



# BUNDESPATEENTGERICHT

25 W (pat) 18/14

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am  
2. Oktober 2014

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2009 021 846.3**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 24. Juli 2014 durch den Vorsitzenden Richter Knoll sowie die Richterinnen Grote-Bittner und Dr. Hoppe

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I.

Das Wort-/Bildzeichen



risikoagentur.

ist am 9. April 2009 für folgende Dienstleistungen zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister angemeldet worden:

Klasse 36:

Beratung bei der Auswahl von Bankinstituten und/oder Versicherungsunternehmen sowie Geldanlagehäusern, Vermittlung von Finanzierungen und Versicherungen sowie Geldanlagen, auch in Immobilien und/oder Wertpapiere, sofern diese Tätigkeit nicht bankmäßig geschieht; Beratung bei der Auswahl von Geldanlagen, auch in Immobilien, unter steuerlichen Gesichtspunkten unter Ausschluss von Steuerberatung; Beratung über die Voraussetzungen für die Inanspruchnahme von Fördermitteln, Zuschüssen, Subventionen und/oder Sozialleistungen, sofern diese Beratung keine Rechtsberatung darstellt; Vermittlung von Inkassodienst-

leistungen, Forderungsan- und -verkauf und Factoring; Vermögensaufbauplanung und -beratung; Vermittlung von Investoren

Klasse 35:

Hilfestellung bei der Ausfüllung von Antragsunterlagen von Kunden für Banken und/oder Versicherungen und/oder für Fördermittel sowie von Unterlagen für Geldanlagen

Klasse 42:

Entwicklung von Computersoftware für die vorgenannten Dienstleistungen.

Die Markenstelle für Klasse 36 hat die Anmeldung der Marke mit Beschluss vom 15. Juli 2010 nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG und aufgrund der hiergegen gerichteten Erinnerung mit Beschluss vom 13. August 2012 mangels hinreichender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Sie hat hierzu ausgeführt, dass das Zeichen aufgrund der grafischen Gestaltung leicht ersichtlich aus den Wortbestandteilen „risiko“ und „agentur“ bestehe. Der Begriff „Risiko“ bezeichne den möglichen negativen Ausgang bei einer Unternehmung, mit dem Nachteile, Verlust, Schäden verbunden seien bzw. das mit einem Vorhaben, Unternehmen o. Ä. verbundene Wagnis. „Agentur“ bezeichne eine Institution, die jemanden oder etwas vertrete oder jemanden oder etwas vermittele. Der Begriff „Agentur“ werde oftmals mit einem weiteren, vorangestellten Substantiv verbunden, das in der Regel den Gegenstand der Vermittlung durch die Agentur oder aber die Personen bzw. Personengruppen oder Unternehmen bezeichne, deren Interessen die fragliche Agentur vertrete. Die Tätigkeit einer Agentur sei aber nicht auf derartige Vermittlungstätigkeiten beschränkt, sondern stehe allgemein für ein Unternehmen, das insbesondere auch den durch seine Bezeichnung ersichtlichen Kernbereich abdecke. Vor diesem Hintergrund sei der zusammengesetzte Begriff „Risikoagentur“ sprachüblich gebildet und verfüge im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen über einen sachlichen Bedeutungsgehalt. Insbesondere werde

