# URTEIL DES GERICHTS (Vierte Kammer)

13. Juni 2007 *

In der Rechtssache T-441/05

**IVG Immobilien AG,** mit Sitz in Bonn (Deutschland), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte A. Okonek und U. Karpenstein,

Klägerin,

gegen

**Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM)**, vertreten durch G. Schneider als Bevollmächtigten,

Beklagter,

betreffend eine Klage gegen die Entscheidung der Vierten Beschwerdekammer des HABM vom 1. September 2005 (Sache R 559/2004-4) über die Anmeldung des Bildzeichens I als Gemeinschaftsmarke

* Verfahrenssprache: Deutsch.

erlässt

DAS GERICHT ERSTER INSTANZ
DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN (Vierte Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten H. Legal sowie der Richterin I. Wiszniewska-Białecka und des Richters E. Moavero Milanesi,

Kanzler: K. Andová, Verwaltungsrätin,

aufgrund der am 16. Dezember 2005 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 8. März 2006 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

auf die mündliche Verhandlung vom 11. Januar 2007

folgendes

## Urteil

### Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Die Klägerin meldete am 5. November 2002 beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) eine Gemeinschaftsmarke nach der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. 1994, L 11, S. 1) in ihrer geänderten Fassung an.

2 Bei der Marke, deren Eintragung beantragt wurde, handelt es sich um die nachfolgend wiedergegebene Bildmarke in der Farbe Königsblau:



3 Die Eintragung wurde beantragt für Dienstleistungen der Klassen 35, 36, 37, 39, 42 und 43 im Sinne des Abkommens von Nizza vom 15. Juni 1957 über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken in revidierter und geänderter Fassung, die für die jeweilige Klasse der folgenden Beschreibung entsprechen:

— Klasse 35: „Aufstellen von Kosten-Preis-Analysen; Beratung in Organisations- und Geschäftsführungsangelegenheiten, insbesondere Beratung bei der Organisation und der Führung von Unternehmen; Wertermittlung in Geschäftsangelegenheiten";

— Klasse 36: „Finanzanalysen; Bankgeschäfte; Einziehung von Außenständen; Beleihen von Gebrauchsgütern; finanzielle Beratung; finanzielle Förderung; Übernahme von Bürgschaften; Einziehen von Miet- und Pachtforderungen; Gebäudeverwaltung; Grundstücks- und Immobilienverwaltung; Schätzung von Immobilien; Vermietung und Verpachtung von Immobilien; Investmentgeschäfte; Verpachtung von landwirtschaftlichen Betrieben; Dienstleistungen eines Immobilienmaklers; Vermögensanlagen; Vermögensverwaltung";

— Klasse 37: „Abbrucharbeiten an Gebäuden; Asphaltierarbeiten; Auskünfte in Bauangelegenheiten; Leitung von Bauarbeiten; Bauwesen; Bohrungen; Installation, Bau und Reparatur von Bewässerungsanlagen; Fabrikbau; Hafenbau; Molenbau";

— Klasse 39: „Auslieferung von Waren; Befrachtung; Einlagerung von Waren; Garagenvermietung; Vermietung von Lagercontainern, Transportwesen";

— Klasse 42: „Dienstleistungen eines Architekten; Bauberatung";

— Klasse 43: „Vermietung von transportablen Bauten".

4 Mit Entscheidung vom 14. Juni 2004 lehnte der Prüfer die Eintragung des angemeldeten Zeichens mit der Begründung ab, diesem fehle für alle von der Anmeldung erfassten Dienstleistungen die Unterscheidungskraft im Sinne des Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94.

5 Der Prüfer führte dazu aus, dass banale und einfache Zeichen wie einzelne Buchstaben, Grundzahlen und einfache geometrische Formen, soweit sie keine besonderen und auffallenden grafischen Elemente enthielten, nicht unterscheidungskräftig seien. Sodann stellte er fest, dass das angemeldete Zeichen selbst keine Besonderheit aufweise, die geeignet wäre, ihm eine Funktion zu verleihen, die über die Darstellung eines normalen Buchstabens hinausginge.

6 Die Klägerin focht diese Entscheidung vor dem HABM mit am 5. Juli 2004 auf der Grundlage von Art. 57 bis 62 der Verordnung Nr. 40/94 eingelegter Beschwerde an. Sie machte geltend, dass sich das angemeldete Zeichen aufgrund seiner Farbe sowie wegen der dünneren und längeren horizontalen Querbalken an seinem oberen und unteren Ende vom Großbuchstaben „I" in der Schriftart *Times New Roman* unterscheide.

