



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 82/12

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 046 931.5

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts im schriftlichen Verfahren am 7. Januar 2015 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Mittenberger-Huber sowie der Richterinnen Uhlmann und Akintche

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

b.connected

ist am 5. August 2010 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für nachfolgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Personalberatung, Personalwerbung; Personalanwerbung; Beratung in Bezug auf Management- und Organisationsentwicklung; geschäftliche und berufliche Online-Vernetzung, nämlich Kontaktpflege mit und zwischen Praktikanten und Studenten; Online-Werbung; Auskunftsdienste in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Vermittlung von Geschäftskontakten; Bereitstellung und Ermöglichung der gemeinsamen Nutzung von geschäftlichen und beruflichen Informationen, die Möglichkeiten zum Knüpfen von geschäftlichen und beruflichen Verbindungen bieten; computergestützte Datei- und Datenbankverwaltung; alle vorstehend genannten Dienstleistungen insbesondere über Online-Datennetze;

Klasse 38: Elektronische Übertragung von Daten und Bildern über Computer- und Kommunikationsnetze, einschließlich über das Internet; Bereitstellung von Zugang, Hochlademöglichkeit und gemeinsamer Nutzung über Computer- und Kommunikationsnetze, einschließlich Internet, in Bezug auf Texte, elektronische Dokumente, Datenbanken, Grafiken, Bilder und audiovisuelle Materialien und Informationen; E-Mail-Dienste; unmittelbare elektronische Nachrichtenübermittlung;

Mailbox-Dienste; Video-Chatdienste; Videokonferenzen; Bereitstellung von virtuellen Einrichtungen für Echtzeitinteraktionen zwischen Computernutzern; Voice-Mail-Dienste; Bereitstellung des Zugangs zu elektronischen Anschlagtafeln; Portale (Bereitstellung des Zugangs zu Websites/Suchmaschinen); Bereitstellung des Zugangs zu Computernetzen;

Klasse 41: Erziehung, Ausbildung; Organisation und Veranstaltung von Seminaren, Symposien, Workshops und Konferenzen; Veranstaltung von Wettbewerben; Fernkurse; Fernunterricht; Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte); Bereitstellen von elektronischen Publikationen (nicht herunterladbar); Berufsberatung; Personalentwicklung durch Aus- und Fortbildung.

Mit Beschlüssen vom 14. November 2011 und 31. Mai 2012, von denen letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 35 die Anmeldung gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft und des Bestehens eines Freihaltungsbedürfnisses zurückgewiesen. Die an eine Internetadresse erinnernde englische Wortkombination bedeute „sei verbunden“ oder auch „verbunden sein“, wobei der Buchstabe „b“ für das englische Verb „(to) be“ stehe. In ihrer Gesamtheit weise das Zeichen demnach auf eine Internetverbindung zum Anbieter hin bzw. stelle eine bewerbende Aufforderung dar, mit dem Anbieter online verbunden zu sein und auf diesem Wege die Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Sämtliche Dienstleistungen könnten auf dem Wege einer Online-Verbindung erbracht werden oder dienen der Umsetzung dieses Angebots. Die recherchierten zahlreichen Einträge in Google zeigten, dass Anbieter gerade mit dieser Bezeichnung auf ihr Angebot mit der Aufforderung, mit ihnen in Verbindung zu treten, aufmerksam machten. Schließlich sei es seit längerem üblich, die verschiedensten Angebote mit Zahlen und Buchstaben zu bewerben, die im Englischen ausgesprochen eine klare Botschaft vermittelten.

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

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 14. November 2011 und 31. Mai 2012 aufzuheben.

