



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 128/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 13 944.3

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 29. April 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Bender und der Richter Kätker und Knoll

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. Oktober 2005 und vom 27. September 2006 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

GIROPAY

ist am 18. März 2002 für folgende Waren und Dienstleistungen zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden:

Klasse 9:

Datenverarbeitungsgeräte und Datenverarbeitungsprogramme;
Datenverarbeitungsgeräte und Datenverarbeitungsprogramme für Banken und sonstige Anbieter von Finanzdienstleistungen; insbesondere für die Anwendungsbereiche gesetzliches Meldewesen, Geld-, Wertpapier- und Finanzderivate, Handel, Zahlungsverkehr, Vermögensverwaltung; Dokumenten- und workflow-Management;

Klasse 36:

Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen; Finanzdienstleistungen, Bankgeschäfte, Kontoführung, Ausgabe von Kredit-, Debit-, Geld- und anderen Karten im Zu-

sammenhang mit den vorstehend genannten Dienstleistungen der Klasse 36;

Klasse 38:

Telekommunikation; Telekommunikation von Daten im Zusammenhang mit Finanzdienstleistungen, insbesondere für die Anwendungsbereiche gesetzliches Meldewesen, Geld-, Wertpapier- und Finanzderivatehandel, Zahlungsverkehr und Vermögensverwaltung;

Klasse 42:

Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und Computersoftware; Konzeption, Erstellung und Wartung von Datenverarbeitungsgeräten und Datenverarbeitungsprogrammen; Installieren von Computerprogrammen, einschließlich Implementieren von EDV-Programmen in Netzwerken; Konvertieren von Computerprogrammen und Daten; Aktualisierung von Computer-Software, Bereitstellen von Computerprogrammen in Datennetzen; Vermietung von Datenverarbeitungsgeräten und Datenverarbeitungsprogrammen; Lizensieren von Datenverarbeitungsprogrammen; Dienstleistungen eines EDV-Programmierers, EDV-Beratung.

Die Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts hat in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die Markenmeldung wegen fehlender Schutzfähigkeit zurückgewiesen.

Die angemeldete Marke sei nicht unterscheidungskräftig. Sie sei aus den Begriffen „GIRO“ (Umlauf - besonders von Geld oder Wechseln) und „PAY“ (Englisch: to pay = bezahlen) zusammengesetzt. Der aus der italienischen Sprache stammende Begriff „Giro“ werde im Bankwesen in der Bedeutung eines Geldtransfers zwischen Banken verwendet und sei in vielen zusammengesetzten Wörtern im

Bereich des Bankverkehrs als Präfix anzutreffen. Das Wort „PAY“ sei eine Bezeichnung, die aus der englischen Sprache komme und mittlerweile in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen sei (PAYback, Paycard, Pay-TV). Für die beanspruchten Dienstleistungen weise die sprachüblich gebildete Bezeichnung „GIROPAY“ mit der Bedeutung „bargeldlose (Be)Zahlung“ auf Zahlungen/Geldgeschäfte hin, die bargeldlos von einem (GIRO-)Konto zu einem anderen unter Verwendung elektronischer Kommunikationsmittel abgewickelt würden. Der Verkehr werde „Giropay“ als klaren werbenden Hinweis auf den (bargeldlosen) Girozahlungsverkehr verstehen. Im Zusammenhang mit den Waren der Klasse 9 deute die Bezeichnung auf deren Zweckbestimmung hin, im Zusammenhang mit den Dienstleistungen der Klasse 36 auf deren Art bzw. Gegenstand, im Zusammenhang mit den übrigen Dienstleistungen wiederum auf deren Zweckbestimmung.

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

die Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben.

Die angemeldete Bezeichnung sei weder allgemein noch in der für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen maßgeblichen Fachsprache lexikalisch nachweisbar oder sprachüblich geworden oder sonst in beschreibender Weise benutzt worden. Vielmehr handele es sich um eine Wortneuschöpfung, wobei Wörter aus unterschiedlichen Sprachen sprachübergreifend und sprachunüblich miteinander verknüpft worden seien. Schon aus diesem Grund könne der Marke die Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden. Außerdem weise sie in ihrer konkreten Form keinen unmittelbar verständlichen werbemäßigen Aussagegehalt auf, zumal „GIRO“ schon in der Bankfachsprache unterschiedliche Bedeutungen haben könne. Auch sei nicht eindeutig, dass der weitere Bestandteil „PAY“ dem entsprechenden Begriff der englischen Sprache zugeordnet werde. Zudem habe der Begriff auch in der englischen Sprache mehrere Bedeutungen. Demzufolge seien die Interpretationsmöglichkeiten bei der angemeldeten Bezeichnung selbst

auf dem Fachgebiet des Finanzwesens derart vielfältig, dass die Bezeichnung keinen klaren Hinweis geben könne. Die angemeldete Marke stelle außerdem keine beschreibende Angabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache Erfolg.