7 Die Vierte Beschwerdekammer des HABM wies diese Beschwerde mit Entscheidung vom 1. September 2005 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung), die der Klägerin am 19. Oktober 2005 zugestellt wurde, zurück.

8 Die Beschwerdekammer führte u. a. Folgendes aus:

„...

9 Unterscheidungskräftig im Sinne des Artikels 7 Abs. 1 Buchst. b GMV sind Zeichen, die im Hinblick auf die konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen geeignet erscheinen, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens in den Augen der angesprochenen Verbraucher von denen eines anderen Unternehmens zu unterscheiden (vgl. Urteil des Gerichts erster Instanz vom 19. September 2001 in Rechtssache T-337/99, Henkel KGaA gg. HABM, ‚TABS', Slg. 2001, II-2597 Rdnr. 42, 43). Die Unterscheidungskraft einer Marke ist also zum einen im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen, für die sie angemeldet worden ist, und zum anderen im Hinblick auf die Wahrnehmung der beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen. Artikel 7 Abs. 1 GMV macht in dieser Hinsicht keinen Unterschied zwischen den verschiedenen Zeichenformen. Es mag sich allerdings herausstellen, dass die Wahrnehmung der beteiligten Verkehrskreise nicht für alle Kategorien von Marken die gleiche ist und dass es daher bei Marken bestimmter Kategorien schwieriger sein kann, die Unterscheidungskraft festzustellen, als bei denjenigen einer anderen Kategorie. Diese Feststellung vermag jedoch nicht die Annahme zu rechtfertigen, bestimmte Marken hätten a priori keine Unterscheidungskraft und könnten diese nur infolge Benutzung erwerben (vgl. zu Artikel 3 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie 89/104 Urteil des Gerichtshofes vom 16. September 2004 in der Rechtssache C-404/02 Nichols ..., Rdnr. 23, 24, 27 ff.).

10 Die Anmeldung besteht aus dem Großbuchstaben ‚I' bzw. der römischen Zahl Eins im vielfach in gedruckten Texten verwendeten Schrifttyp ‚Times New

Roman'. Zwar weist die Beschwerdeführerin darauf hin, dass die oberen und unteren Querbalken hier etwas dünner und breiter gestaltet seien als im standardisierten Schrifttyp ‚Times New Roman'. Derartig geringfügige Abweichungen sind für den durchschnittlich aufmerksamen Betrachter aber nicht wahrnehmbar und haben für die Bewertung der Eintragungsfähigkeit der Marke mithin keine Bedeutung. Auch die farbliche Gestaltung des ‚I' in Blau führt nicht zur Eintragungsfähigkeit. Zwar werden Texte wohl überwiegend in Schwarz auf weißem Grund gedruckt. Die blaue Färbung allein vermag dem Großbuchstaben oder der römischen Zahl aber kein für die Bewertung der Unterscheidungskraft entscheidendes Element hinzuzufügen, denn auch unschwarze Schriftzeichen und Texte sind in Zeiten weiter Verbreitung von Farbdruckern üblich. Die Verwendung der Farbe Dunkelblau erscheint hier besonders nahe liegend, weil die Verwendung dunkler Farben den Vorteil hat, dass sich diese besser vom regelmäßig hellen Texthintergrund abheben und die Texte damit besser lesbar werden. Im Übrigen hat die farbliche Gestaltung eines Schriftzeichens in einer der typischen Grundfarben primär dekorative Funktion, dient aber nicht dem Herkunftshinweis.

11 Im Hinblick auf alle beanspruchten Dienstleistungen erscheint das angemeldete Schriftzeichen daher banal und ohne Aussagegehalt. Ohne zusätzliche Hinweise auf eine Verbindung des Zeichens mit einem bestimmten Unternehmen werden die angesprochenen Verkehrskreise daher in dem farbigen Schriftzeichen kein Kennzeichen unternehmerischen Ursprungs der Dienstleistungen der Klassen 35, 36, 37, 39, 42 und 43 erkennen. Was ohne Aussagekraft ist, das kann auch keine erkennbare Aussage zur unternehmerischen Herkunft der mit diesem Zeichen gekennzeichneten Dienstleistungen treffen.

