



HARMONISIERUNGSAMT FÜR DEN BINNENMARKT  
(MARKEN, MUSTER UND MODELLE)

Die Beschwerdekammern  
Die Geschäftsstelle

R420a

Alicante, den 13/05/2014  
R2016/2013-4

ANGSTER Rechtsanwalts GmbH  
Rechtsanwalt Henrik Angster  
Königstrasse 26  
D-70173 Stuttgart  
ALEMANIA

Betreff: Beschwerdesache R2016/2013-4  
Ihr Zeichen: ARB0513/48

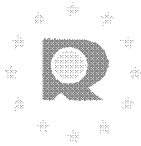
### **Zustellung der Entscheidung der Vierten Beschwerdekammer**

Beigefügt erhalten Sie die Entscheidung der Vierten Beschwerdekammer vom 12/05/2014 über die Beschwerde, die am 14/10/2013 im Namen der Arbeitsgemeinschaft Hören e. V. eingereicht wurde.



Geschäftsstelle

Anlage: 1 (6 Seiten)



HARMONISIERUNGSAMT FÜR DEN BINNENMARKT  
(MARKEN, MUSTER UND MODELLE)

Die Beschwerdekammern

**ENTSCHEIDUNG**  
**der Vierten Beschwerdekammer**  
**vom 12. Mai 2014**

In dem Beschwerdeverfahren R 2016/2013-4



Deutschland

Anmelderin / Beschwerdeführerin

vertreten durch Henrik Angster, Königstraße 26, D-70173 Stuttgart, Deutschland

BESCHWERDE betreffend die Gemeinschaftsmarkenanmeldung Nr. 11 831 237

erlässt

**DIE VIERTE BESCHWERDEKAMMER**

unter Mitwirkung von  (Vorsitzender und Berichterstatterin),   
(Mitglied) und  (Mitglied)

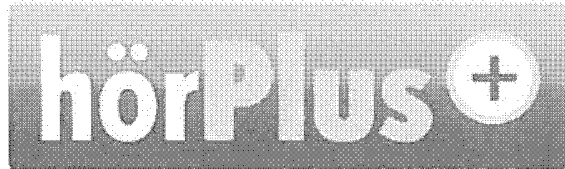
Geschäftsstellenbeamtin:

die folgende

## Entscheidung

### Sachverhalt

- 1 Mit Anmeldung vom 21. Mai 2013 beantragte die Beschwerdeführerin die Eintragung der Bildmarke in den Farben weiß, grün und grau



als Gemeinschaftsmarke für folgende Waren und Dienstleistungen:

Klasse 9 – Software, insbesondere für digitale Hörsysteme und für therapeutisches Hörtraining.

Klasse 10 – Medizinische Hörgeräte; Gehörschutzgeräte; Einzelteile und Zubehör für vorgenannte Waren, soweit in Klasse 10 enthalten.

Klasse 44 – Dienstleistungen eines Hörgeräteakustikers, insbesondere Gehörmessungen und Hörtraining.

- 2 Nach Beanstandung der Anmeldung, zu der die Beschwerdeführerin Stellung nahm, wies die Prüferin mit Entscheidung vom 21. August 2013 die Anmeldung gemäß Artikel 7 (1) (b) und (c) GMV i.V.m. Artikel 7 (2) GMV zurück.
- 3 Zur Begründung führte die Prüferin aus, der angemeldete Ausdruck bestehe aus den Wörtern „hör“ und „Plus“ sowie einem Pluszeichen. „Hör“ sei die Imperativform des Verbs „hören“. „Plus“ werde auf den verschiedensten Warengebieten als ein Werbeversprechen für Produkte von besonderer Qualität bzw. als Hinweis auf einen besonderen Überschuss oder Vorteil verwendet. Der Ausdruck „Hörplus“ stelle damit eine sprachüblich gebildete Anpreisung der Waren dar, nämlich dass diese einen Hörvorteil verschafften. Das Pluszeichen intensiviere diese Werbebotschaft. Der Ausdruck „hörPlus+“ in seiner Gesamtheit werde daher als ein „doppeltes Hörplus“ verstanden.
- 4 Der angemeldete Ausdruck mache in seiner Gesamtheit den Verbrauchern deutlich, dass die angemeldeten Waren in Klasse 9 und 10 den Verbrauchern einen Hörvorteil verschafften, dem Patienten also zu einem besseren Hören verhelfen. Auch die Dienstleistungen der Klasse 44 seien dazu bestimmt, für ein besseres Hören zu sorgen und dem Patienten einen Hörvorteil zu verschaffen. Ungeachtet bestimmter grafischer Elemente vermittele der Ausdruck Informationen zu Art und Beschaffenheit der Waren und Dienstleistungen. Als einer beschreibenden Wortkombination fehle der Marke die erforderliche Unterscheidungskraft.
- 5 Mit am 14. Oktober 2013 eingelegter und am 19. Dezember 2013 begründeter Beschwerde beantragt die Anmelderin, die angefochtene Entscheidung aufzuheben und die Anmeldung zur Veröffentlichung zuzulassen.