Entgegen der Beurteilung der Markenstelle steht nach Auffassung des Senats das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft der Eintragung der angemeldeten Marke nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht entgegen. Der Senat hält darüber hinaus auch ein Freihaltungsbedürfnis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht für gegeben.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr, d. h. dem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der maßgeblichen Waren oder Dienstleistungen, als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Produkte zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428, 429 f. (Nr. 30, 31) „Henkel“; GRUR 2004, 943, 944 (Nr. 23, 24) „SAT.2“; BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 17) „FUSSBALL WM 2006“). Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH 2006, 850, 854 (Nr. 19) „FUSSBALL WM 2006“; EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 86) „Postkantoor“) oder die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die, etwa wegen einer entsprechenden

Verwendung in der Werbung, stets nur als solche und nicht als Unterscheidungs-
mittel verstanden werden (vgl. BGH GRUR 2003, 1050, 1051 „Cityservice“;
„FUSSBALL WM 2006“ a. a. O. (Nr. 19).

Diese Voraussetzungen für die Bejahung des Schutzhindernisses der fehlenden
Unterscheidungskraft liegen bei der angemeldeten Wortmarke „GIROPAY“ entgegen
der Auffassung der Markenstelle nicht vor. Diese hat zwar den Sinngehalt der
Markenbestandteile „GIRO“ und „PAY“ im Wesentlichen zutreffend beurteilt. Der
aus der italienischen Sprache stammende Begriff „GIRO“ (= Kreis, Umlauf, auch
von Geld oder Wechseln) wird als Fremdwort i. S. v. „Überweisung im bargeldlo-
sen Zahlungsverkehr“ (vgl. Duden, Das Große Fremdwörterbuch, 4. Aufl. unter
dem entsprechenden Stichwort) und auch i. S. d. Fachbegriffs „Indossament“
(= Vermerk, durch den ein Wechsel oder sonstiges Orderpapier auf einen anderen
übertragen wird) verwendet, wobei „GIRO“ insbesondere in den allgemein ge-
bräuchlichen und verständlichen Wortkombinationen „Girokonto“ (Bankkonto zur
Abwicklung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs) und „Giroverkehr“ (= bargeldloser
Zahlungsverkehr) enthalten ist. Auch in der englischen Sprache bedeutet „giro“
„Überweisung“. Das zum englischen Grundwortschatz gehörende Wort „PAY“ hat
als Substantiv u. a. die Bedeutung von „Lohn, Gehalt, Bezahlung“ und als Verb
„to pay“ die Bedeutung von „bezahlen“.

Auch wenn den Einzelbestandteilen der angemeldeten Marke „GIRO“ und „PAY“
wegen ihres im Vordergrund stehenden beschreibenden Sinngehalts im Zusam-
menhang mit den beanspruchten Produkten, insbesondere mit den Dienstleistun-
gen „Finanzwesen; Geldgeschäfte; Finanzdienstleistungen, Bankgeschäfte, Kon-
toführung“ die Unterscheidungskraft fehlt, gilt dies nicht automatisch für die bei der
Schutzfähigkeitsbeurteilung allein maßgebliche konkrete Wortkombination. Zwar
ist die Kombination produktbeschreibender Bestandteile im Allgemeinen ebenfalls
produktbeschreibend und deshalb regelmäßig nicht unterscheidungskräftig (vgl.
Ströbele/Hacker MarkenG 8. Aufl., § 8 Rdn. 103 mit weiteren Rechtsprechungs-
nachweisen). Dies gilt aber nicht, wenn die Wortkombination ungewöhnlich ist

oder sprachlich in besonderer Weise ausgestaltet ist (siehe dazu auch Ströbele/Hacker a. a. O.). So stellt sich die vorliegende Fallgestaltung dar.

Bei der Bezeichnung „GIROPAY“ ist ein aus der italienischen Sprache stammendes Fremdwort bzw. Fremdwortelement - nämlich „GIRO“ - mit dem allgemein bekannten englischen Wort „PAY“ kombiniert. Auch wenn die Gesamtbezeichnung „GIROPAY“ ebenfalls als Zusammensetzung englischer Begriffe verstanden werden kann, wird der für die Frage der Unterscheidungskraft maßgebliche inländische Verkehr (siehe dazu auch Ströbele/Hacker MarkenG 8. Aufl., § 8 Rdn. 61) die Gesamtbezeichnung im Hinblick auf die geläufigen Wörter „Girokonto“ und „Giroverkehr“ gleichwohl ganz überwiegend als Kombination des Fremdwortbestandteils „Giro“ mit dem englischen Wort „pay“ erfassen. Diese Art der Kombination von Wörtern aus unterschiedlichen Sprachen ist bereits strukturell ungewöhnlich. Darüber hinaus ist auch der Sinngehalt der angemeldeten Wortkombination interpretationsbedürftig, was ebenfalls dagegen spricht, dass der Verkehr in der angemeldeten Bezeichnung einen im Vordergrund stehenden produktbeschreibenden Sinngehalt erkennt (siehe dazu Ströbele/Hacker MarkenG 8. Aufl., § 8 Rdn. 56 mit weiteren Rechtsprechungsnachweisen, wonach die Interpretationsbedürftigkeit einer Bezeichnung indiziell für deren Unterscheidungskraft spricht). Bei dem sich aufdrängenden wörtlichen Verständnis bedeutet „GIROPAY“ „Überweisungszahlung“. Es bleibt unklar, was damit gemeint ist bzw. welcher tatsächliche Vorgang sich hinter diesem Begriff verbergen soll.