... "

## Anträge der Parteien

9 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben und dem HABM aufzugeben, das angemeldete Zeichen für alle benannten Dienstleistungen einzutragen;

— dem HABM die Kosten aufzuerlegen.

10 Das HABM beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

## Entscheidungsgründe

*Zur Zulässigkeit des ersten Klageantrags der Klägerin*

11 Das HABM beantragt, den ersten Klageantrag für unzulässig zu erklären, soweit er darauf gerichtet sei, vom Gericht anordnen zu lassen, die angemeldete Marke für alle angemeldeten Dienstleistungen einzutragen.

12 Nach ständiger Rechtsprechung hat das HABM, wenn eine Entscheidung einer seiner Beschwerdekammern vom Gemeinschaftsrichter aufgehoben wird, gemäß Art. 233 EG und Art. 63 Abs. 6 der Verordnung Nr. 40/94 diejenigen Maßnahmen zu ergreifen, die sich aus diesem Urteil ergeben.

13 Es kommt daher dem Gericht nicht zu, dem HABM Anordnungen zu erteilen. Vielmehr hat dieses gegebenenfalls die Konsequenzen aus dem Tenor und den Gründen des Urteils des Gerichts zu ziehen (Urteil vom 31. Januar 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/HABM [Giroform], T-331/99, Slg. 2001, II-433, Randnr. 33).

14 Daher ist der erste Klageantrag der Klägerin, soweit er darauf gerichtet ist, vom Gericht anordnen zu lassen, die angemeldete Marke für alle angemeldeten Dienstleistungen einzutragen, als unzulässig zurückzuweisen.

*Zum einzigen Klagegrund: Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94*

Vorbringen der Parteien

15 Die Klägerin trägt vor, die Beschwerdekammer erhöhe dadurch, dass sie das angemeldete Zeichen für banal und aussageleer halte und annehme, dass es den angesprochenen gewerblichen Verkehrskreisen nicht ermögliche, darin einen unternehmerischen Ursprung der beanspruchten Dienstleistungen zu erkennen, in nicht gerechtfertigter Weise die Anforderungen an die Unterscheidungskraft von Buchstaben und verstoße so gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94.

16 Die Hauptfunktion der Marke bestehe darin, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung zu garantieren (Urteil des Gerichtshofs vom 29. September 1998, Canon, C-39/97, Slg. 1998, I-5507, Randnr. 28).

17 Im Rahmen einer Prognose und unabhängig von jeder tatsächlichen Benutzung des Zeichens sei somit zu ermitteln, ob die angemeldete Marke es den angesprochenen Verkehrskreisen ermögliche, die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden, wenn sie beim Erwerb solcher Waren oder Dienstleistungen ihre Wahl treffen müssten (Urteile des Gerichts vom 5. April 2001, Bank für Arbeit und Wirtschaft/HABM [EASYBANK], T-87/00, Slg. 2001, II-1259, Randnr. 40, und vom 7. Februar 2002, Mag Instrument/HABM [Form von Taschenlampen], T-88/00, Slg. 2002, II-467, Randnr. 34).

18 Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 mache zwischen den verschiedenen Zeichenformen keinen Unterschied. Das HABM könne Einzelbuchstaben oder Zahlen auch nicht pauschal unter Berufung auf seine Prüfungsrichtlinien, ohne Beurteilung der konkreten Umstände des Einzelfalls ablehnen.

19 Das Gericht scheine davon auszugehen, dass auch einfache Buchstaben aufgrund ihrer besonderen grafischen Hervorhebungen bei den relevanten Verkehrskreisen eine sich aufdrängende und damit ausreichende Unterscheidungskraft besitzen könnten. Das Gericht habe das „beherrschende Element" des Schriftzeichens „a", bestehend aus einem kursiven, weißen Kleinbuchstaben auf schwarzem Grund, hervorgehoben. Dieses einfache Zeichen dränge sich dem Betrachter unmittelbar auf und werde im Gedächtnis behalten (Urteil des Gerichts vom 13. Juli 2001, AVEX/HABM — Ahlers [a], T-115/02, Slg. 2001, II-2907, Randnr. 20).

20 Daher sei die Auffassung des HABM, die Gestaltung eines Schriftzeichens in einer der typischen Grundfarben habe primär dekorative Funktion ohne jeden Herkunftshinweis, von Grund auf unzutreffend.