- 6 Nach Ansicht der Beschwerdeführerin stehen der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine absoluten Eintragungshindernisse entgegen. Bereits der Wortbestandteil sei nicht unmittelbar beschreibend. Weder dem Element „Plus“ noch dem Symbol „+“ könne ein unmittelbarer Produktzusammenhang entnommen werden. Auch der Zeichenbestandteil „hör“ beschreibe keine spezifischen Produktmerkmale der hier relevanten Waren und Dienstleistungen. „Hörplus“ beschreibe allenfalls eine gewünschte Wirkung bestimmter Waren und Dienstleistungen, nicht jedoch produktbezogene Merkmale. „Mehr Hören“ sei nicht synonym für „besser Hören“, sondern ein produktunbestimmtes, vages „mehr als (nur) Hören“. Überdies werde das Wortelement „Plus“ durch das Symbol „+“ als unterscheidungskräftiges typographisches Stilmittel verdoppelt. Die Kombination sei weder beschreibend noch werbeüblich. Der Wortkombination lasse sich kein eindeutiger Bedeutungsgehalt zuordnen.
- 7 Dies gelte umso mehr, als es sich bei der Marke um eine Bildmarke mit deutlich prägenden grafischen Elementen handele. Diese Bildelemente, insbesondere die stilisierte Darstellung des „Plus“-Zeichens, die die Rückseite einer Hörgerätebatterie symbolisiere, ermöglichten es den angesprochenen Fachverkehrskreisen, das Zeichen als Herkunftshinweis einzuprägen.

### **Entscheidungsgründe**

- 8 Die Beschwerde ist zulässig und begründet. Der Eintragung der Gemeinschaftsmarkenanmeldung stehen keine absoluten Eintragungshindernisse entgegen.
- 9 Nach Artikel 7 (1) (c) GMV sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geografischen Herkunft oder der Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Ware oder Dienstleistung dienen können.
- 10 Nach Artikel 7 (1) (b) GMV sind Marken zurückzuweisen, die keine Unterscheidungskraft haben. Eine Marke muss es dem normal informierten und angemessenen aufmerksamen und verständigen Abnehmer der betreffenden Waren oder Dienstleistungen ermöglichen, diese auch ohne analysierende und vergleichende Betrachtungsweise sowie ohne besondere Aufmerksamkeit von den Waren anderer Unternehmen zu unterscheiden (Urteile vom 12. Februar 2004, C-218/01, „Perwoll-Flasche“, Rdn. 53; und vom 12. Januar 2006, C-173/04, „Standbeutel“, Rdn. 29).
- 11 Die Zurückweisung einer Marke als beschreibend ist auszusprechen, wenn aus der Sicht des angesprochenen Publikums eine ausreichend klare und spezifische Beziehung zwischen dem angemeldeten Wortzeichen und den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen vorliegt (Urteile vom 22. Juni 2005, T-19/04, „Paperlab“, Rdn. 25; und vom 27. Februar 2002, T-106/00, „Streamserve“,

Rdn. 40). Wegen des Begriffs „Hör“ sind hier nur die deutschsprachigen Verkehrskreise gemäß Artikel 7 (2) GMV relevant.