Eine Zahlung kann bar oder bargeldlos erfolgen. Bargeldlos kann die Zahlung nach den bislang bekannten Verfahren u. a. mit Kreditkarte, mit Geldkarte, mit EC-Karte - entweder als Lastschriftbuchung oder als „Sofortzahlung“ unter Eingabe der PIN (= Persönliche Identifikationsnummer) - oder per Überweisung vorgenommen werden. Der Bezahlvorgang erfolgt bei einer Überweisung im Regelfall dadurch, dass der Zahlende seiner Bank den Auftrag erteilt, von seinem Konto einen Geldbetrag dem Konto des Zahlungsempfängers gutzuschreiben (§ 676 a Abs. 1 Satz 1 BGB, wenn Zahlender und Zahlungsempfänger über Konten bei

derselben Bank verfügen) oder von seinem Konto einen Geldbetrag an die Bank des Zahlungsempfängers unter Weiterleitung von dessen Kontodaten zu übermitteln (§ 676 a Abs. 1 Satz 2 BGB, wenn Zahlender und Zahlungsempfänger ihre Konten bei verschiedenen Banken führen), wobei die Gutschrift auf dem Konto des Zahlungsempfängers den Gesamtüberweisungsvorgang abschließt. Regelmäßig werden der Zahlende wohl Schuldner und der Zahlungsempfänger Gläubiger einer Geldforderung sein. Die Zahlung gilt bei der Überweisung erst dann im Sinne des § 362 Abs. 1 BGB als bewirkt, wenn der geschuldete Geldbetrag auf dem Konto des Gläubigers und Zahlungsempfängers gutgeschrieben wird oder zumindest bei der Bank des Zahlungsempfängers eingeht. Eine Überweisung ist aber auch in der Form möglich, dass der Zahlende bzw. Überweisende einer Bank einen Geldbetrag in bar zur Verfügung stellt mit dem Auftrag, den Betrag dem Konto des Zahlungsempfängers gutzuschreiben bzw. an die Bank des Zahlungsempfängers unter Weiterleitung von dessen Kontodaten zu übermitteln (§ 676 Abs. 1 Satz 3 BGB). Auch wenn es gesetzlich nicht geregelt ist, kommt schließlich in Betracht, dass die Empfängerbank den überwiesenen Geldbetrag keinem Konto gutschreibt, sondern bar auszahlt, etwa dann, wenn der Zahlungsempfänger über kein Bankkonto verfügt.

Zunächst ist es unüblich, eine konventionelle Überweisung von einem Bankkonto auf ein anderes Bankkonto als „Überweisungszahlung“ zu bezeichnen. Die Überweisung selbst stellt die Zahlung dar, so dass nach dem Begriff „GIRO“ (= Überweisung) der Zusatz „PAY“ (= Zahlung) überflüssig ist, da er den vorausgehenden Begriff wiederholt (Pleonasmus bzw. Tautologie bzw. Hendiadyoin). Unter „GIROPAY“ i. S. v. „Überweisungszahlung“ könnte auch die Bareinzahlung i. S. d. § 676 Abs. 1 Satz 3 BGB des Überweisenden oder auch die Barauszahlung an den Zahlungsempfänger nach erfolgter Überweisung in dem dargestellten Sinne verstanden werden. Letztlich bleibt auch im Zusammenhang mit den für eine Produktbeschreibung naheliegendsten beanspruchten Dienstleistungen, nämlich denen der Klasse 36, offen, was mit „Überweisungszahlung“ gemeint sein könnte, wobei der maßgebliche inländische Verkehr „GIROPAY“ als ungewöhnlich-

che Verknüpfung von Wörtern aus unterschiedlichen Sprachen erfasst, was ein beschreibendes Verständnis zusätzlich erschwert. Dies gilt erst recht im Zusammenhang mit den weiter beanspruchten Produkten der Klassen 9, 38 und 42.