21 Die Beschwerdekammer könne die angefochtene Entscheidung nicht damit rechtfertigen, dass das angemeldete Schriftzeichen banal sei und keinen Aussagegehalt oder Phantasieüberschuss habe. Das Fehlen der Unterscheidungskraft ergebe sich gerade nicht schon aus der Feststellung, dass es dem angemeldeten Zeichen an einem Phantasieüberschuss mangele oder dass es weder ungewöhnlich noch auffallend sei (Urteil EASYBANK, oben in Randnr. 17 angeführt, Randnrn. 39 ff.).

22 Für die beiden zur Kennzeichnung von Bekleidung bestimmten Marken a und j habe das HABM bereits eine ausreichende Unterscheidungskraft anerkannt. Es gebe keinen Grund, das im vorliegenden Fall angemeldete Zeichen, das sich auf die „IVG Immobilien AG" beziehe, anders zu behandeln.

23 Das angemeldete Bildzeichen erlange seine Unterscheidungskraft durch seine besonders intensive königsblaue Farbe sowie eine von der Standardschriftart *Times New Roman* abweichende grafische Gestaltung. Diese grafische Gestaltung stelle auch ein Gebäude in stilisierter Form dar und sei dadurch mit der früheren Bildmarke „IVG" der Klägerin verbunden.

24 Die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke sei aus der Sicht des Verkehrskreises der gewerblichen Immobilienverwaltung und des gewerblichen Immobilienmanagements zu beurteilen. Dieser Sektor verwende naturgemäß weniger grelle und aufdringliche Marken und Symbole als z. B. der Einzelhandel. Daher sei an die von den Aktivitäten der Klägerin angesprochenen Verkehrskreise ein anderer Aufmerksamkeitsmaßstab anzulegen. Aus diesem Grund sei die Farbe des angemeldeten Zeichens keineswegs belanglos, zumal auch schon das frühere Corporate Design der Klägerin durch die Farbe Königsblau geprägt gewesen sei.

25 Daher sei dem angemeldeten Zeichen die erforderliche, aber für die Schutzgewährung auch ausreichende minimale Unterscheidungskraft (Urteil Form von Taschenlampen, oben in Randnr. 17 angeführt, Randnr. 34) zuzuerkennen.

26 Das HABM trägt vor, dass die Unterscheidungskraft einer Marke im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 zum einen im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen, für die sie angemeldet worden ist, und zum anderen im Hinblick auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise, d. h. des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers zu beurteilen sei (Urteil des Gerichtshofs vom 29. April 2004, Henkel/HABM, C-456/01 P und C-457/01 P, Slg. 2004, I-5089, Randnr. 35).

27 Die Kriterien für die Beurteilung der Unterscheidungskraft einzelner Buchstaben seien keine anderen als die für andere Wort- oder Bildmarken geltenden, Art. 7 Abs. 1 der Verordnung Nr. 40/94 mache keinen Unterschied zwischen den verschiedenen Markenformen. Der Umstand, dass die Wahrnehmung der angesprochenen Verkehrskreise nicht für alle Kategorien von Marken die gleiche sei, rechtfertige es nicht, bestimmte Marken *a priori* von der Eintragung auszuschließen.

28 Somit sei eine Prognose der Verbraucherwahrnehmung des Zeichens vorzunehmen. Hierbei sei die Beschwerdekammer zu dem Ergebnis gekommen, dass die angesprochenen Verkehrskreise das angemeldete Zeichen nicht als Herkunftshinweis der gekennzeichneten Dienstleistungen wahrnehmen würden.

29 Es sei wichtig, das angemeldete Zeichen in Alleinstellung, unabhängig von anderen Merkmalen zu erfassen. Werde der Verbraucher mit dem angemeldeten Zeichen in Alleinstellung konfrontiert, nehme er je nach Art des Trägermaterials lediglich einen Strich, einen Buchstaben oder eine römische Ziffer wahr, die der Gliederung eines Dokuments oder der Ornamentierung dienen solle. Wie die Beschwerdekammer ausgeführt habe, liege dies daran, dass die grafische Gestaltung des angemeldeten Zeichens den angesprochenen Verkehrskreisen nicht auffalle. Die Querbalken, mit denen sich das angemeldete Zeichen von der normalen Schriftart unterscheide, seien nur bei genauem Hinsehen wahrnehmbar, und die Verwendung der Farbe Blau sei nicht außergewöhnlich.