Sie vertritt die Ansicht, dass im geschäftlichen Verkehr der in Rede stehenden Dienstleistungen eine SMS-Kurzsprache fehl am Platze sei, weil hier seriös kommuniziert werde. Deshalb liege die Annahme fern, der Verkehr werde den Buchstaben bei einer unternehmerischen Dienstleistung unmittelbar im Sinne einer solchen Sprache, mithin als „(to) be“ verstehen. Vielmehr komme dem Buchstaben „b“ im Business-Sektor die Bedeutung „Business“ zu, wie die Kürzel „b2b“ oder „b2c“ zeigten. In der Bedeutung „Geschäftsbetrieb.verbunden“ besitze das Zeichen keinen unmittelbar beschreibenden Charakter; es könne auch nicht mit „geschäftlich verbunden“ übersetzt werden, weil dies eine analysierende und zergliedernde Betrachtung voraussetze. Aber selbst in der Bedeutung „sei verbunden/sei vernetzt“ ergebe sich in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen kein beschreibender Sinn. Zu berücksichtigen sei zudem, dass der Name der Anmelderin weltweit ein Begriff sei und in der Vergangenheit mit dem Logo, bestehend aus einem „b“ unterstützt wurde. Der Bestandteil „b.“ solle und könne daher auch als direkter Hinweis auf die Anmelderin verstanden werden; dementsprechend seien für die Anmelderin oder ihre Schwestergesellschaften beim DPMA und beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) bereits „b.“-Marken eingetragen worden. Schließlich beruft sich die Beschwerdeführerin auf eine Reihe von Voreintragungen von Wortmarken beim HABM und beim DPMA insbesondere mit dem Bestandteil „connected“. Zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung regt sie die Zulassung der Rechtsbeschwerde zum Bundesgerichtshof oder die Vorlage an den Europäischen Gerichtshof an.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

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

Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens „b.connected“ als Marke gemäß §§ 33 Abs. 2, 41 MarkenG steht hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

1. Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2010, 228 Rn. 33 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2013, 731 Rn. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 270 Rn. 8 - Link economy). Die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2014, 565 Rn. 12 - smartbook; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 - Starsat; GRUR 2010, 1100 Rn. 10 - TOOOR!).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 15 - Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rn. 24 - Ma-

trätzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943 Rn. 24 - SAT 2; BGH WRP 2014, 449 Rn. 11 - grill meister). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 - Henkel; BGH GRUR 2014, 573 Rn. 11 - HOT; a.a.O. Rn. 12 - Link economy; MarkenR 2000, 420 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 - Postkantoor; BGH, a.a.O. Rn. 11 - Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH a.a.O. Rn. 20 – TOOOR!; GRUR 2010, 640 Rn. 13 - hey!).

An die Beurteilung der Unterscheidungskraft von Wortfolgen und Slogans sind keine strengeren Maßstäbe anzulegen als bei sonstigen Wortzeichen (EuGH GRUR Int. 2012, 914 Rn. 25 - Smart/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; a.a.O. Rn. 36 - Audi/HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2004, 1027, Rn. 33 und 34 - Erpo Möbelwerk [Das Prinzip der Bequemlichkeit]; BGH GRUR 2014, 872 Rn. 14 - Gute Laune Drops; GRUR 2014, 565 Rn. 14 - smartbook). Nicht gerechtfertigt ist es daher, das Kriterium der Unterscheidungskraft zu ersetzen oder von ihm abzuweichen, etwa dergestalt, dass die sloganartige Wortfolge phantasievoll sein und ein begriffliches Spannungsfeld, das einen Überraschungs- und damit Merkeffekt zur Folge habe, aufweisen müsse (vgl. EuGH a.a.O. Rn. 38 und 39 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; a.a.O. Rn. 31 und 32 - Erpo Möbelwerk [Das Prinzip der Bequemlichkeit]; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft). Gleichwohl werden