die Kombination „Risikoagentur“ in der Praxis bereits beschreibend verwendet als Synonym für eine Ratingagentur. Eine Risikoagentur ermittle Risiken und erbringe verschiedene damit zusammenhängende Dienstleistungen. Deshalb werde zumindest der angesprochene Verkehr die Wortkombination als beschreibenden Hinweis dahingehend verstehen, dass die hier beanspruchten Dienstleistungen von einer Risikoagentur dieser Art angeboten und erbracht würden. Die grafischen Elemente seien nicht geeignet, dem Zeichen eine hinreichende Unterscheidungskraft zu verleihen, da sie sich durchweg im Rahmen werbeüblicher Gestaltungen hielten. Dies gelte sowohl für die Darstellung der Wortelemente in Kleinschrift als auch für den nachgestellten Punkt und die weiteren grafischen Merkmale.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die der Auffassung ist, dass der angemeldeten Marke keine Schutzhindernisse entgegenstünden. Sie meint, das Amt sei irrig davon ausgegangen, dass die Unterscheidungskraft stets fehle, wenn ein beschreibendes Zeichen vorliege. Das Gegenteil sei aber der Fall, denn nur wenn ein Zeichen unterscheidungskräftig sei, könne es überhaupt beschreibend sein. Im Übrigen sei zu berücksichtigen, dass ein Zeichen, selbst wenn es aus zwei beschreibenden Bestandteilen zusammengesetzt sei, nicht stets auch im Gesamteindruck beschreibend sei. Vorliegend handele es sich bei der begehrten Wortkombination gerade nicht um einen beschreibenden Gattungsbegriff, sondern um die fantasievolle Kombination zweier beschreibender Zeichen, die in ihrer Kombination ein Kunstwort darstellten, das der Sprachgebrauch nicht kenne. Auch die von der Markenstelle vorgelegten Fundstellen seien nicht geeignet zu belegen, dass der Verkehr ein festes Vorstellungsbild von einer Risikoagentur habe, das für die Annahme einer beschreibenden Angabe notwendig sei. Die Anmelderin biete Dienstleistungen einer Ratingagentur, wie z. B. Risikobewertungen und Bonitätsanalysen, weder an noch habe sie solche im Dienstleistungsverzeichnis beansprucht. Dies könne ggf. auch noch durch einen Hinweis im Dienstleistungsverzeichnis („ohne die Dienste von Ratingagenturen“) verdeutlicht werden. Ratingagenturen zeichneten sich vielmehr durch ihre Unabhängigkeit vom Anlage- und Beratungsgeschäft aus und dürften daher nicht selbst über Geldanlagen beraten.

Auch im Übrigen sei nicht erkennbar, was die begehrten Dienstleistungen mit einer Ratingagentur zu tun hätten, da diese keinen Zusammenhang zu Risikower-tungen oder Bonitätsanalysen aufwiesen. Im Hinblick auf die von der Anmelderin beanspruchten Dienstleistungen sei daher nicht erkennbar, welche Produktmerk-male das Zeichen beschreiben solle. Insbesondere liege kein unmittelbarer Bezug zwischen Dienstleistung und Zeichen vor, ein solcher werde allenfalls vermutet und erfordere mehrere gedankliche Zwischenschritte. Es handele sich um ein Suggestivzeichen, bei dem der Verkehr erst eine geistige Transferleistung erbrin-gen müsse, um ihm inhaltliche Angaben zum Gegenstand der Dienstleistungen entnehmen zu können. Hinzu komme, dass eine Agentur stets vermittelnd tätig werde und sich gerade durch ihre Unabhängigkeit vom Anlage- und Beratungsges-chäft auszeichne. Bei den beanspruchten Dienstleistungen handele es sich indes nicht durchweg um Vermittlungstätigkeiten bzw. Vermittlung von Geldquellen und Beratungsdienste, so dass diese auch nicht von Agenturen erbracht würden.

Darüber hinaus bestehe im Hinblick auf § 23 Nr. 2 MarkenG kein Freihaltebedürf-nis, da diese Norm Dritten in hinreichendem Umfang eine beschreibende Verwen-dung des begehrten Zeichens ermögliche. Schließlich fehle der angemeldeten Marke auch nicht die erforderliche Unterscheidungskraft, weil die Anforderungen an die Unterscheidungseignung gering seien. Da das Zeichen nur einen mittelbar beschreibenden Bezug aufweise, fasse der Verkehr das Zeichen schon aufgrund der logoartigen Gestaltung des Terminus als Herkunftshinweis auf.

Die Anmelderin beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Juli 2010 und vom 13. Au-gust 2012 aufzuheben.

Zudem regt die Anmelderin an, die Rechtsbeschwerde zuzulassen.

Das Bundespatentgericht hat die Anmelderin unter Übersendung von Belegen aus dem Internet (im Folgenden zitiert als „Anlagen“) mit rechtlichem Hinweis vom 22. August 2013/3. September 2013 auf Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 MarkenG hingewiesen. Auch mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung hat der erkennende Senat darauf hingewiesen, dass der Anmeldung nach vorläufiger Einschätzung das Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle sowie auf die Schriftsätze der Anmelderin und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

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

Der angemeldeten Bezeichnung steht in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen jedenfalls das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, so dass die Markenstelle die Anmeldung zu Recht gem. § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen hat.

### 1.

Die angemeldete Marke kann mangels Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht eingetragen werden.