30 Der Verweis auf das oben in Randnr. 19 angeführte Urteil a gehe vollkommen ins Leere. Bei dieser in einem Inter-partes-Fall ergangenen Entscheidung sei es um die Frage gegangen, ob ein von Haus aus nicht unterscheidungskräftiger Bestandteil einer Marke den Gesamteindruck, den diese Marke hervorrufe, dominieren und daher als Argument für das Bestehen einer Verwechslungsgefahr angeführt werden könne. Dieser Fall spreche eher für die Richtigkeit der angefochtenen Entscheidung, da das Gericht offensichtlich postuliert habe, dass der Buchstabe „a" für sich genommen nicht eintragungsfähig wäre und das Bildzeichen seine Unterscheidungskraft allein aus der grafischen Gestaltung beziehe (Randnr. 21 des Urteils).

31 Die Entscheidung der Beschwerdekammer stimme mit der Eintragungspraxis des HABM überein. Die von der Klägerin angeführten Fälle unterschieden sich von dem vorliegenden Fall durch eine auffälligere grafische Gestaltung des jeweiligen Zeichens.

32 Die Beschwerdekammer habe darauf hingewiesen, dass die Bildmarke j nicht in einer Standardschriftart wiedergegeben sei und dass die Hinzufügung eines Balkens ausreiche, um dem angemeldeten Buchstaben minimale Unterscheidungskraft zu verleihen (Entscheidung vom 10. Juli 2001, R 480/1999-2). Die minimale Unterscheidungskraft der Bildmarke a ergebe sich ebenfalls aus ihrer grafischen Gestaltung (Entscheidung vom 28. Mai 1999, R 091/1998-2).

33 Nach der Rechtsprechung seien darüber hinaus die Entscheidungen der Beschwerdekammern über die Eintragung eines Zeichens als Gemeinschaftsmarke gemäß der Verordnung Nr. 40/94 gebundene Entscheidungen und keine Ermessensentscheidungen. Daher sei die Rechtmäßigkeit dieser Entscheidungen allein auf der Basis der Verordnung in ihrer Auslegung durch den Gemeinschaftsrichter und nicht auf der Grundlage einer vorherigen Entscheidungspraxis der Beschwerdekammern zu beurteilen.

Würdigung durch das Gericht

34 Die Verordnung Nr. 40/94 bestimmt in ihrem Art. 4 mit der Überschrift „Markenformen“:

„Gemeinschaftsmarken können alle Zeichen sein, die sich grafisch darstellen lassen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen und die Form oder Aufmachung der Ware, soweit solche Zeichen geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.“

35 Art. 7 der Verordnung Nr. 40/94, der die absoluten Eintragungshindernisse aufzählt, die der Eintragung eines Zeichens als Gemeinschaftsmarke entgegengehalten werden können, bestimmt in Abs. 1 näher:

„Von der Eintragung ausgeschlossen sind

...

b) Marken, die keine Unterscheidungskraft haben“.

36 Im vorliegenden Fall hat die Klägerin ein Bildzeichen als Gemeinschaftsmarke angemeldet, das aus der grafischen Wiedergabe des Großbuchstabens I oder der römischen Zahl Eins in dunkelkönigsblauer Farbe besteht, und das am oberen und am unteren Ende mit Querbalken versehen ist, die dünner und länger als diejenigen bei entsprechenden Schriftzeichen der Standardschriftart *Times New Roman* sind.

37 Art. 4 der Verordnung Nr. 40/94 enthält eine Beispielliste von grafisch darstellbaren Zeichen, die eine Marke sein können, sofern sie geeignet sind, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden, d. h., die der Marke zukommende Funktion eines Herkunftshinweises für diese Waren oder Dienstleistungen zu erfüllen (vgl. zu Art. 2 der Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken [ABl. 1989, L 40, S. 1], dessen Regelungsgehalt im Wesentlichen mit dem von Art. 4 der Verordnung Nr. 40/94 übereinstimmt, Urteil des Gerichtshofs vom 16. September 2004, Nichols, C-404/02, Slg. 2004, I-8499, Randnr. 22).

38 Zwar werden Buchstaben und Zahlen in Art. 4 der Verordnung Nr. 40/94 ausdrücklich genannt, jedoch folgt daraus, dass eine Kategorie von Zeichen allgemein geeignet ist, eine Marke im Sinne dieser Vorschrift zu sein, nicht, dass die zu dieser Kategorie gehörenden Zeichen im Hinblick auf eine bestimmte Ware oder Dienstleistung notwendig Unterscheidungskraft nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. b besitzen (Urteil des Gerichts vom 9. Oktober 2002, KWS Saat/HABM [Orangeton], T-173/00, Slg. 2002, II-3843, Randnr. 26).