- 12 Die Unterscheidungskraft einer komplexen Marke kann sich sowohl aus der Unterscheidungskraft eines ihrer Bestandteile für sich betrachtet als auch aus der Kombination aller ihrer Bestandteile, auch wenn sie einzeln nicht unterscheidungskräftig sein mögen, ergeben. Wenn jeder Bestandteil der Marke für sich betrachtet keine Unterscheidungskraft hat, so ist es dennoch nicht ausgeschlossen, dass ihre Kombination unterscheidungskräftig sein kann; jedoch hat eine komplexe Marke für die betreffenden Waren und Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft, wenn keine konkreten Anhaltspunkte – wie etwa die Art und Weise, in der die verschiedenen Bestandteile der Marke miteinander kombiniert sind – darauf hinweisen, dass die Marke in ihrer Gesamtheit mehr darstellt als die Summe ihrer Bestandteile (Urteile vom 15. September 2005, C-37/03, „BioID“, Rdn. 29, 34; und vom 26. März 2014, T-534/12, „Fleet Data Services“, Nr. 20 f.). Soweit Wortelemente betroffen sind, so bleibt die bloße Aneinanderreihung zweier beschreibender Begriffe grundsätzlich beschreibend, es sei denn, dass der zusammengesetzte Gesamtbegriff in seiner Bedeutung über die Summe seiner Bestandteile hinausgeht (Urteil vom 12. Februar 2004, C-363/99, „Postkantoor“, Rdn. 104).
- 13 Im vorliegenden Fall ergibt die Kombination aller verschiedenen Elemente des angemeldeten Zeichens einen unterscheidungskräftigen Gesamteindruck.
- 14 Die beanspruchten Waren betreffen digitale (Klasse 9) und analoge (Klasse 10) Hörgeräte, die Dienstleistungen die Verwendung und Anpassung von Hörgeräten.
- 15 Im Zusammenhang mit diesen Waren wird das Element „hör“ als Imperativform des Verbs „hören“ den Verbraucher in beschreibender Weise darauf hinweisen, dass die Waren für ein besseres Hören bestimmt sind.
- 16 Doch erschöpft sich die Anmeldung nicht in dem Wortelement „hör“. Das Bildelement am Ende des Zeichens stellt ein stilisiertes Plussymbol dar, welches als Synonym für das Wort „Plus“ empfunden wird. Die Wortelemente des Zeichens umfassen also die Zeichenfolge „hör-Plus-+“ oder „hör-Plus-Plus“.
- 17 Im Sinne eines „doppelten Hörplus“ ist den Wortbestandteilen des Zeichens als Ganze gesehen schon keine klare Aussage mehr zu entnehmen. Dazu trägt bei, dass die Verbindung einer Imperativform eines Verbs mit dem Wort „Plus“ schon nicht mehr sprachregelgerecht gebildet ist.
- 18 Die Beschwerde verweist auch zu Recht darauf, dass die grafischen und farblichen Gestaltungsmittel zu berücksichtigen sind, da sie zum Gesamteindruck der Marke beitragen. Die Anmeldung besteht aus einer Kombination verschiedener farblicher und grafischer Gestaltungsmittel. Zum einen haben die Wörter „hör“ und „Plus“ eine verschiedenartige farbige Ausgestaltung in den Farben weiß und grün erfahren. Weiterhin ist das Plussymbol in einem grün umrandeten weißen Kreis angeordnet. Während ein Plussymbol ein einfaches geometrisches

Zeichen ist, trifft das für dessen Ausgestaltung in einem farbigen Kreis schon nicht mehr zu.

- 19 Zwar sind die einzelnen Wort- und Bildelemente gesondert für sich nicht unterscheidungskräftig, doch ergeben sie in der Gesamtheit ein unterscheidungskräftiges Zeichen. Dies ergibt sich hier aus einer gewissen Unbestimmtheit der Verdoppelung des Begriffs „Plus“ und der gewählten Farbkombination.
- 20 Somit sind die zahlreichen einzelnen Elemente des Zeichens mehr als die Summe ihrer für sich betrachtet nicht schutzfähigen Teile, und das Zeichen ist als Ganzes gesehen weder beschreibend, noch fehlt ihm jede Unterscheidungskraft.

**Tenor der Entscheidung**

Aus diesen Gründen entscheidet

DIE KAMMER

wie folgt:

- 1. Die angefochtene Entscheidung wird aufgehoben.**
- 2. Die Gemeinschaftsmarkenmeldung wird für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen zur Veröffentlichung zugelassen.**



Geschäftsstellenbeamtin:

