGE) führt vorliegend nicht zu einem Eindruck

oder Bedeutungsgehalt, der über die Summe der Einzelbestandteile des begehrten Zeichens hinausgehen würde. Zwar handelt es sich um eine lexikalisch nicht nachweisbare, neue Wortkombination. Dies allein genügt indes nicht, um von dem beschreibenden Gehalt wegzuführen, denn der verständige Durchschnittsverbraucher ist es gewöhnt, mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, die in ihrer sprachlichen oder grammatikalischen Ausgestaltung oder Zusammensetzung nicht unmittelbar zum deutschen Sprachschatz zählen (Ströbele/Hacker, MarkenR, 9. Aufl., § 8 Rd. 335, 117). Gleichwohl nimmt der Durchschnittsverbraucher durch derartige (oft prägnante) Wortgestaltungen sachbezogene Informationen auf. Von einem beschreibenden Sachinhalt wäre nur dann nicht auszugehen, wenn die Wortzusammensetzung zu einem von der Summe ihrer Einzelbestandteile abweichenden Eindruck führen würde, der wesentliche Elemente, wie die Bedeutung des Zeichens, betrifft. Dies würde voraussetzen, dass das, woran das zusammengesetzte Zeichen denken lässt, nicht exakt mit der Summe der Angaben der beschreibenden Elemente übereinstimmt. Eine Marke, die sich aus einer sprachlichen Neuschöpfung mit mehreren Bestandteilen zusammensetzt, von denen jede Merkmale der Waren oder Dienstleistungen beschreibt, für die die Eintragung beantragt wird, hat nämlich selbst einen beschreibenden Charakter, es sei denn, dass ein merklicher Unterschied zwischen der Neuschöpfung und der Summe ihrer Bestandteile besteht. Eine derartige Abweichung des Gesamteindrucks von der Summe der Einzelbestandteile des angemeldeten Wortzeichens ist hier indes nicht zu erkennen.

Die Zusammenfügung der Zeichen „Start“ und „Care“ bringt nämlich in Bezug auf die Dienstleistungen der Klasse 36 lediglich zum Ausdruck, dass es inhaltlich um die Dienstleistungen der Vorsorge, Pflege und Betreuung geht, die eine Startabsicherung im Sinne einer Eingangs-, Erst-, Basis- oder Grundabsicherung gewährleisten sollen. Eine entsprechende Begriffsbedeutung kommt der Wortkombination auch im Hinblick auf Dienstleistungen aus dem Finanzwesen in Zusammenhang mit finanziellen Vorsorgeleistungen, wie z. B. Rentenfonds,

Lebens- oder Rentenversicherungen, zu (vgl. auch Anlage 9 „Finance Care Existenzgründerberatung“). Auch im Immobilienwesen spielt die Grundversorgung im Sinne von Startkapital eine wesentliche Rolle und kann beispielsweise Dienstleistungen aus dem Bereich der Immobilienvermittlung und des Immobilienverkaufs beschreiben (vgl. Anlage 13: Finanzberater Nürnberg). In Bezug auf Dienstleistungen der Klasse 35, die in Zusammenhang mit der Führung von Unternehmen stehen (Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Erstellen von Vertriebsstrukturen, betriebswirtschaftliche Beratung) kann durch die Begriffskombination eine Dienstleistung umschrieben werden, die eine Erstbetreuung bzw. -versorgung von Unternehmen im Sinne einer Starthilfe gewährleisten soll. Im Bereich der Unternehmensberatung wird der Begriff „Care“ auch bereits vielfach verwendet (vgl. Anlagen 9 - 12: „Finance Care Existenzgründerberatung“; „customer care“; „responsible care program“). Für die Dienstleistung „Werbung“ kann die Betreuung bei ersten Werbemaßnahmen im Sinne einer „Basiswerbung“, die beim Neustart eines Unternehmens erforderlich wird, bezeichnet werden. Im Hinblick auf die unter der Klasse 41 angemeldeten Dienstleistungen kann die angemeldete Marke den Inhalt bzw. das Thema entsprechender Veranstaltungen bezeichnen.