Wortmarken in Form von Werbeslogans vom Verkehr nicht notwendig in gleicher Weise wahrgenommen wie andere Markenkategorien. Insoweit ist bei Slogans, die eine im Vordergrund stehende Werbefunktion ausüben, dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Durchschnittsverbraucher aus solchen Slogans gewöhnlich nicht auf die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen schließen. Wortfolgen, die nach Art eines Slogans gebildet sind, wird der Verkehr daher als eine Beschreibung oder Anpreisung des Inhalts oder Gegenstands entsprechender Waren und Dienstleistungen auffassen (vgl. EuGH a.a.O. Rn. 35 - Erpo Möbelwerk [Das Prinzip der Bequemlichkeit]; BGH GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft). Demgegenüber können Indizien für die Eignung als betrieblicher Herkunftshinweis - auch wenn sie keine notwendige Voraussetzung für die Feststellung der Unterscheidungskraft darstellen - die Kürze, eine gewisse Originalität sowie die Prägnanz einer Wortfolge sein. Auch die Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit einer Wortfolge kann einen Anhaltspunkt für eine hinreichende Unterscheidungskraft bieten (EuGH a.a.O. Rn. 47 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2013, 552 Rn. 9 - Deutschlands schönste Seiten). Dabei dürfen die Anforderungen an die Eigenart im Rahmen der Bewertung nicht überspannt werden. Auch einer für sich genommen eher einfachen Aussage kann nicht von vornherein die Eignung zur Produktidentifikation abgesprochen werden (vgl. EuGH a.a.O. Rn. 25–30 - Smart/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; BGH GRUR 2009, 949 Rn. 12 - My World).

2. Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG genügt das angemeldete Zeichen „b.connected“ nicht, denn es erschöpft sich in einer sachbezogenen Werbeaufforderung.

a) Bei der Beurteilung des Verständnisses des Anmeldezeichens ist je nach konkret beanspruchter Dienstleistung auf Unternehmensinhaber bzw. Angehörige der unternehmerischen Führungsebene (insbesondere in Bezug auf einen

Teil der Dienstleistungen der Klasse 35), den Fachverkehr sowie auch auf das allgemeine Publikum (u.a. Studenten, Praktikanten, Interessierte an Aus- und Fortbildung bzw. an Internetdiensten) abzustellen.

b) Das angemeldete Zeichen setzt sich aus dem Buchstaben „b“ und dem damit durch einen Punkt verbundenen englischen Wort „connected“ zusammen.

Das englische Wort „connected“ bedeutet „verbunden, angeschlossen“ (PONS Online-Wörterbuch). „To connect“ gehört mit seiner Bedeutung „verbinden“ zum englischen Grundwortschatz (Klett, Grund- und Aufbauwortschatz, 1990) und ist damit dem überwiegenden Teil des Verkehrs bekannt. Im Bereich der Telekommunikation werden die Begriffe „connect“ oder „connected“ verwendet, um auf vorhandene oder herzustellende (Online- oder Telekommunikations-) Verbindungen hinzuweisen; zum Teil stehen sie synonym für „online“, also für „in direkter Verbindung mit einer Datenverarbeitungsanlage bzw. mit einem Netzwerk arbeitend“ (so schon der bereits von der Markenstelle zitierte Beschluss des BPatG vom 13.12.2000, 29 W (pat) 147/99 – Baden-Württemberg: Connected).

Ferner wird der Begriff „connected“ angesichts der Tatsache, dass das entsprechende Substantiv „Connection“ bereits in die deutsche Umgangssprache mit der Bedeutung „Beziehung, Verbindung (die für jemanden nützlich ist, ihm Vorteile verschafft)“ eingegangen ist (vgl. DUDEN unter www.duden.de) und nicht zuletzt im Hinblick auf die Redewendung „(gute) Connections haben“ (= gute Beziehungen/Verbindungen haben, die einem Vorteile verschaffen; vernetzt sein) auch in dieser Bedeutung „(gut, vorteilhaft) vernetzt, verbunden“ ohne weiteres verstanden.

Der weitere Bestandteil, der Buchstabe „b“, ist zwar lexikalisch als Abkürzung mit vielen unterschiedlichen Bedeutungen erfasst; in der für die Schutzfähigkeitsprüfung maßgeblichen Beurteilung des Gesamtzeichens und unter Berück-