**a)** Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH

GRUR 2004, 428, Rn. 30, 31 - Henkel; BGH GRUR 2014, 569, Rn. 10 - HOT; BGH GRUR 2014, 872, Rn. 12 - Gute Laune Drops; BGH GRUR 2006, 850, Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006). Die Unterscheidungskraft ist im Hinblick auf jede Ware oder Dienstleistung, für die die Marke Schutz beansprucht, gesondert zu beurteilen (EUGH GRUR 2004, 674, Rn. 33 - Postkantoor; EuGH GRUR Int. 2005, 135, Rn. 19 - Maglite; BGH GRUR 2009, 411, Rn. 8 - STREETBALL). Die Prüfung der Herkunftsfunktion hat dabei streng und umfassend zu erfolgen, um die unangelegentlich Eintragung von Marken zu verhindern (EuGH GRUR 2004, 1027, Rn. 45 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; EuGH GRUR 2003, 604, Rn. 59 - Libertel; BGH GRUR 2009, 949, Rn. 11 - My World). Andererseits genügt aber ein Minimum an Unterscheidungskraft, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. EuGH GRUR Int. 2012, 914, Rn. 28 - WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH; BGH GRUR 2014, 872, Rn. 12 - Gute Laune Drops; BGH GRUR 2010, 1100, Rn. 10 - TOOOR!).

Bei der Beurteilung von Schutzhindernissen ist auf die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise abzustellen, wobei dies alle Kreise sind, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann.

Vorliegend richten sich die begehrten Dienstleistungen der Klassen 36 und 42 sowohl an Fachverkehrskreise als auch an Endverbraucher. Die in Klasse 35 beanspruchten Hilfsdienstleistungen bei der Ausfüllung von Antragsunterlagen richten sich demgegenüber vorrangig an Endverbraucher. Insoweit ist auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers dieser Dienstleistungen abzustellen (EuGH GRUR 2008, 608, Rn. 67 - EUROHYPO; BGH GRUR 2014, 872, Rn. 13 - Gute Laune Drops; BGH GRUR 2013, 731, Rn. 11 - Kaleido).

Maßgeblicher Beurteilungszeitpunkt für die Prüfung von Eintragungshindernissen - und damit auch für die Ermittlung des Verkehrsverständnisses - ist der Zeitpunkt der Anmeldung (zum maßgeblichen Zeitpunkt vgl. BGH GRUR 2014, 872, Rn. 10 - Gute Laune Drops; BGH GRUR 2014, 483, Rn. 22 - test; BGH WRP

2014, 576, Rn. 10 - smartbook for smart people; BGH GRUR 2013, 1143, Rn. 15 - Aus Akten werden Fakten; EuGH MarkenR 2010, 439, Rn. 41 - 57 - FLUGBÖRSE).

**b)** Die Unterscheidungskraft fehlt, wenn der Verkehr in dem Zeichen lediglich die Bezeichnung einer abstrakten Verkaufs- oder Vertriebsstätte für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen erkennt. Hierbei kann dahinstehen, ob es sich dabei um Angaben i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG handelt, die der unmittelbaren Beschreibung dienen (so BPatG 33 W (pat) 137/09 - National-Bank; BPatG 33 W (pat) 528/11- Ethikbank, veröffentlicht auf der Homepage des BPatG), denn nach der Rechtsprechung des EuGH und des BGH fehlt die Unterscheidungskraft nicht nur Angaben, denen der Verkehr für die fraglichen Produkte einen unmittelbar beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet; vielmehr kann diese auch aus anderen Gründen fehlen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 - Postkantoor). So mangelt es vor allem auch solchen Angaben an hinreichender Unterscheidungskraft, die sich auf Umstände beziehen, die zwar die beanspruchten Produkte selbst nicht unmittelbar beschreiben, die aber einen beschreibenden Begriffsinhalt haben oder die einen engen beschreibenden Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen herstellen, so dass die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und deshalb in der Bezeichnung kein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Produkte sieht (BGH GRUR 2014, 872, Rn. 16 - Gute Laune Drops; BGH GRUR 2014, 569, Rn. 17 - HOT; BGH GRUR 2009, 952, Rn. 10 - DeutschlandCard; BGH GRUR 2012, 1143, Rn. 9 - Starsat).