39 Diese Unterscheidungskraft fehlt nämlich Zeichen, die ungeeignet sind, konkret auf die Herkunft der gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung hinzuweisen und es dem Verbraucher, der diese Ware oder Dienstleistung erwirbt oder in Anspruch nimmt, zu ermöglichen, bei einem späteren Erwerb oder einer späteren Inanspruchnahme seine Entscheidung davon abhängig zu machen, ob er gute oder schlechte Erfahrungen gemacht hat (Urteil Orangeton, oben in Randnr. 38 angeführt, Randnr. 27).

40 Im Übrigen vermag die Tatsache, dass die konkrete Beurteilung der Unterscheidungskraft bestimmter Marken gegebenenfalls größere Schwierigkeiten bereitet, nicht die Annahme zu rechtfertigen, diese Marken hätten *a priori* keine Unterscheidungskraft oder könnten diese nur gemäß Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 40/94 infolge ihrer Benutzung erwerben (vgl. zu Art. 3 Abs. 3 der Richtlinie 89/104, dessen Regelungsgehalt im Wesentlichen mit dem von Art. 7 Abs. 3 der Verordnung Nr. 40/94 übereinstimmt, Urteil Nichols, oben in Randnr. 37 angeführt, Randnr. 29).

41 Die Unterscheidungskraft einer Marke, die von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 gefordert wird, ist zum einen im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen, für die sie angemeldet worden ist, und zum anderen im Hinblick auf die Anschauung der beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, die sich aus den Verbrauchern dieser Waren oder den Empfängern dieser Dienstleistungen zusammensetzen (vgl. zu Art. 3 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie 89/104, dessen Regelungsgehalt im Wesentlichen mit dem von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 übereinstimmt, Urteil des Gerichtshofs vom 12. Februar 2004, Henkel, C-218/01, Slg. 2004, I-1725, Randnr. 50).

42 Im vorliegenden Fall war somit im Rahmen einer konkreten Prüfung der potenziellen Eigenschaften des angemeldeten Zeichens zu ermitteln, ob es ausgeschlossen erscheint, dass dieses Zeichen geeignet ist, in den Augen der angesprochenen Verkehrskreise die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von denen anderer Herkunft zu unterscheiden (Urteil EASYBANK, oben in Randnr. 17 angeführt, Randnr. 40), wobei ein Minimum an Unterscheidungskraft genügt, um das absolute Eintragungshindernis des Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 zu überwinden (Urteil Form von Taschenlampen, oben in Randnr. 17 angeführt, Randnr. 34).

43 Bei dieser Prüfung berücksichtigen das Amt und im Fall einer Klage das Gericht alle relevanten Tatsachen und Umstände (Urteil des Gerichtshofs vom 7. Oktober 2004, Mag Instrument/HABM, C-136/02 P, Slg. 2004, I-9165, Randnr. 48).

44 Indessen ist festzustellen, dass die Beschwerdekammer im vorliegenden Fall eine solche Prüfung nicht durchgeführt hat.

45 Das Gericht hält erstens fest, dass die Beschwerdekammer sich darauf beschränkt hat, in Randnr. 10 der angefochtenen Entscheidung festzustellen, dass das angemeldete Zeichen nicht geeignet sei, auf die unternehmerische Herkunft der gekennzeichneten Dienstleistungen hinzuweisen, da die beiden Querbalken des vorgelegten Zeichens und seine königsblaue Farbe, der eine vor allem dekorative Funktion zugewiesen wurde, nicht ausreichten, um die Aufmerksamkeit des durchschnittlich aufmerksamen Betrachters zu gewinnen.

46 Die Beschwerdekammer hat sich, um zu diesem Ergebnis zu gelangen, auf das Fehlen merklicher grafischer Eigenarten des angemeldeten Zeichens im Vergleich zur Standardschriftart *Times New Roman* gestützt. Dieses Ergebnis wird durch die von der Beschwerdekammer in Randnr. 11 der angefochtenen Entscheidung getroffene Feststellung der Banalität des zu prüfenden Zeichens bestätigt.