sichtigung der beanspruchten Dienstleistungen konkretisiert sich jedoch die Bedeutung des Buchstabens. So drängt sich „b“ hier zwanglos als Kurzwort für das englische Verb „(to) be“ auf; der Buchstabe und das Verb werden im Englischen klangidentisch ausgesprochen. Wegen dieses Effekts ist die Ersetzung von „(to) be“ durch „b“ nicht nur im Netzjargon (auch im deutschen Sprachraum in Chats, Diskussionsforen, SMS und E-mails) äußerst beliebt und in Gebrauch, wie die der Beschwerdeführerin vorab übersandten Nachweise betreffend die Abkürzungen BBL = Be Back Later, BBS = Be Back Soon, BRB= Be Right Back und auch Kombinationen mit 2b = to be zeigen. Alle diese Abkürzungen können in der Schreibweise (vor allem in der Groß- und Kleinschreibung) variieren, oft werden sie aus Bequemlichkeitsgründen klein geschrieben (vgl. Wikipedia, Stichwort: Netzjargon). Ungeachtet des Umstands, dass sich ohnehin ein großer Teil der beanspruchten Dienstleistungen auch an den Endverbraucher – im Bereich der Dienstleistungen der Klasse 38 also auch an sog. „digital natives“, mithin die jüngeren User, die den Chatslang kreiert haben -, wenden, sind entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin solche Abkürzungen und Akronyme auch in der „seriösen“ Geschäftssprache, insbesondere im Büroalltag und in geschäftlichen E-mails durchaus üblich (vgl. „tbd/TBD“ = to be decided, to be determined“ unter www.n-joy.de: die populärsten Büroabkürzungen, *business-abkürzungen* und unter www.urbandictionary.com: TBD Acronym for „to be determined“. Commonly used in business.).

Hinsichtlich des angemeldeten Zeichens „b.connected“ in seiner Gesamtheit - ausgesprochen wie „be connected“ - drängt sich wegen dieser üblichen Ersetzung und gerade in der konkreten, sprachregelgerechten Zusammensetzung zu einem Imperativ der Bedeutungsgehalt „Sei verbunden!“ auf, ohne dass eine analysierende Betrachtung oder mehrere Gedankenschritte notwendig wären. Der Punkt zwischen dem Buchstaben und dem Wort verstärkt, weil er an eine Internetadresse erinnert, den Inhalt der Aussage. Das Anmeldezeichen ist für die angesprochenen Verkehrskreise daher - entgegen der Auffassung der Anmelderin - ohne weiteres verständlich im Sinne einer Aufforderung, Verbindun-

gen einzugehen oder aufrecht zu halten. Angesichts der Begriffsfacetten von „connected“ kann sich diese Aufforderung sowohl auf technische wie auch persönlich/geschäftliche Verbindungen beziehen.

c) Das Anmeldezeichen enthält nur eine werbeübliche und dienstleistungsbezogene Anpreisung.

Aus den vorab an die Beschwerdeführerin versandten Recherchebelegen des Senats geht hervor, dass die Wortfolge „Be connected“ bzw. Aussagen mit dem Begriff „connection“ und damit vergleichbare Slogans (z.B. More connected, Feel connected, Brains connected, Well connected, Be Connected, Stay connected, Keeping you connected, Just get connected, Well connected.Always, Get connected., Get connected!, You´re always connected., We´re better connected., Be connected, better., Connected thinking, No one´s better connected) in der Werbesprache zum Zwecke der sachlichen Anpreisung von Waren und Dienstleistungen auch in den hier betroffenen Bereichen der Telekommunikation, der Internetdienste, der (Personal)Beratung und des Marketings bereits häufig eingesetzt werden. Ferner ist die Verwendung von Imperativformen - auch in englischer Sprache - in der Werbung üblich (vgl. Wörterbuch der Werbesprache, Rothfuss Verlag, Kapitel Satzgestaltung, Stichwort „Aufforderung“) und der Verkehr ist daran gewöhnt, durch Aussagen mit Aufforderungscharakter auf sachliche Eigenschaften hingewiesen zu werden (vgl. u.a. BPatG, Beschluss vom 19.06.2012, 24 W (pat) 77/10 – beCertified; Beschluss vom 27.11.2012, 33 W (pat) 556/11 – Beactiv; Beschluss vom 17.02.2009, 33 W (pat) 89/07 - saugauf).