Vor diesem Hintergrund ist eine Bezeichnung, die in erster Linie als Umschreibung eines Ortes bzw. Geschäftsbetriebes verstanden wird, an bzw. bei dem üblicherweise die betroffenen Waren oder Dienstleistungen vertrieben werden, nicht geeignet, den Bezug zu einem bestimmten Unternehmen herzustellen, um die Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer kennzeichnend abzugrenzen (vgl. die Senatsentscheidungen 25 W (pat) 70/09 - CHOCO-

LATERIA; 25 W (pat) 6/10 - BIOTEEMANUFAKTUR; 25 W (pat) 200/09 - Kaffeerösterei Freiburg; 25 W (pat) 69/10 - Tea Lounge; BPatG 25 W (pat) 27/12 - Landbackhaus, alle veröffentlicht auf der Homepage des BPatG). Bezeichnungen, welche nur auf irgendeine von vielen Vertriebsstätten der betreffenden Gattung hinweisen und vom Verkehr daher in der Regel nicht mit einem ganz bestimmten Unternehmen in Verbindung gebracht werden, sind daher als Herkunftshinweis nicht geeignet und somit in Bezug auf in solchen Vertriebsstätten üblicherweise angebotene Waren und Dienstleistungen nicht eintragbar (vgl. 25 W (pat) 70/09 - CHOCOLATERIA; 25 W (pat) 6/10 - BIOTEEMANUFAKTUR; 25 W (pat) 200/09 - Kaffeerösterei Freiburg; 25 W (pat) 69/10 - Tea Lounge; BPatG 25 W (pat) 27/12 - Landbackhaus).

Ausgehend davon wird der hier angesprochene Verkehr die angemeldete Bezeichnung „risikoagentur“ im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen lediglich als gattungsgemäße Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs erkennen, der sich mit Risiken beschäftigt, nicht aber als Hinweis auf eine bestimmte betriebliche Herkunft der so bezeichneten Produkte.

**c)** Das begehrte Zeichen setzt sich zusammen aus den Worten „risiko“ und „agentur“ mit einem nachfolgenden Punkt. Zwischen den beiden Begriffen ist zwar nicht der übliche Wortabstand eingehalten, die Einzelbegriffe bleiben aber insbesondere infolge der grauen Unterlegung des Elements „risiko“ und der unterschiedlichen Gestaltung der Schrift klar erkennbar.

Der Begriff „Risiko“ bezeichnet, wie die Markenstelle zutreffend dargelegt hat, den möglichen negativen Ausgang bei einer Unternehmung, mit dem Nachteile, Verlust oder Schäden verbunden sein können bzw. das mit einem Vorhaben, Unternehmen o. Ä. verbundene Wagnis (vgl. Anlage 2 aus der Internetrecherche).

Der Begriff „Agentur“ bezeichnet zum einen eine Institution, die jemandem oder etwas vertritt bzw. vermittelt; darüber hinausgehend wird „Agentur“ aber auch als

Synonym für eine Filiale, Niederlassung, Zweig- oder Geschäftsstelle verwendet (vgl. dazu DUDEN, Das Bedeutungswörterbuch, 4. Aufl., Anlage 2b aus der Internetrecherche des Senats). Die Tätigkeit einer solchen Agentur beschränkt sich nach dem Verkehrsverständnis nicht auf reine Vermittlungstätigkeiten, sondern umfasst auch sonstige Geschäftstätigkeiten, wie bspw. Beratungsdienste. Dem Wort „Agentur“ wird in Wortkombinationen häufig ein Substantiv vorangestellt, das den Gegenstand bzw. Tätigkeitsbereich des Unternehmens oder dessen Branchenzugehörigkeit präzisiert. Dem entsprechend existieren bspw. Werbeagenturen, Reiseagenturen, Presseagenturen, Nachrichtenagenturen, Handelsagenturen, Versicherungsagenturen, Kommunikationsagenturen, Ratingagenturen und Immobilienagenturen.

