



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 137/09

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2009 046 272.0

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch den Vorsitzenden Richter Bender, den Richter Kätker und die Richterin Dr. Hoppe am 26. Oktober 2010

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Am 3. August 2009 hat die Anmelderin die Wortmarke

National-Bank

für das nachfolgende Verzeichnis von Dienstleistungen angemeldet:

Klasse 35: Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten;

Klasse 36: Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Immobilienwesen;

Klasse 45: Juristische Dienstleistungen, Rechtsberatung und -vertretung.

Das DPMA hat die Eintragung der begehrten Marke mit Beschluss vom 21. September 2009 nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen.

Es hat hierzu auf den Beanstandungsbescheid vom 16. September 2009 Bezug genommen. Darin hat es ausgeführt, dass es sich bei dem begehrten Zeichen lediglich um einen beschreibenden Hinweis auf irgendeine beliebige nationale, z. B. inländische Bank handele. Begriffsbildungen mit „national“ seien den angesprochenen Verkehrskreisen aus aktuellen Begriffen wie „Nationalmannschaft“, „Nationalfarben“, „Nationalhymne“ usw. bekannt und würden keine phantasievolle Begriffsbildung darstellen. Wegen der zunehmenden Erweiterungen von Bankdienstleistungen gelte dies nicht nur für klassische Bankdienstleistungen der

Klasse 36, sondern auch für die weiter beanspruchten Dienstleistungen aus den Klassen 35 und 45.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin.

Sie ist der Ansicht, dass es dem begehrten Zeichen an einem konkreten und unmittelbaren produktbezogenen Freihaltebedürfnis fehle, da kein Merkmal der angemeldeten Dienstleistungen beschrieben werde. Es handele sich auch nicht um eine geografische Herkunftsangabe. Dementsprechend seien auch über 60 weitere Wortmarken mit dem Wortbestandteil „national“ eingetragen. Der Begriff „National-Bank“ habe keinen spezifischen Bedeutungsgehalt, sondern stelle einen Kunstbegriff dar. Die von dem Amt vorgenommene Interpretation als „irgendeine beliebige nationale Bank“ weiche nicht nur grammatikalisch erheblich von der angemeldeten Marke ab, sondern gehe auch auf eine unzulässige analysierende Betrachtungsweise zurück.

Ein Bedürfnis anderer Wettbewerber, sich selbst oder andere als „National-Bank“ zu bezeichnen, liege fern, zumal der „Nationalbegriff“ in der Zeit zwischen 1939 und 1945 eine inhaltlich - wertemäßige Wandlung - erfahren habe. Weder umgangssprachlich noch finanzwissenschaftlich existiere der Begriff „National-Bank“ mit konkretem, klar umrissenen Bedeutungsgehalt. Eine Klasse oder Kategorie von Nationalbanken existiere im deutschen Sprachgebrauch nicht. Es existiere insbesondere keine Nationalbank als währungshütende Institution. In Deutschland werde der Begriff mit der Bedeutung einer ausländischen institutionellen Einrichtung, die keine Geschäfte auf dem freien Bankenmarkt tätige, wahrgenommen. Die Existenz von Nationalbanken im Ausland spiele für die Markenfähigkeit in Deutschland keine Rolle. Auch seien die Definitionen des Begriffs „National-Bank“ aus dem ausländischen Raum für das deutsche Markengebiet nicht relevant, da sie eine Institution beschreiben würden, die in Deutschland keine direkte Entsprechung besitze.

Erst recht könne mit dem Begriff „National-Bank“ weder eine Beratungs-, Werbe- oder Geschäftsführungsdienstleistung noch eine sonstige Dienstleistung der Klassen 35 und 45 beschrieben werden.

Der Begriff „National-Bank“ sei auch hinreichend unterscheidungskräftig, da ein Verbraucher allenfalls von einer „national tätigen Bank“, nicht aber von einer „National-Bank“ sprechen würde. Im Übrigen seien die namensmäßigen Besonderheiten auf dem Bankmarkt für die Beurteilung der Kennzeichnungskraft zu berücksichtigen. Kunden von Finanzinstituten seien es gewöhnt, durch Kennzeichnungen wie: Deutsche Bank, Dresdner Bank, Commerzbank etc. auf bestimmte Unternehmen hingewiesen zu werden. Das branchenübliche Umfeld sei gekennzeichnet durch eine begriffliche Reduktion der markenrechtlichen Kennzeichen statt lautmalerscher oder schriller Marken.