Vor diesem Hintergrund hat das Anmeldezeichen „b.connected“ in der Bedeutung „Sei Verbunden“ im Hinblick auf die hier angemeldeten Dienstleistungen der Klasse 38 *„Elektronische Übertragung von Daten und Bildern über Computer- und Kommunikationsnetze, einschließlich über das Internet; Bereitstellung von Zugang, Hochlademöglichkeit und gemeinsamer Nutzung über Computer-*

und Kommunikationsnetze, einschließlich Internet, in Bezug auf Texte, elektronische Dokumente, Datenbanken, Grafiken, Bilder und audiovisuelle Materialien und Informationen; E-Mail-Dienste; unmittelbare elektronische Nachrichtenübermittlung; Mailbox-Dienste; Video-Chatdienste; Videokonferenzen; Bereitstellung von virtuellen Einrichtungen für Echtzeitinteraktionen zwischen Computernutzern; Voice-Mail-Dienste; Bereitstellung des Zugangs zu elektronischen Anschlagtafeln; Portale (Bereitstellung des Zugangs zu Websites/Suchmaschinen); Bereitstellung des Zugangs zu Computernetzen“, die alle im Zusammenhang mit Kommunikationsnetzen stehen, nur den Charakter einer sachlichen Aufforderung, derartige (technische) Verbindungen durch Inanspruchnahme des Dienstleistungsangebots herzustellen bzw. online zu gehen oder diese Verbindungen aufrecht zu erhalten. Entsprechendes gilt für die Dienstleistungen der Klasse 35 *„Personalberatung, Personalwerbung; Personalanwerbung; Beratung in Bezug auf Management- und Organisationsentwicklung; geschäftliche und berufliche Online-Vernetzung, nämlich Kontaktpflege mit und zwischen Praktikanten und Studenten; Online-Werbung; Auskunftsdienste in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Vermittlung von Geschäftskontakten; Bereitstellung und Ermöglichung der gemeinsamen Nutzung von geschäftlichen und beruflichen Informationen, die Möglichkeiten zum Knüpfen von geschäftlichen und beruflichen Verbindungen bieten; computergestützte Datei- und Datenbankverwaltung; alle vorstehend genannten Dienstleistungen insbesondere über Online-Datennetze“*, weil diese auch über Datennetze angeboten werden (können). In Bezug zu den Dienstleistungen der Klasse 41 *„Erziehung, Ausbildung; Organisation und Veranstaltung von Seminaren, Symposien, Workshops und Konferenzen; Veranstaltung von Wettbewerben; Fernkurse; Fernunterricht; Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte); Bereitstellen von elektronischen Publikationen (nicht herunterladbar); Berufsberatung; Personalentwicklung durch Aus- und Fortbildung“* kann das Zeichen werblich dazu auffordern, online zu gehen und mithin diese Leistungen über das Internet bzw. sonstige Netzwerkverbindungen in Anspruch zu nehmen (e-learning, Online-Fernkurse und -unterricht, Online-Wettspiele etc.).

Zugleich gibt das Zeichen „b.connected“ in werbeüblicher Form einen Hinweis darauf, dass Gegenstand, Thema und Inhalt der Dienstleistungen der Aufbau, die Vermittlung und die Pflege von persönlich-geschäftlichen Verbindungen/Netzwerken/Connections ist, was nicht zuletzt bei einigen der Dienstleistungen unmittelbar bereits der Formulierung zu entnehmen ist (z.B. Vermittlung von Geschäftskontakten; geschäftliche und berufliche Online-Vernetzung, nämlich Kontaktpflege mit und zwischen Praktikanten und Studenten; Bereitstellung und Ermöglichung der gemeinsamen Nutzung von geschäftlichen und beruflichen Informationen, die Möglichkeiten zum Knüpfen von geschäftlichen und beruflichen Verbindungen bieten). Beim sog. Netzwerken bzw. social networking geht es um das Knüpfen von persönlichen Kontakten und Verbindungen, die einem im privaten, aber vor allem im geschäftlichen bzw. beruflichen Bereich nützlich sein können. Die meisten der beanspruchten Dienstleistungen können diesen Zweck verfolgen bzw. zum Gegenstand haben, wobei dies auch Thema der (Personal)Beratungs-, Erziehungs-, Aus- und Fortbildungsdienstleistungen sowie der Veranstaltungsdienstleistungen sein kann, wie auch der vorab der Beschwerdeführerin übersandten Recherche zu entnehmen ist (Bl. 55-61 d. A.). Dort ist u.a. zu lesen: „Personalberatung - Kontaktmakler connections for success“; „Personalberatung für Finance & Banking – connection specialists“; Thema einer Konferenz für Personalentwicklung und Weiterbildung „Leading through Connections“; Publikation „Über Netzwerke den richtigen Job finden“; Netzwerken-Seminar „Langfristige persönliche Beziehungen aufbauen“.