47 Die Beschwerdekammer hat dadurch, dass sie sich bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft des angemeldeten Zeichens sofort auf dessen farbliche Erscheinung und auf die Frage konzentriert hat, welches Maß an grafischen Unterschieden zwischen diesem Zeichen und den entsprechenden Zeichen der Standardschriftart *Times New Roman* zu verlangen ist, unter Verstoß gegen Art. 4 der Verordnung Nr. 40/94 implizit, aber notwendig angenommen, dass ein zu einer Standardschriftart gehörendes Druckzeichen als solches nicht die von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 geforderte minimale Unterscheidungskraft besitzt, um als Gemeinschaftsmarke eingetragen zu werden.

48 Überdies hat die Beschwerdekammer damit dem von ihr selbst in Randnr. 9 der angefochtenen Entscheidung angeführten Grundsatz, dass Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 im Hinblick auf das Erfordernis der Unterscheidungskraft nicht zwischen den verschiedenen Zeichenformen unterscheidet, jede praktische Bedeutung genommen.

49 Darüber hinaus entspricht es ständiger Rechtsprechung, dass sich die fehlende Unterscheidungskraft eines Zeichens im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 nicht schon aus der Feststellung ergeben kann, dass es weder ungewöhnlich noch auffallend sei (Urteil EASYBANK, oben in Randnr. 17 angeführt, Randnr. 39).

50 Die Eintragung eines Zeichens als Gemeinschaftsmarke hängt nämlich nicht von der Feststellung eines bestimmten Niveaus der Kreativität oder Einbildungskraft des Markeninhabers ab (Urteil vom 16. September 2004, SAT.1/HABM, C-329/02 P, Slg. 2004, I-8317, Randnr. 41), sondern von der Fähigkeit des Zeichens, die Waren oder Dienstleistungen des Markenanmelders von denen abzugrenzen, die die Wettbewerber anbieten (Urteil des Gerichts vom 27. Februar 2002, Rewe-Zentral/HABM [LITE], T-79/00, Slg. 2002, II-705, Randnr. 30).

51 Ein Zeichen ohne grafisch gestaltete Elemente kann sich der Erinnerung der maßgeblichen Verkehrskreise sogar leichter und unmittelbarer einprägen und es diesen erlauben, eine gute Erfahrung mit einem Geschäft zu wiederholen, sofern das Zeichen nicht bereits allgemein zur Bezeichnung der in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen verwendet wird (Urteil des Gerichts vom 9. Oktober 2002, Dart Industries/HABM [UltraPlus], T-360/00, Slg. 2002, II-3867, Randnr. 48).

52 Indem sie das Fehlen der Unterscheidungskraft bei dem angemeldeten Zeichen aus dem Fehlen von deutlicher grafischer Eigenart gegenüber einer Standardschriftart gefolgert hat, hat die Beschwerdekammer somit Art. 4 und Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 unzutreffend angewendet.

53 Zweitens hält das Gericht fest, dass sich die Beschwerdekammer, in Randnr. 11 der angefochtenen Entscheidung, darauf beschränkt hat, den vorstehenden Ausführungen hinzuzufügen, dass das Zeichen keinen Aussagegehalt habe, der ihm eine Unterscheidungskraft verleihen könnte.

54 Dazu hat die Beschwerdekammer ausgeführt, dass die maßgeblichen Verkehrskreise ohne zusätzliche Hinweise auf eine Verbindung zwischen dem angemeldeten Zeichen und einem bestimmten Unternehmen in diesem Zeichen kein Kennzeichen unternehmerischen Ursprungs der in der Anmeldung der Gemeinschaftsmarke beanspruchten Dienstleistungen erkennen würden.

55 Um den Grad der minimalen Unterscheidungskraft zu erreichen, der von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 verlangt wird, genügt es jedoch, wenn das angemeldete Zeichen als von vornherein geeignet erscheint, den maßgeblichen Verkehrskreisen zu ermöglichen, den Ursprung der in der Gemeinschaftsmarkenanmeldung bezeichneten Waren oder Dienstleistungen zu identifizieren und sie von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden, ohne dass es notwendigerweise eine besondere Bedeutung haben müsste; auch ein vollkommen willkürliches Zeichen kann unterscheidungskräftig sein.

56 Im vorliegenden Fall hat die Beschwerdekammer nicht dargelegt, inwiefern der fehlende Aussagegehalt des Zeichens eine Identifizierung der von der Klägerin angebotenen Dienstleistungen im Bauwesen sowie in der Gebäude- und Immobilienverwaltung ausschließt.