d) Der Umstand, dass das beanspruchte Zeichen neben dem dargelegten Inhalt auch andere Deutungen zulassen könnte, vermag das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht zu überwinden. Das Eintragungshindernis besteht vielmehr schon dann, wenn nur eine von mehreren Deutungsmöglichkeiten einen beschreibenden Inhalt hat (EuGH GRUR 2004, 146 (Rd. 32) - Doublemint; EuGH GRUR 2004, 680 (Nr. 38) Biomild); wobei die Annahme einer beschreibenden Sachangabe nicht voraussetzt, dass der Wortbegriff bereits feste begriffliche Konturen erlangt hat (BGH GRUR 2008, 900 (Nr. 15) - SPA II; vgl. BGH GRUR 2000, 882 f. - Bücher für eine bessere Welt; BGH GRUR 2008, 900 (Nr. 15) - SPA II).

e) Auch der Umstand, dass eine tatsächliche beschreibende Verwendung der Wortkombination, außer durch die Anmelderin selbst, bislang nicht zu erkennen ist, steht dem Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht entgegen, da es sowohl nach der Formulierung der entsprechenden Norm im Markengesetz, als auch nach der rechtlichen Grundlage in Artikel 3 Abs. 1 Buchstabe c MarkenRL ausreicht, wenn die Angaben zur Beschreibung von Waren und Dienstleistungen „dienen können“ ohne dass bereits eine tatsächliche Verwendung erfolgt sein müsste (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 (Nr. 97) - Postkantoor). Hiermit wird klargestellt, dass bereits die bloße Eignung einer Angabe oder eines Zeichens zur Beschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen den Tatbestand des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erfüllen kann (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 (Nr. 30) - Chiemsee; EuGH GRUR 2004, 146 (Nr. 32) - Doublemint; EuGH GRUR 2004, 674 (Nr. 97) - Postkantoor; BGH GRUR 2008, 900 (Nr. 12) - SPA II). Hintergrund ist die Berücksichtigung des Allgemeininteresses an der Freihaltung der jeweiligen Angabe im Hinblick auf deren mögliche künftige beschreibende Verwendung (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rd. 241). Zur Prüfung bedarf es einer realitätsbezogenen Prognose, die auch mögliche, nicht außerhalb der Wahrscheinlichkeit liegende zukünftige wirtschaftliche Entwicklungen berücksichtigt, welche eine beschreibende Verwendung der betreffenden Angabe vernünftigerweise erwarten lassen. Dies ist vorliegend ohne weiteres zu bejahen. Die bereits aktuell festzustellende häufige Verwendung ähnlicher Wortzusammensetzungen (siehe Anlagen 4 - 7; BPatG 33 W (pat) 381/01 - Care Complete; 33 W (pat) 144/05 - Basic Care; BPatG 33 W (pat) 46/08 - VWL Care), mit denen beispielsweise Merkmale von Vorsorgeleistungen gekennzeichnet werden, lässt erwarten, dass auch die konkrete Bezeichnung „Start Care“ zukünftig mit beschreibendem Sachbezug zur Kennzeichnung der Bestimmung der beanspruchten Dienstleistungen verwendet werden wird. Es ist daher zu erwarten, dass ein Bedarf besteht, auch die konkret begehrte Wortkombination zur prägnanten Beschreibung der betroffenen Dienstleistungen zu nutzen.

2.

Zudem fehlt dem angemeldeten Wortzeichen im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen die Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

a) Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und sie somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR Int. 2005, 135 (137 Nr. 29) Maglite; EuGH GRUR 2004, 428 (429 f. Nr. 30 f.) Henkel). Die Hauptfunktion der Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2005, 1042 (1043 Nr. 23, 24) Thomson LIFE; EuGH GRUR 2004, 943 (944 Nr. 23) SAT.2; BGH GRUR 2008, 710 (Nr. 12) VISAGE). Der Verbraucher kann erwarten, dass die Herstellung der mit der Marke gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung unter der Kontrolle eines einzigen Unternehmens erfolgt ist.

Die Prüfung der Herkunftsfunktion hat streng und umfassend zu erfolgen, um die ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu verhindern (EuGH GRUR 2004, 1027 (Nr. 45) DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; EuGH GRUR 2003, 604 (Nr. 59); Libertel; EuGH GRUR 2003, 58 (Nr. 20) Companyline). Soweit der BGH insoweit einen *großzügigen Maßstab* postuliert hat (BGH GRUR 2006, 850 (Nr. 18) FUSSBALL WM 2006; BGH GRUR 2005, 417 (418) BerlinCard), hat er nunmehr klargestellt, dass gleichwohl - entsprechend der Rechtsprechung des EuGH (EuGH GRUR 2004, 1027 (Nr. 45) DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; EuGH GRUR 2003, 604 (Nr. 59) Libertel; EuGH GRUR 2003, 58 (Nr. 20) Companyline) - eine *strenge und umfassende Prüfung* zu erfolgen hat (BGH GRUR 2009, 949 (Nr. 11) My World).