Dass die Aussage „b.connected“/„sei verbunden“ sowohl in Richtung einer technischen Verbindung wie auch persönlichen Verbindung gedeutet werden kann, führt nicht zu einer die Schutzfähigkeit begründenden Mehrdeutigkeit. Denn beide möglichen Aussageinhalte sind für die hier in Rede stehenden Dienstleistungen jeweils sachlich anpreisend. Zudem wird durch die doppelte Deutungsmöglichkeit – insbesondere im Zusammenhang mit Social-Network-Plattformen, welche hier durch einige Dienstleistungen mit umfasst werden

(können) – der Eindruck einer sachlich-werblichen Angabe sogar noch verstärkt, weil hier eben beide Aspekte auch relevant sind.

Die Beschwerdeführerin dringt nicht mit ihrem Einwand durch, der Verkehr werde keine konkrete Vorstellung über besondere Eigenschaften und Merkmale der unter der Marke vertriebenen Dienstleistungen entwickeln und es bleibe insbesondere unklar, mit was man sich vernetzen bzw. verbinden solle.

Die Annahme einer beschreibenden Bedeutung eines Begriffs setzt nämlich nicht voraus, dass die Bezeichnung feste begriffliche Konturen erlangt und sich damit eine einhellige Auffassung zum Sinngehalt herausgebildet hat. Von einem beschreibenden Begriff kann vielmehr auch auszugehen sein, wenn das angemeldete Zeichen verschiedene Bedeutungen hat, sein Inhalt vage und nicht klar umrissen ist oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Dienstleistungen beschreibt (BGH GRUR 2014, 872 Rn. 25 - Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 18 – HOT). Der allein durch die verschiedenen Deutungsmöglichkeiten hervorgerufene Interpretationsaufwand des Verkehrs reicht für die Bejahung einer Unterscheidungskraft nicht aus (BGH, a.a.O., Rn. 24 - HOT).

Auch auf die Frage, ob das Anmeldezeichen unmittelbar eine Eigenschaft der beanspruchten Dienstleistungen beschreibt, kommt es nicht entscheidungserheblich an. Denn dies ist gar nicht erforderlich. Auch nicht unmittelbar beschreibende und auch sonst nicht unmittelbar auf die Dienstleistungen bezogene sloganartige Wortfolgen können - wie oben dargestellt - der erforderlichen Unterscheidungskraft entbehren, wenn die angesprochenen Verkehrskreise die Wortfolge lediglich als eine werbewirksame Anpreisung der Dienstleistungen verstehen, ohne dass sie hierfür einen Denkprozess auslösen bzw. ein Mindestmaß an Interpretationsaufwand aufwenden müssen. Gerade dies ist aber vorliegend der Fall.

d) Dass der Buchstabe „b/B“ vielfach auch als Hinweis auf „Business“ verwendet wird, wie die Bezeichnungen „BtoB“/„b2b“, „B2C“ u a. zeigen, führt – anders als die Beschwerdeführerin meint – ebenfalls nicht zur Schutzfähigkeit. Denn auch in der Lesart „business.connected“ ergibt sich ein beschreibender Begriffsgehalt. Der Verkehr wird das Zeichen insoweit nur als Verbindung zweier Schlagworte, nämlich „Business/Geschäft/Firma/Geschäftsbetrieb“ und „verbunden/online“ ansehen mit dem Hinweis auf geschäftliche Verbindungen (vgl. den lexikalisch erfassten Begriff „business connection“= geschäftliche Verbindung, PONS Online-Wörterbuch, LEO Online-Wörterbuch). Ob insoweit eine unübliche bzw. sprachregelwidrige Wortbildung vorliegt oder doch nur ein weiterer beschreibender, schlagwortartiger Aussagegehalt kann aber dahinstehen, weil aus Sicht des Senats die Bedeutung „sei verbunden“ im Vordergrund steht und *eine* für die Dienstleistungen beschreibende Bedeutung für die Schutzverletzung ausreicht.

