



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 502/15

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2014 026 695.4**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 26. April 2017 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Kriener sowie des Richters Dr. Nielsen

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Markenmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 23. Oktober 2014 aufgehoben.

## G r ü n d e

### I.

Die Wortfolge

#### **Kreissparkasse Augsburg – Verantwortung für Menschen**

ist am 1. März 2014 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister für folgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 36:

Geldgeschäfte; Finanzwesen, Versicherungswesen, Immobiliengeschäfte.

Mit Beschluss vom 23. Oktober 2014 hat die Markenstelle für Klasse 36 des DPMA die unter der Nummer 30 2014 026 695.4 geführte Anmeldung zurückgewiesen, da der Eintragung das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegenstehe. Die angemeldete Wortfolge sei aus dem Begriff „Kreissparkasse“, der Ortsangabe „Augsburg“ sowie der sloganartigen Wortfolge „Verantwortung für Menschen“ gebildet. Diese Angaben seien jeweils für sich schutzunfähig und bildeten auch in ihrer Zusammenfügung keine schutzfähige Bezeichnung. Bei dem Begriff „Sparkasse“ handele es sich um eine beschreibende Angabe über die Art des Kreditinstituts. So rufe die Bezeichnung „Sparkasse“ beim Verkehr Vorstellungen über die regelmäßig öffentlich-rechtliche Rechtsform, die kommunale Trägerschaft und über bestimmte traditionelle Merkmale solcher Kreditinstitute und ihrer Dienstleistungen hervor. Der weitere Bestandteil „Augsburg“ sei der Name einer bayerischen Stadt. „Verantwortung“ bezeichne die Verpflichtung dafür zu sorgen, dass alles einen möglichst guten Verlauf nehme, das jeweils Notwendige und Richtige getan werde und

möglichst kein Schaden entstehe. Die angesprochenen Verkehrskreise würden daher der angemeldeten Marke in ihrer Gesamtheit im Zusammenhang mit den von der Anmeldung umfassten Dienstleistungen lediglich eine werblich anpreisende Sachinformation dahingehend entnehmen, dass diese von einer Kreissparkasse mit Sitz oder räumlichem Tätigkeitsgebiet in oder um Augsburg angeboten oder erbracht würden und hierbei eine besondere Verantwortung für Menschen übernommen werde. Im Banken-, Versicherungs- und Immobiliensektor sei ein werblicher Hinweis, wonach in besonderer Weise eine Verantwortung (für Menschen) übernommen werde, ganz üblich. Der Wortfolge „Kreissparkasse Augsburg - Verantwortung für Menschen“ komme keine betriebliche Herkunftsfunktion zu, vielmehr erschöpfe sich die angemeldete Bezeichnung in einer gewöhnlichen Werbemitteilung. Auch könne die Anmelderin aus den angeblich vergleichbaren Voreintragungen unter solchen Gesichtspunkten wie der Gleichbehandlung, dem Vertrauensschutz oder einer Selbstbindung der Verwaltung keinerlei Rechte herleiten.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Nach ihrer Auffassung handele es sich bei der angemeldeten Wortfolge, die im Rahmen eines umfangreichen Marketingkonzepts kreiert worden sei, um eine schutzfähige Gesamtheit. Die Anmelderin habe in Abgrenzung und im Unterschied zu anderen Sparkassen zur Kennzeichnung ihrer geschäftlichen Aktivitäten die Wortfolge „Verantwortung für Menschen“ gewählt, wodurch ihrer Bezeichnung gegenüber den Wortmarken anderer Sparkassen ausreichende Unterscheidungskraft zukomme. Die Anmelderin nimmt Bezug auf einen Beschluss des BGH vom 15. Mai 2014 zu der Schutzfähigkeit der Bezeichnung DüsseldorfCongress (AZ: I ZB 29/13), wonach die in einer bestimmten Branche bestehenden Kennzeichnungsgewohnheiten das Verkehrsverständnis der Öffentlichkeit derart bestimmen können, dass die Verbraucher eine Bezeichnung auch als Produktkennzeichen ansehen und diese somit über originäre Unterscheidungskraft verfüge.

Die Anmelderin und Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 23. Oktober 2014 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, die Schriftsätze der Anmelderin und auf den übrigen Akteninhalt verwiesen.

## II.

Die zulässige und insbesondere nach §§ 66 Abs. 1, 64 Absatz 6 MarkenG statthafte Beschwerde hat auch in der Sache Erfolg.

Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens „Kreissparkasse Augsburg – Verantwortung für Menschen“ als Marke stehen in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 36 keine Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 1 MarkenG entgegen. Deshalb war der angefochtene Beschluss aufzuheben.