b) Einer Wortmarke, die i. S. von Art. 3 I Buchstabe c MarkenRL (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) Merkmale von Waren oder Dienstleistungen beschreibt, fehlt

zwangsläufig die Unterscheidungskraft in Bezug auf diese Waren oder Dienstleistungen (EuGH GRUR 2004, 674 (Nr. 86) Postkantoor; EuGH GRUR 2004, 680 (Nr. 19) Biomild). Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (vgl. BGH GRUR 2008, 710 (Nr. 16) VISAGE; BGH GRUR 2006, 850 (Nr. 19) FUSSBALL WM 2006 m. w. N.).

Bei der angemeldeten Wortkombination handelt es sich - wie unter Ziffer 1. dargelegt - um eine derartig beschreibende Angabe, die sich schon deshalb nicht zur Unterscheidung von Dienstleistungen nach ihrer Herkunft eignet. Die vom Senat vorgenommene Internetrecherche belegt die Gebräuchlichkeit des Zeichenbestandteils „Care“ und die übliche Verwendung sinngemäßer Wortkombinationen (siehe Anlagen aus der Internetrecherche des Senats) im Zusammenhang mit Dienstleistungen aus den hier begehrten Bereichen, weshalb davon auszugehen ist, dass die angesprochenen Verkehrskreise der Wortkombination schon aus diesem Grund keinen Hinweis auf die Herkunft aus einem Unternehmen, sondern auf den Inhalt bzw. Bezug der angemeldeten Dienstleistungen entnehmen werden.

c) Auch die von der Anmelderin hervorgehobene Mehrdeutigkeit der Einzelbestandteile der Marke genügt nicht für die Annahme einer Unterscheidungskraft, weil der Bedeutungsgehalt der angemeldeten Zeichen stets in Zusammenhang mit den angemeldeten Waren- und Dienstleistungen zu beurteilen ist. Dann aber ergibt sich für die hier angesprochenen Verkehrskreise ohne weiteres der oben dargelegte inhaltsbezogene Sinngehalt der Wortkombination.

Entgegen der Ansicht der Anmelderin würden aber auch verschiedene Bedeutungen oder Interpretationsmöglichkeiten eines Zeichens nicht ohne weiteres für dessen Unterscheidungskraft sprechen. Nach der aktuellen höchstrichterlichen Rechtsprechung fehlt die Unterscheidungskraft vielmehr auch dann, wenn es zwar mehrere Deutungsmöglichkeiten gibt, von denen jedoch zumindest einer

eine Aussage mit beschreibendem Charakter entnommen werden kann (vgl. zu Art. 3 I Buchstabe c: EuGH GRUR 2004, 680 (Nr. 38) Biomild; zu § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG: BGH GRUR 2005, 257 (258) - Bürogebäude; BGH GRUR 2008, 900 (Nr. 15, 16) - SPAR II; BGH GRUR 2009, 952 (Nr. 15) Deutschlandcard; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 9. Aufl., § 8 Rd. 93, 144).

3.

Soweit die Anmelderin auf Voreintragungen Bezug nimmt, ist darauf hinzuweisen, dass diese keine Bindungswirkung haben (vgl. EuGH GRUR 2009, 667 (Nr. 18) - Bild.t.-Online.de m. w. N.; BGH GRUR 2008, 1093 (Nr. 8) - Marlene-Dietrich-Bildnis). Die Frage der Schutzzfähigkeit einer angemeldeten Marke ist keine Ermessensentscheidung, sondern eine gebundene Entscheidung, die allein anhand des Gesetzes und nicht auf der Grundlage einer vorherigen Entscheidungspraxis zu beurteilen ist. Aus dem Gebot rechtmäßigen Handelns folgt zudem, dass sich niemand auf eine fehlerhafte Rechtsanwendung zugunsten eines anderen berufen kann, um eine identische Entscheidung zu erlangen. Schließlich existiert auch keine - der hier getroffenen Bewertung zuwiderlaufende - allgemeine Entscheidungspraxis, da auch andere Anmeldungen, die der hier beanspruchten Wortkombination in der Struktur ähneln, wegen absoluter Schutzhindernisse nicht eingetragen wurden (z. B.: 33 W (pat) 144/05 - Basic Care; BPatG 33 W (pat) 381/01 - Care Complete; BPatG 33 W (pat) 46/08 - VWL Care).

Bender

Kätker

Dr. Hoppe

CI