Das angesprochene Publikum wird in dem angemeldeten Zeichen nicht mehr als eine werbeübliche Aufforderung zur Inanspruchnahme der Dienstleistungen sehen, und ihr keinen Hinweis auf eine konkrete betriebliche Herkunft, auf ein bestimmtes Unternehmen beimessen.

e) Soweit die Beschwerdeführerin vorträgt, dass ihr Firmenname weltweit ein Begriff sei und dies in der Vergangenheit mit einem Logo, nämlich der Verwendung des Buchstabens „b“ unterstützt wurde, verhilft dies der Beschwerde ebenfalls nicht zum Erfolg. Für die Beurteilung der originären Schutzfähigkeit der Marke nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG kommt es nämlich nicht darauf an, wie das Zeichen oder - wie hier - Teile des Zeichens verwendet worden sind (BGH GRUR 2006, 503 Rn. 10 - Casino Bremen; BPatG, Beschluss vom 04.12.2012, 33 W (pat) 47/10 - WPCControl; Beschluss vom 02.11.2011, 29 W (pat) 545/11 - fine selection). Auch ob die Anmelderin das Zeichenelement „b.“ als Stammbestandteil geschaffen hat und so verstanden wissen will, ist für die markenrechtliche Beurteilung bei Anmeldung eines Zeichens nicht maßgebend. Es kommt allein darauf an, wie das angesprochene Publikum das

Anmeldezeichen verstehen wird, wenn es ihm als Kennzeichnung von Dienstleistungen begegnet; hier überlagert aber der Aufforderungscharakter von „b.connected“ im Sinne von „be connected“ einen vermeintlichen betrieblichen Herkunftshinweis durch „b.“.

3. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob das angemeldete Zeichen gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG auch Freihaltungsbedürftig ist.
4. Soweit sich die Anmelderin auf die Eintragung ihrer Ansicht nach vergleichbaren Drittmarken beruft, ändert dies nichts an der fehlenden Schutzfähigkeit des verfahrensgegenständlichen Zeichens. Zum einen stehen diesen Eintragungen auch zahlreiche Zurückweisungen gegenüber (vgl. Connected Business, Nr. 3020110388245; Be connected, Nr. 3020100572426; 2b CONNECTED, Nr. 301313997; connected-care-concepts, Nr. 305747207; better connected, Nr. 306699028; CONNECTED THINKING, EM 003181898; You.The web.Connected., EM 009076977 u.v.m.). Zum anderen betreffen die aufgeführten Voreintragungen teilweise schon andere Waren und Dienstleistungen und mögen zudem auch hinsichtlich ihrer Wortbildung oder ihres beschreibenden Charakters anders zu beurteilen sein als das verfahrensgegenständliche Anmeldezeichen. Schließlich besteht eine Bindungswirkung selbst identischer Voreintragungen nicht. Denn auch unter Berufung auf den Gleichbehandlungsgrundsatz darf nicht von einer den rechtlichen Vorgaben entsprechenden Entscheidung abgesehen werden (vgl. EuGH GRUR 2009, 667 Rn. 18 - Bild-digital und ZVS Zeitungsvertrieb Stuttgart; BGH WRP 2011, 349 Rn. 12 - FREIZEIT Rätsel Woche; GRUR 2011, 230 Rn. 12 - SUPERgirl).
5. Die Zulassung der Rechtsbeschwerde war nicht geboten. Weder war über eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden (§ 82 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) noch ist die Zulassung der Rechtsbeschwerde zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung als erforderlich

zu erachten (§ 82 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Der Senat hat bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit die hierfür von der Rechtsprechung entwickelten Kriterien angewendet. Daher war auch eine Vorlage an den EuGH nicht veranlasst.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. 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 Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe eingereicht werden. Die Frist ist nur gewahrt, wenn die Rechtsbeschwerde vor Fristablauf beim Bundesgerichtshof eingeht. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Dr. Mittenberger-Huber

Uhlmann

Akintche

Hu