1. Nach den in der Entscheidung „Stadtwerke Bremen“ erfolgten Feststellungen des Bundesgerichtshofs in dem Beschluss vom 9. November 2016 (vgl. GRUR 2017, 186 – Stadtwerke Bremen) zu der Schutzfähigkeit eines gebräuchlichen Begriffs für ein Versorgungsunternehmen in kommunaler Trägerschaft mit der üblichen Verwendung in Verbindung mit einer geografischen Angabe, die aus Sicht des Senats vorliegend entsprechend zu berücksichtigen sind, kann der Bezeichnung „Kreissparkasse Augsburg“ nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. BGH, GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 8 – Link economy; GRUR 2010, 1100 Rn. 10 – TOOOR!; GRUR 2010, 825 Rn. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 – FUSSBALL WM 2006). Auch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft ist im Lichte des zugrundeliegenden Allgemeininteresses auszulegen, wobei dieses darin besteht, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren (vgl. EuGH, GRUR 2003, 604 Rn. 60 – Libertel; BGH, GRUR 2014, 565 Rn. 17 – Smartbook). Bei der Beurteilung von Schutzhindernissen ist maßgeblich auf die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise abzustellen, wobei dies alle Kreise sind, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann. Dabei kommt es auf die Sicht des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers im Bereich der einschlägigen Waren und Dienstleistungen (vgl. EuGH, GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944 Rn. 24 – SAT 2; GRUR 2004, 428 Rn. 30 f. – Henkel; BGH, GRUR 2006, 850 – FUSSBALL WM 2006) zum Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens an (vgl. BGH, GRUR 2013, 1143, 1144 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten; GRUR 2014, 872 Rn. 10 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 482 Rn. 22 – test; EuGH, MarkenR 2010, 439 Rn. 1 - 57 – Flugbörse).

Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH 2006, 850, Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674, Rn. 86 - Postkantoor) oder sonst gebräuchliche Wörter der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, die - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel

verstanden werden (vgl. BGH a. a. O. – Link economy; GRUR 2009, 778 Rn. 11 – Willkommen im Leben; GRUR 2010, 640 Rn. 13 – hey!). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u. a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Produkte zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH a. a. O.– FUSSBALL WM 2006).

Vorliegend besteht die angemeldete Bezeichnung aus mehreren Wortelementen. Soweit es sich um eine Verbindung an sich schon nicht unterscheidungskräftiger beschreibender Einzelelemente handelt ist, fehlt dem angemeldeten Zeichen die Unterscheidungskraft, wenn auch der entstandenen Gesamtmarke die Eignung zur betrieblichen Herkunftskennzeichnung fehlt (vgl. EuGH GRUR 2006, 229 Rn. 29, 31 – BioID; BGH, GRUR 2014, 1204 Rn. 9 – DüsseldorfCongress; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops).

a. Zwar handelt es sich bei der nach der Bezeichnung „Kreissparkasse Augsburg“ angefügten Wortfolge „Verantwortung für Menschen“ um eine glatt schutzunfähige Werbeanpreisung. Denn diese werbesprachartige Wortkombination ist für die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise aus sich heraus verständlich und erfassbar in der Bedeutung „wir handeln verantwortlich für die Menschen“, „wir erbringen unsere Dienstleistungen mit Blick auf die/unter besonderer Berücksichtigung der Verantwortung für die Menschen“. Für die hier maßgebliche Branche des Versicherungs-, Finanz- und Immobilienwesens vermitteln diese Schlagwörter werblich prägnant, dass der so bezeichnete Dienstleister sich in besonderer Weise bei der Erbringung der Dienstleistungen den Menschen verpflichtet fühlt. Bei den Wörtern „Verantwortung“ und „Menschen“ handelt es sich um gerade im Bereich des Banken-, Versicherungs- und Immobiliensektors gerne bemühte Schlagwörter, mit Hilfe derer ein (Handlungs-) Motto des Dienstleisters, ein Leitbild und eine Selbstverpflichtung positiv herausgestellt wird. Dass entsprechende Dienstleister gerade ihre „Verantwortung für Menschen“ als besonderes Qualitäts- und Erfolgsversprechen einsetzen und hervorheben, verdeutlichen die bereits im

angegriffenen Beschluss des DPMA vom 23. Oktober 2014 erwähnten Beispiele (z. B. u. a. „...Raiffeisen ist eine Wertegemeinschaft von Menschen mit Verantwortung für Menschen ... gelebte Philosophie ...; „... Ihre Bank aus Verantwortung ...“; „... Karriere bei der AOK ... Verantwortung für Menschen übernehmen ...“; „... Entgeltwelt – Verantwortung für Menschen und Werte ...“). Gerade im Zusammenhang mit den konkret beanspruchten Dienstleistungen, deren Inanspruchnahme unmittelbare (zum Teil hohe) finanzielle Risiken und Auswirkungen zeitigen kann, erweist sich eine Hervorhebung einer Verpflichtung und Verantwortung gegenüber den Menschen als Gegenpol zu den rein pekuniären Aspekten zweifellos als Vorteil für das die Dienstleistungen erbringende Unternehmen. Insoweit weist der Spruch „Verantwortung für Menschen“ in werbemäßig üblicher, anpreisender Art lediglich daraufhin, dass der Anbieter sich im Zusammenhang mit den so bezeichneten Dienstleistungen im Bereich der Versicherungs-, Finanz- und Immobiliendienstleistungen auch in einer „Verantwortung für (die) Menschen“ sieht. Damit erschöpft sich die spruchartige Wortfolge aber in einer ohne weiteres verständlichen allgemeinen Werbeanpreisung hinsichtlich der Qualität des Dienstleisters und steht in engem sachlichen Zusammenhang mit den so bezeichneten Dienstleistungen (vgl. zu Werbeversprechungen und -anpreisungen auch die Entscheidungen des BPatG, Beschlüsse vom 7. März 2016, 25 W (pat) 23/14 – Mehr Leistung pro m<sup>2</sup>; vom 2. Juli 2013, 24 W (pat) 41/12 – Wir führen Wissen; vom 24.07.2012, 24 W (pat) 542/10 – your vision. our know how. – Entscheidungstext jeweils zugänglich über die Homepage des Bundespatentgerichts).

b. Die dem Werbespruch vorangestellte Wortfolge „Kreissparkasse Augsburg“ bezeichnet mit „Kreissparkasse“ eine Sparkasse und damit ein öffentlich-rechtliches Kreditinstitut, das in der Trägerschaft des „Landkreis“ als Körperschaft des öffentlichen Rechts steht und benennt mit der Ortsangabe „Augsburg“ geografisch den öffentlichen Träger als den (Land)Kreis „Augsburg“. Insoweit handelt es sich um die Angabe des geografischen Ortes sowie des örtlichen Tätigkeitsfelds und der spezifischen Art des Kreditinstituts. Damit bezeichnet „Kreissparkasse Augsburg“ den Erbringer der beanspruchten Dienstleistungen dergestalt, dass diese

typischen Dienstleistungen eines Kreditinstituts von einer unter kommunaler Trägerschaft stehenden öffentlich-rechtlichen „(Kreis)Sparkasse“ (im Sinn eines spezifischen Kreditinstituts) angeboten bzw. erbracht werden (vgl. BPatG Beschluss vom 27. November 2007, 33 W (pat) 24/06 zu „Oberlausitz-Sparkasse zu Bautzen“ – Entscheidungstext öffentlich zugänglich über die Homepage des Bundespatentgerichts).

Mit dieser Art der Bezeichnung reiht sich dieser Bestandteil der angemeldeten Wortfolge aber problemlos in die übliche Benennung der öffentlich rechtlichen Kreditinstitute der Sparkassen ein (z. B. Kreissparkasse Kelheim; Kreissparkasse München Starnberg Ebersberg; Kreissparkasse Nordhausen; Kreissparkasse Miesbach; Kreissparkasse Garmisch-Partenkirchen). Nach der Rechtsprechung des BGH ist es nicht ausgeschlossen, dass die in einer bestimmten Branche bestehenden Kennzeichnungsgewohnheiten das Verkehrsverständnis des Publikums in einem Maße bestimmen, dass der Durchschnittsverbraucher derartige Bezeichnungen auch als Produktkennzeichen ansieht und sie deshalb über originäre Unterscheidungskraft verfügen (vgl. BGH GRUR 2014, 1204 Rn. 19 - DüsseldorfCongress). Die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise entnehmen entsprechend der Gepflogenheiten in der Finanzbranche einer solchen üblichen Bezeichnung einer „(Kreis)Sparkasse“ - so wie etwa auch der für ein kommunales Unternehmen der Daseinsvorsorge gebräuchlichen Bezeichnung „Stadtwerke“ -, dass es sich um ein von einer Gemeinde, einem Gemeindeverband oder dem (Land)Kreis als Anstalt des öffentlichen Rechts in seinem jeweiligen Gebiet errichtetes Kreditinstitut einer öffentlichen Sparkasse handelt, die mit der Hinzufügung des nachfolgenden Städte- oder Kreisnamens (als dem Namen des konkreten kommunalen Trägers) eindeutig spezifiziert wird (vgl. hierzu die dementsprechenden Ausführungen des Bundesgerichtshofs und des Bundespatentgerichts zu der Schutzfähigkeit der Bezeichnung „Stadtwerke Bremen“: BGH GRUR 2017, 186 Rn. 35 – Stadtwerke Bremen und BPatG Beschluss vom 7. Mai 2015, 27 W (pat) 525/12 – Stadtwerke Bremen, Entscheidungstext öffentlich zugänglich über die Homepage des Bundespatentgerichts). Die Regelungen der Sparkassen-