57 Hierzu ist festzustellen, dass das angemeldete Zeichen, da es aus dem Buchstaben „I" besteht, mit dem Anfangsbuchstaben des Begriffs „Immobilien" übereinstimmt, der in mehreren Amtssprachen der Gemeinschaft den Bereich der Geschäftstätigkeiten bezeichnet, zu dem die in Rede stehenden Dienstleistungen gehören.

58 Unter diesen Umständen hätte die Beschwerdekammer zumindest die Frage erörtern müssen, ob das zu prüfende Zeichen nicht geeignet wäre, auf die Art der bezeichneten Dienstleistungen anzuspielen, ohne dabei im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 40/94 beschreibend zu sein.

59 Indem sie so aus dem Fehlen eines Aussagegehalts des angemeldeten Zeichens auf dessen Unfähigkeit zur Identifizierung des unternehmerischen Ursprungs der in Rede stehenden Dienstleistungen geschlossen hat, hat die Beschwerdekammer Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 fehlerhaft angewendet.

60 Die Beschwerdekammer hat somit die Zurückweisung des angemeldeten Zeichens zu Unrecht auf das Fehlen einer deutlichen grafischen Eigenart und eines Aussagegehalts gestützt, ohne zuvor unter Berücksichtigung aller einschlägigen Umstände des Einzelfalls geprüft zu haben, ob dieses Zeichen aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise konkret geeignet ist, die von dem Markenanmelder erbrachten Dienstleistungen von denen seiner Wettbewerber zu unterscheiden.

61 Hierzu ist drittens hervorzuheben, dass die Klägerin ein auf das Bauwesen sowie die Gebäude- und Immobilienverwaltung spezialisiertes Unternehmen ist und die in ihrer Gemeinschaftsmarkenanmeldung beanspruchten Dienstleistungen für gewerbliche oder private Kunden erbringt.

62 Angesichts des spezifischen Charakters und des hohen Preises der im Allgemeinen mit ihnen verbundenen Geschäfte richten sich diese Dienstleistungen in jedem Fall an sachkundige Verkehrskreise, deren Aufmerksamkeitsgrad höher ist als derjenige, der den normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher beim Kauf bzw. der Inanspruchnahme von Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs kennzeichnet, auf den die Beschwerdekammer abgestellt hat.

63 Der Grad der Aufmerksamkeit des maßgeblichen Publikums kann nämlich je nach Art der angebotenen Waren oder Dienstleistungen unterschiedlich hoch sein, und die Verbraucher können ein äußerst aufmerksames Publikum bilden, wenn sie, wie im vorliegenden Fall, relativ bedeutende Verpflichtungen eingehen sollen und wenn die Dienstleistungen einen relativ technischen Charakter haben (Urteil des Gerichts vom 15. September 2005, Citicorp/HABM [LIVE RICHLY], T-320/03, Slg. 2005, II-3411, Randnrn. 70 und 73).

64 Die Beschwerdekammer hat also zu Unrecht auf den normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abgestellt, ohne die Tatsache zu berücksichtigen, dass die Aufmerksamkeit des Verbrauchers,

einschließlich des Durchschnittsverbrauchers, je nach Art der betreffenden Waren oder Dienstleistungen unterschiedlich hoch sein kann (Urteil des Gerichtshofs vom 22. Juni 1999, Lloyd, C-342/97, Slg. 1999, I-3819, Randnr. 26).

65 Aus alledem ergibt sich, dass die Beschwerdekammer Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 unzutreffend ausgelegt und angewendet hat.

66 Daher ist dem Klagegrund stattzugeben und die angefochtene Entscheidung aufzuheben.

**Kosten**

67 Nach Art. 87 § 2 der Verfahrensordnung ist die unterliegende Partei zur Tragung der Kosten zu verurteilen.

68 Da das HABM unterlegen ist, hat es gemäß dem Antrag der Klägerin seine eigenen Kosten sowie die Kosten der Klägerin zu tragen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Vierte Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. **Die Entscheidung der Vierten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) vom 1. September 2005 (Sache R 559/2004-4) wird aufgehoben.**

2. **Das HABM trägt seine eigenen Kosten und die Kosten der IVG Immobilien AG.**

Legal Wiszniewska-Białecka Moavero Milanesi

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 13. Juni 2007.

Der Kanzler

E. Coulon

Der Präsident

H. Legal