Die Begriffsbestandteile „National“ und „Bank“ seien keine typischen Begrifflichkeiten aus dem Beratungsgeschäft oder aus dem Werbesektor und müssten daher als originell eingestuft werden. Darüber hinaus sei der Begriff „national“ in Zeiten, in denen Finanzinstitute weltumspannende Finanztransaktionen tätigen, auch eigentümlich. Insbesondere, weil in der Bundesrepublik keine Nationalbank als währungshütende Institution existiere.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss des Markenamtes vom 21. September 2009 aufzuheben und die Eintragung der begehrten Marke zu beschließen.

Mit Schreiben vom 9. September 2010 hat der Senat die Anmelderin unter Vorlage von Belegen aus dem Internet, im Folgenden als Anlagen zitiert, darauf hingewiesen, dass die Beschwerde wegen Eintragungshindernissen nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG keine Aussicht auf Erfolg haben dürfte.

II.

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

Der angemeldeten Marke stehen hinsichtlich der angemeldeten Dienstleistungen die Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 1 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 Eintragungshindernisse ist nach der Rechtsprechung des EuGH zu Art. 3 Abs. 1 der MarkenRL (Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates der Europäischen Union 2008/95/EG) 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 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 45, sowie die unter der Klasse 35 angemeldeten Büroarbeiten 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 Rdn. 23 ff.). Die übrigen unter der Klasse 35 angemeldeten Dienstleistungen (Werbung, Geschäftsführung und Unternehmensberatung) setzen das Bestehen eines Unternehmens voraus und richten sich dementsprechend ausschließlich an Unternehmen.

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

Das begehrte Zeichen setzt sich aus den Begriffen „national“ und „Bank“ zusammen. Eine „Bank“ ist ein Kreditinstitut, das entgeltliche Dienstleistungen für den Zahlungs-, Kredit- und Kapitalverkehr anbietet. Nach § 1 Kreditwesengesetz ist ein Kreditinstitut gesetzlich definiert als ein kaufmännisches Unternehmen, das Bankgeschäfte betreibt. Bei dem zusammengesetzten Zeichen „National-Bank“ handelt es sich - entgegen der Ansicht der Anmelderin - nicht um einen Kunst- bzw. Phantasiebegriff. Vielmehr wird das Zeichen ausweislich der Internetrecher-

che des Senats auch in Deutschland bereits umfassend als Gattungsbegriff zur Bezeichnung eines bestimmten Banktyps genutzt, wobei die besondere Schreibweise mit zwei, durch einen Bindestrich verbundenen Worten keinen neuen Begriff schafft, sondern lediglich als übliche Abwandlung einzustufen ist, die den sonst zusammengescriebenen Begriff sofort erkennen lässt und dessen Bedeutungsgehalt nicht verändert.

Eine Nationalbank wird im deutschen Sprachgebrauch z. B. wie folgt definiert: „Als Nationalbanken werden die Banken eines Landes bezeichnet, welche den Auftrag haben, für die Stabilität der Währung zu sorgen und Banknoten auszugeben. Die Nationalbank ist also eine unabhängige Zentralbank.“ (Anlage 1, <http://www.rss-scout.de/19/9917/Business-Finanzas-Gewerbe-Services/Nationalbank.html>). Darüber hinaus finden sich weitere Definitionen, die zwar aus dem englischsprachigen Vokabular stammen, aber gleichermaßen auf die deutsche Sprache übertragen werden können, da die englische Begriffszusammensetzung „nationalbank“ dem deutschen Begriff entspricht (Ponds Fachwörterbuch, Anlage 3a: engl.: nationalbank = deutsch: Nationalbank) und Englisch im Finanzwesen als eine maßgebliche Wirtschaftssprache anzusehen ist, die von weiten Teilen des hier angesprochenen Verkehrs verstanden wird. Der englische Begriff „national bank“ wird definiert als: „especially in developing countries a bank owned by the state/ an ordinary private bank which operates nationally (as opposed to regionally or locally or even internationally)/ in the United States: an ordinary private bank operating within a specific regulatory structure, which may or may not operate nationally“ (Anlage 2). Daraus ergibt sich, dass mit dem Begriff „Nationalbank“ eine Bank nach Tätigkeitsbereich, Struktur oder Aufgabenstellung beschrieben werden kann.