Die angemeldete Begriffskombination „risikoagentur“ entspricht diesem Begriffsbildungsprinzip, indem sie auf ein Unternehmen hinweist, das sich mit Risiken beschäftigt, wozu insbesondere die Be- und Auswertung von Risiken durch spezielle Risikoanalysen oder Bonitätsbewertungen gehört. Dabei beschränkt sich das Begriffsverständnis bei der angemeldeten Gesamtbezeichnung nicht darauf, dass „Risiken vermittelt werden“, sondern legt - gerade im Zusammenhang mit solchen Dienstleistungen, bei denen Risiken zu erkennen und/oder zu bewerten sind - ein Verständnis in der Form nahe, dass im Rahmen eines Agenturangebots diese Risiken berücksichtigt werden. Ein in diesem Sinne agierendes Unternehmen kann auch die von der Anmelderin beanspruchten Dienstleistungen erbringen, denn auch bei diesen spielt die Analyse und Bewertung damit verbundener finanzieller und/oder unternehmerischer Risiken eine gewichtige Rolle. Dabei kommt es nicht darauf an, ob es sich um typische Dienstleistungen einer Ratingagentur handelt, da der Begriff „Risikoagentur“ lediglich allgemein auf ein Unternehmen hinweist, das sich mit Risiken beschäftigt, ohne dass damit eine Beschränkung auf eine neutrale Gutachtertätigkeit verbunden wäre. Vor diesem Hintergrund wäre auch der von der Anmelderin in Aussicht gestellte Disclaimer, durch den die Dienste einer Ratingagentur ausgeschlossen werden sollen, nicht

geeignet, von dem sachbezogenen Aussagegehalt der Bezeichnung „Risikoagentur“ wegzuführen.

Darüber hinaus wird der Verkehr unter einer Risikoagentur auch ein Unternehmen verstehen, das Dienstleistungen ausschließlich im Interesse des Kunden anbietet oder vermittelt. Selbst wenn Agenturen oftmals im Namen und Interesse eines anderen Unternehmens auftreten, sprechen keine zureichenden Umstände dafür, das Verkehrsverständnis hierauf zu beschränken. Der Bezeichnung „Agentur“ ist die Abhängigkeit von einem Drittunternehmen nämlich nicht immanent. Vielmehr kann auch eine Werbe-, Reise- oder Presseagentur Dienstleistungen als unabhängiges, im Interesse des Kunden handelndes Unternehmen erbringen, so dass der Verkehr auch einer Risikoagentur einen entsprechend weiten Tätigkeitsbereich zuordnen wird.

Auch die Kombination der bekannten Substantive „Risiko“ und „Agentur“ ist nicht geeignet, dem Zeichen Unterscheidungskraft zu verleihen. Zwar ist es grundsätzlich nicht ausgeschlossen, dass sich zwei Sachangaben durch ihre Zusammenstellung zu einer unterscheidungskräftigen Bezeichnung verbinden. Voraussetzung hierfür wäre aber, dass ein merklicher und schutzbegründender Unterschied zwischen der Kombination und der bloßen Summe ihrer Bestandteile besteht (vgl. EuGH GRUR 2004, 680, Rn. 39 - 41 - Biomild). Das angemeldete Zeichen weist jedoch keine solche ungewöhnliche Struktur oder weitere Besonderheiten syntaktischer oder semantischer Art auf. Vielmehr entspricht der Begriff „risikoagentur“ in seiner sprachlichen und grammatikalischen Ausgestaltung üblichen Wortzusammensetzungen mit dem Bestandteil „Agentur“. Daran vermag auch die Kleinschreibung nichts zu ändern, weil der Verkehr daran schon aufgrund der üblicherweise in Kleinschreibung wiedergegebenen E-Mailadressen gewöhnt ist. Gerade wegen des der angemeldeten Wortkombination nachfolgenden Punktes, der ebenfalls typisch für E-Mailadressen ist, wird er der Kleinschreibung daher keinerlei Bedeutung beimessen, die von dem üblichen Begriffsgehalt der Wortkombination wegführen würde.

Angesichts dieses erkennbaren Begriffsinhaltes des Kombinationszeichens und des fehlenden Bedeutungsüberschusses der Gesamtbezeichnung wird der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 36, 35 und 42 die Bezeichnung „risikoagentur“ ausschließlich als Hinweis auf (irgend)eine „Agentur“, also eine Geschäftsstelle, erkennen, die sich mit Risiken, insbesondere finanziellen Risiken bzw. Risiken bei der Geld- und Kapitalanlage beschäftigt und diese ggf. bei der Erbringung ihrer vermittelnden und/oder beratenden Tätigkeit berücksichtigt.

Gerade bei den von der Anmelderin in der Klasse 36 begehrten Dienstleistungen, wie z. B. der Beratung und Vermittlung von Geldanlagen sowie der Vermögensaufbauplanung und -beratung, der Vermittlung von Versicherungen oder dem Forderungsan- und -verkauf kommt der sorgfältigen Analyse und Bewertung von damit zusammenhängenden Risiken, nämlich eine bedeutsame Rolle zu.