gesetze der Länder (vgl. Art. 1 Gesetz über die öffentlichen Sparkassen [SparkassenG – SpkG] aus [www.gesetze-bayern.de](http://www.gesetze-bayern.de); § 1 SparkassenG Hessen – aus [www.landesrecht-hessen.de](http://www.landesrecht-hessen.de)) sehen weitgehend vor, dass die jeweilige Gemeinde bzw. der jeweilige (Gebiets)Kreis als kommunaler Träger einer Sparkasse jeweils nur in ihrem bzw. seinem Gebiet Haupt- und Zweigstellen seiner Sparkassen errichten kann (nicht aber außerhalb des kommunalen Gebiets). Die Übernahme von gebietsfremden Sparkassen oder das Errichten von Zweigstellen außerhalb des eigentlichen Gebiets ist nach den Sparkassengesetzen in der Regel nicht erlaubt (vgl. auch § 1 Abs. 3 SparkassenG Hessen). Insofern bezeichnet zwar der Begriff „Kreissparkasse“ irgendein kommunales Kreditinstitut, dieses wird aber durch den üblichen Zusatz des Kreisnamens „Augsburg“ konkretisiert. Diese Zusammenfügung der Bezeichnung „(Kreis)Sparkasse“ mit der jeweiligen geographischen Bezeichnung des örtlichen Trägers ist durchaus üblich, so dass von einem entsprechenden Verständnis als betrieblicher Herkunftshinweis auszugehen ist (vgl. hierzu auch BPatG, Beschl. v 13. 9.2016 – 29 W (pat) 523/13 – Landesstiftung Miteinander in Hessen, Entscheidungstext öffentlich zugänglich über die Homepage des Bundespatentgerichts).

Die angesprochenen Verkehrskreise werden damit diesem Teil der angemeldeten Wortkombination eine betriebskennzeichnende Herkunftsfunktion entnehmen. Insofern kann der angemeldeten Bezeichnung aber in der maßgebenden Gesamtheit die fehlende Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

2. Auch unterliegt die Eintragung der angemeldeten Bezeichnung „Kreissparkasse Augsburg – Verantwortung für Menschen“ keinem Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Das derzeitige Verkehrsverständnis der angesprochenen allgemeinen und gewerblichen Kreise beschränkt sich hinsichtlich des Bestandteils der angemeldeten Wortmarke „Kreissparkasse Augsburg“ nicht auf die beschreibende Angabe, die Dienstleistungen würden von (irgend)einem im Kreis Augsburg ansässigen Kreditinstitut (oder für in Augsburg ansässige Kunden) angeboten, sondern konkreti-

siert sich dahingehend, dass die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 36 von einem bestimmten kommunalen Unternehmen, das von dem Kreis Augsburg als Träger der Sparkasse, betrieben wird, erbracht werden (vgl. BGH GRUR 2017, 186 Rn. 40 – Stadtwerke Bremen). Dieses Verständnis wird insoweit auch gefördert, als die Sparkassen nach den jeweiligen gesetzlichen Vorgaben jeweils nur von den Gemeinden, Landkreisen oder Zweckverbänden in der Regel nur für ihr jeweiliges Gebiet (Regionalprinzip) errichtet werden können (vgl. auch Gesetz über die öffentlichen Sparkassen, Bayern), es also auch in einer Gemeinde, einem Landkreis nur eine jeweils so benannte Sparkasse geben kann.

Der Umstand, dass in der Vergangenheit (Ende des 18. Jahrhunderts) auch „privatrechtlich organisierte Sparkassen“ als mündelsichere und gemeinnützige Universalbanken existierten ([www.wirtschaftslexikon.co/d/freie-sparkassen](http://www.wirtschaftslexikon.co/d/freie-sparkassen)), vermag an dem oben ausgeführten Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise deshalb nichts zu ändern, weil diese Kreditinstitute in der Finanzbranche keine Rolle mehr spielen und sie darüber hinaus auch mit dem Zusatz „freie“ Sparkassen“ (im Gegensatz zu den „öffentlichen“) firmieren.

Dementsprechend ist auch das Vorliegen des Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu verneinen.

Nach alledem war der angefochtene Beschluss aufzuheben.

Knoll

Kriener

Dr. Nielsen

Hu