Der Begriff „Nationalbank“ wird auf deutschen Internetseiten (Anlagen 4 bis 6) auch entsprechend dieser Definitionen als Gattungsbegriff zur Kategorisierung von Banken genutzt, so z. B. zur Einteilung in „Zentralbanken und Nationalbanken“ (Anlage 4, wo es weiter heißt: „Auf dieser Seite sind die meisten Nationalbanken und Zentralbanken der Erde aufgelistet.“; siehe auch Anlage 7: „Große

Geschäftsbanken, Nationalbanken, Zentralbanken, mehrere Versicherungen, Kreditschutzverbände, Börsen waren oder sind unsere Kunden.“). Dies belegt, dass das begehrte Zeichen vom angesprochenen Verkehr in Zusammenhang mit den begehrten Dienstleistungen lediglich als Sachhinweis auf eine bestimmte Art bzw. Gattung von Bank, die die jeweilige Dienstleistung erbringt, verstanden wird, ohne dass dadurch auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen hingewiesen wird.

Da es sich bei den begehrten Dienstleistungen aus dem Finanz-, Immobilien- und Versicherungswesen ebenso wie bei den Dienstleistungen rechtlicher (juristische Dienstleistungen, Rechtsberatung- und vertretung) oder betriebswirtschaftlicher Art (Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten; Werbung) um Dienstleistungen handelt, bei denen die „Person“ des Dienstleisters eine wesentliche Rolle spielt, wird durch den Hinweis auf einen bestimmten Banktypus, der die Dienstleistungen erbringt, zugleich ein Merkmal der Dienstleistung selbst bezeichnet (ebenso BPatG 33 W (pat) 152/98 - BayernBank; vgl. EuG Urteil v. 8. Juli 2004 T-270/02 - bestpartner). Angesichts des Umstands, dass Banken in der modernen Finanzwelt eine ganze Palette von Dienstleistungen anbieten, die über den reinen Finanzbereich hinausgehen, und weil ein enger Zusammenhang zwischen Finanz-, Immobilien- und Versicherungsdienstleistungen sowie betriebswirtschaftlicher und rechtlicher Beratung besteht, (vgl. näher: Obst/Hintner, Geld-, Bank- und Börsenwesen, 39. Aufl., S. 714 ff., 727 ff.), werden die angesprochenen Verkehrskreise in dem begehrten Zeichen daher auch im Hinblick auf die Dienstleistungen aus dem Versicherungs- und Immobilienwesen sowie denen aus dem betriebswirtschaftlichen und rechtlichen Sektor eine Information über die strukturelle Konzeption des Dienstleisters erkennen, ohne dem jedoch einen Hinweis auf die Herkunft aus einem ganz konkreten Unternehmen zu entnehmen. Gleiches gilt für Werbedienstleistungen, weil auch Banken

Werbedienstleistungen (z. B. für Immobilien und Versicherungen) anbieten (vgl. BPatG 33 W (pat) 152/98 - Bayernbank; BPatG 33 W (pat) 102/09 - Sachsenbank).

Der Umstand, dass mit dem Begriff „Nationalbank“ ausweislich der oben aufgeführten Verwendungsbeispiele durchaus verschiedene Bankentypen bezeichnet werden können, ohne dass ihm ein einziger, feststehender Bedeutungsgehalt zugeordnet werden könnte, steht dem Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG - entgegen der Auffassung der Anmelderin - nicht entgegen. Eine beschreibende Benutzung als Sachangabe für Waren und Dienstleistungen setzt nämlich nicht voraus, dass die Bezeichnung bereits feste begriffliche Konturen erlangt und sich eine einhellige Auffassung zum Sinngehalt herausgebildet hat (BGH GRUR 2008, 900 (Nr. 14, 15) - SPA II). Von einem die Waren oder Dienstleistungen beschreibenden Begriff kann vielmehr auch auszugehen sein, wenn das Markenwort verschiedene Bedeutungen hat (vgl. BGH GRUR 2006, 760 (Nr. 14) - LOTTO), sein Inhalt vage ist (BGH GRUR 2000, 882 (883) - Bücher für eine bessere Welt) oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Waren oder Dienstleistungen beschreibt (EuGH GRUR 2004, 146 (Nr. 33) - DOUBLEMINT; BGH GRUR 2008, 900 (Nr. 14, 15) - SPA II). Gerade bei Oberbegriffen oder Sammelbegriffen ist eine gewisse Allgemeinheit oder Unschärfe sogar unvermeidbar (Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rd. 252 m. w. N.). Von einer schutzbegründenden Unbestimmtheit könnte erst dann ausgegangen werden, wenn eine derartige Ungenauigkeit erreicht wäre, die es ausschließen würde, dass die fragliche Angabe noch als konkret beschreibende Bezeichnung dienen kann (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 9. Aufl., § 8 Rdn. 252). Für eine solche Unbestimmtheit fehlen vorliegend indes konkrete Anhaltspunkte, weil der Begriff „Nationalbank“ in Zusammenhang mit den angemeldeten Dienstleistungen eine verständliche Sachaussage ergibt, die von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne analysierende Betrachtungsweise als solche verstanden wird.