Dabei können diese Dienstleistungen auch von einer Agentur erbracht werden, die die maßgeblichen Geschäfte lediglich vermittelt oder darüber berät, ohne selbst Bankgeschäfte im Sinne von § 1 Abs. 1 S. 2 KWG zu erbringen. Insbesondere kann eine solche Agentur auch Finanzdienstleistungen im Sinne von § 1 Abs. 1a S. 2 KWG anbieten, wie z. B. Anlagevermittlung, Anlageberatung und Factoring, ohne hierzu selbst „bankmäßig“ tätig zu werden, so dass mit dem Zeichen ein enger beschreibender Bezug zu dem Erbringer der Dienstleistung hergestellt wird.

Zudem erwartet der Verkehr in einer als „risikoagentur“ bezeichneten Vertriebsstätte nicht nur Risikobewertungen, sondern auch damit zusammenhängende Dienstleistungen, wie die in Klasse 35 und 42 angemeldeten Tätigkeiten. Die in Klasse 35 begehrten Dienstleistungen stellen Hilfsdienstleistungen im Zusammenhang mit risikobehafteten Geschäften dar und können daher ebenfalls von einer Risikoagentur erbracht werden. Die in Klasse 42 angemeldeten Leistungen können zudem auf die Entwicklung einer Software speziell für Risikoagenturen gerichtet sein und damit deren Art und Bestimmung beschreiben. Zudem kann

eine Risikoagentur ihren Kunden im Rahmen ihrer Dienstleistungstätigkeit, wie z. B. der Anlageberatung, als Nebendienstleistung eine spezielle Software anbieten, mittels derer eine Risikobewertung vorgenommen werden kann.

**d)** Der fehlenden Unterscheidungskraft steht der Einwand der Anmelderin, dass Agenturgeschäfte dadurch gekennzeichnet seien, dass die Agentur im Namen und Interesse eines anderen Unternehmens auftrete, wovon sich das Konzept der Anmelderin unterscheidet, nicht entgegen. Zum einen ist der Begriff „Agentur“ - wie bereits dargelegt - seinem Bedeutungsgehalt nach nicht auf ein bestimmtes Unternehmenskonzept beschränkt, so dass er auch Dienstleistungen unabhängiger Unternehmen erfasst. Zum anderen sind Eintragungshindernisse grundsätzlich losgelöst von der Person des Anmelders und eines im Dienstleistungsverzeichnis nicht zum Ausdruck kommenden Geschäftsmodells zu beurteilen (vgl. dazu BGH GRUR 2006, 503, Rn. 10 - Casino Bremen; BGH GRUR 1993, 43, 45 - Römigberg), weil dieser mit der Eintragung des angemeldeten Zeichens ein Recht erwirbt, das vom Fortbestehen seines Namens oder Unternehmenskonzeptes unabhängig ist und das er auf einen Dritten übertragen kann (vgl. BGH GRUR 2012, 276, 277 - Institut der Norddeutschen Wirtschaft e.V.).

Maßgeblich ist daher allein die Frage, ob die Ausgestaltung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses Anhaltspunkte für eine bestimmte Art der Dienstleistungsausübung beinhaltet. Das ist vorliegend indes nicht der Fall, da die begehrten Dienstleistungen sowohl von einer im Namen und Interesse von Drittunternehmen handelnden Zweigstelle als auch von einem unabhängigen Unternehmen erbracht werden können.

**e)** Entgegen der Auffassung der Anmelderin genügt auch die grafische Ausgestaltung des Zeichens nicht, um der Marke zur Eintragung zu verhelfen.

Besteht eine Marke aus mehreren Elementen, ist bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft allerdings von der Gesamtheit der Marke auszugehen (EuGH

GRUR 2004, 943, Rn. 28 - SAT.2; BGH GRUR 2014, 872, Rn. 13 - Gute Laune Drops). Dabei hat sich die Prüfung darauf zu erstrecken, ob die Marke als solche, jedenfalls mit einem ihrer Elemente, den Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt (BGH GRUR 2014, 872, Rn. 13 - Gute Laune Drops; BGH GRUR 2008, 710, Rn. 13 - VISAGE). Sind bei aus Wort- und Bild- oder sonstigen grafischen Elementen bestehenden Kombinationszeichen Wortelemente als solche - wie hier - nicht unterscheidungskräftig, so kann die Schutzfähigkeit solcher Zeichen nur dann durch ihre bildlich-grafische Ausgestaltung begründet werden, wenn diese sich nicht in rein dekorativen Hervorhebungsmitteln erschöpft oder ausschließlich die sachbezogenen Aussagen der Wortbestandteile illustriert, sondern eigene charakteristische Merkmale aufweist (vgl. Ströbele/Hacker, Marken-gesetz, 10. Aufl., § 8 Rn. 154 m. w. N.). Hierfür genügen einfache grafische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbilds, an die der Verkehr durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt ist, nicht (vgl. BGH GRUR 2014, 569, Rn. 32 - HOT; BGH GRUR 2008, 710, Rn. 20 - VISAGE; BGH GRUR 2001, 1153 - anti KALK).

Bei der hier gewählten ovalen Umrahmung und grauen Unterlegung des ersten Wortbestandteils „risiko“ handelt es sich um ein werbeübliches Mittel. Auch die übrigen grafischen Elemente, insbesondere die gewählten Schriftarten, die unterschiedliche Schriftfarbe der beiden Wortelemente und der Punkt am Ende des Zeichens, heben sich bei der vorzunehmenden Gesamtbetrachtung nicht derart von üblichen, rein dekorativen Hervorhebungsmitteln ab, dass sie eine hinreichende, den schutzunfähigen Charakter der Wortbestandteile aufhebende, kennzeichnungskräftige Verfremdung des Gesamteindrucks der Marke bewirken könnten (vgl. zu fehlender Eintragungsfähigkeit trotz ähnlicher oder sogar weitergehender Gestaltungsmerkmale: BGH GRUR 2014, 872, Rn. 32 ff. - Gute Laune Drops; BGH GRUR 2001, 1153 - anti KALK; EuG T-425/07 Rn. 27 - 100; EuG GRUR Int. 2003, 834, Rn. 33 - 37 - Best Buy, bestätigt durch EuGH C-92/10 Rn. 56 - Best Buy; vgl. EuG T-64/09 Rn. 42 - >packaging; BGH GRUR 1997, 634 Ziff. 3b) - TURBO; EuG T-487/09 Rn. 38 f. - ReValue).

**2.**

Ob hier neben dem Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auch das Hindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gegeben ist, kann letztlich offen bleiben, da hinsichtlich aller beanspruchten Dienstleistungen das Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft gegeben ist. Jedenfalls aber würde auch das Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG - entgegen der Ansicht der Anmelderin - nicht überwunden, wenn ein beschreibender Gebrauch des Zeichens nach § 23 Nr. 2 MarkenG nicht untersagt werden könnte. § 23 Nr. 2 MarkenG stellt nämlich lediglich eine zusätzliche Sicherung der Mitbewerber dar, soweit deren Interesse an der Verwendbarkeit beschreibender Angaben im Markeneintragungsverfahren nicht ausreichend berücksichtigt worden sein sollte (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, Rn. 28 - Chiemsee; EuGH GRUR 2003, 604, Rn. 57 - 59 - Libertel, jeweils zu Art. 6 Abs. 1 b) Markenrichtlinie auf dem § 23 Nr. 2 MarkenG beruht), ohne dass daraus ein Recht abgeleitet werden könnte, solche beschreibenden Angaben als Marke eintragen zu lassen.

**3.**

Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist nicht veranlasst. Der Senat hat die Frage der Eintragungsfähigkeit der angemeldeten Marke aufgrund der nach der Rechtsprechung des EuGH und des BGH maßgeblichen Kriterien beurteilt. Dabei war weder eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden (§ 83 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) noch ist die Zulassung der Rechtsbeschwerde zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erforderlich (§ 83 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Entgegen der vom Verfahrensbevollmächtigten der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung geäußerten Rechtsauffassung handelt es sich bei der angemeldeten Marke insbesondere weder um eine mittelbar beschreibende Angabe noch um ein Suggestivzeichen, das in irgendeiner Form grundsätzliche Rechtsfragen im Zusammenhang mit der Beurteilung der markenrechtlichen Schutzfähigkeit aufwerfen würde.

**III.**

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Beschluss kann die Anmelderin das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Knoll

Grote-Bittner

Dr. Hoppe