Darüber hinaus spielt es - entgegen der Ansicht der Anmelderin - auch keine Rolle, dass in der Bundesrepublik keine „Nationalbank“ im Sinne der zitierten Definitionen existiert. Maßgeblich ist allein der Umstand, dass der Begriff eine Bank nach ihrer Gattung beschreiben kann und ein solcher Gattungsbegriff vom inländischen Verkehr als solcher wahrgenommen wird. Dass dies der Fall ist, belegen die bereits oben zitierten Belege aus der Internetrecherche. Eine weitere Analyse dahingehend, dass eine deutsche Nationalbank nicht existiert und eine ausländische Nationalbank möglicherweise nicht als Anbieter der begehrten Dienstleistungen auf dem deutschen Markt auftreten würde, wird der angesprochene Verkehr demgegenüber nicht vornehmen. Der Verkehr nimmt ein als Marke verwendetes Zeichen nämlich so auf, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer näheren analysierenden Bewertung zu unterziehen (vgl. EuG GRUR Int. 2008, 1037 (Nr. 30) - BioGenerix).

2.

Dem begehrten Zeichen fehlt auch die Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

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 (Nr. 29) - Maglite; EuGH GRUR 2004, 428 (Nr. 30 f.) - Henkel). Die Hauptfunktion der Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2005, 1042 (Nr. 23, 24) - Thomson LIFE; EuGH GRUR 2004, 943 (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. In Anbetracht des Umfangs des einer Marke verliehenen Schutzes gehen das Allgemeininteresse, das § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zugrunde liegt, und die wesentliche Funktion der Marke, die darin besteht, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung zu garantieren, um diese ohne Verwechslungsgefahr von denjenigen anderer Herkunft zu unterscheiden, offensichtlich ineinander über (EuGH GRUR 2004, 943 (Nr. 23, 27) - SAT.2). Die Prüfung der Herkunftsfunktion hat dabei 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; BGH GRUR 2009, 949 (Nr. 11) - My World; BGH BIPMZ 2010, 273 (275) - Roche-Kugel).

Die hier beanspruchte Wortkombination ist im Hinblick auf die angemeldeten Dienstleistungen nicht unterscheidungskräftig, denn das angesprochene Publikum wird ihr nicht den Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen entnehmen können. Eine Wortmarke, die, wie die hier begehrte Marke „National-Bank“, Merkmale von Waren oder Dienstleistungen beschreibt, fehlt nämlich regelmäßig 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.).

Des Weiteren fehlt die Unterscheidungskraft aber auch gebräuchlichen und sprachüblich gebildeten Wortzeichen, die in die Umgangssprache eingegangen sind und nur in diesem Sinne verstanden werden (BGH GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice; BGH GRUR 2009, 952 (Nr. 10) - DeutschlandCard m. w. N.; Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Auflage, § 8 Rd. 49).

Die Gebräuchlichkeit des begehrten Zeichens als beschreibenden Begriff wird durch die bereits erwähnten Anlagen 1 bis 7 belegt. Darüber hinaus existieren in verschiedenen deutschsprachigen Nachbarländern, wie Österreich und der Schweiz, deren Unternehmen (insbesondere Kreditinstitute) auch auf dem deutschen Markt Dienstleistungen der hier begehrten Art anbieten, sogenannte Nationalbankengesetze. Die Existenz solcher Gesetze lässt ebenfalls die Gebräuchlichkeit des Begriffs erkennen, die dazu führt, dass der angesprochene Verkehr mit dem Zeichen keinen Hinweis auf die Herkunft der Dienstleistung aus einem bestimmten Unternehmen, sondern auf eine nach bestimmten Regeln konzipierte Bank, verbinden wird.

Soweit die Anmelderin sich auf eine Branchenüblichkeit beruft, ist darauf hinzuweisen, dass die Internetrecherche des Senats gezeigt hat, dass der Begriff „Nationalbank“ als Beschreibung genutzt wird, so dass keine Anhaltspunkte für Kennzeichnungsgewohnheiten dergestalt erkennbar sind, dass der Verkehr geneigt wäre, das begehrte Zeichen als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen anzusehen.

Bender

Kätker

Dr. Hoppe

CI