Soweit die Markenstelle meint, die Bezeichnung „GIROPAY“ weise mit der Bedeutung „Bargeldlose (Be)Zahlung“ auf Zahlungen/Geldgeschäfte hin, die bargeldlos von einem (GIRO-)Konto zu einem anderen unter Verwendung elektronischer Kommunikationsmittel abgewickelt würden, bewegt sie sich nach Auffassung des Senats eher im Bereich der Spekulation oder zumindest Interpretation. Es ist insbesondere nicht ersichtlich, woraus es sich ergeben soll, dass die fraglichen Geldgeschäfte unter Verwendung elektronischer Kommunikationsmittel abgewickelt werden. Dafür bietet die angemeldete Bezeichnung keinen ausreichenden Anhalt. Es mag sein, dass Teile des Verkehrs die angemeldete Bezeichnung dahingehend interpretieren oder wenigstens entsprechende Vermutungen anstellen, dass „GIROPAY“ eine neuartige Zahlungsmöglichkeit unter Verwendung eines Girokontos bietet. Dies schließt aber nicht aus, dass dieselben Teile des Verkehrs in der angemeldeten Bezeichnung gleichwohl einen betrieblichen Herkunftshinweis im Sinne einer sprechenden Marke erkennen.

Auch eine aktuelle Internetrecherche führt letztlich zu keiner anderen Beurteilung. Die Recherche mit ... vom 15. April 2008 ergab unter dem Stichwort „giropay“ zwar die enorm hohe Anzahl von circa 494.000 Treffern. Bei der danach durchgeführten stichprobenartigen Durchsicht ergab sich kein hinreichender Hinweis auf eine eindeutig produktbeschreibende Bedeutung. Zwar ist die Bezeichnung auch in der Internet-Enzyklopädie Wikipedia aufgeführt und als „ein Online-Bezahlverfahren der deutschen Kreditwirtschaft, das auf der Überweisung des Online-Bankings basiert und speziell für die Anforderungen des E-Commerce optimiert wurde“ beschrieben, wobei Folgendes zum Zahlungsvorgang ausgeführt wird:

„Die Bezahlung erfolgt direkt vom Girokonto des Kunden. Zu diesem Zweck wählt er in einem entsprechenden Online-Shop ... die

Zahlungsart „giropay“ aus und muss dort zusätzlich die Bank benennen (durch Eingabe der Bankleitzahl), bei der er ein Girokonto führt. ... Im nächsten Schritt wird ... der Kunde wird zur Login-Seite seines Online-Bankings weitergeleitet, wo er sich mit seinen bekannten Daten ... einloggt. Nach erfolgreichem Login präsentiert sich dem Kunden eine mit allen Daten vollständig ausgefüllte Online-Überweisung, die nicht mehr veränderbar ist. Durch Eingabe einer Transaktionsnummer (TAN) autorisiert der Kunde die Zahlung. ... Nach der erfolgreichen giropay-Überweisung erhält der Verkäufer direkt eine Zahlungsgarantie von der Bank des Käufers über den Warenwert.“

Auch wenn diese Wikipedia-Darstellung im Sinne der Definition eines Fachbegriffs verstanden werden kann, entgeht dem verständigen Leser nicht, dass das konkrete Bezahlverfahren von einem Bankenconsortium eingeführt wurde und mit Hilfe einer gemeinsam gegründeten Gesellschaft, nämlich der „g... GmbH“, betrieben wird, was wiederum für ein Verständnis der angemeldeten Bezeichnung im Sinne eines betrieblichen Herkunftshinweises spricht. Unter anderem ist in ... nämlich unter dem Stichwort „giropay“ vorab Folgendes aufgeführt:

„Teile der deutschen Kreditwirtschaft haben mit giropay im Februar 2006 eine weitere technische Verrechnungsform im elektronischen Zahlungsverkehr spezifiziert. Käufern soll giropay ein einfaches und sicheres Bezahlen im Internet ermöglichen, Verkäufer sollen durch den Erhalt einer sofortigen Zahlungsgarantie von der Bank des Käufers ihr Zahlungsausfallrisiko ausschalten können. Die g... GmbH wurde von der P..., der S... ..., sowie der F... und der G... ... gegründet.“

Entsprechende Hinweise auf das verantwortliche Bankenconsortium bzw. die „... GmbH“ konnten regelmäßig auch den anderen stichprobenartig aufgerufe-

nen Internetfundstellen entnommen werden, so dass zumindest derzeit bei der Bezeichnung „GIROPAY“ noch nicht von einem fest definierten Standard-Bezahlverfahren ausgegangen werden kann, die sich zu einem Fach- oder gar Gattungsbegriff entwickelt hätte.

Ausgehend von diesen Feststellungen zur Unterscheidungskraft ist die angemeldete Bezeichnung auch nicht geeignet, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unmittelbar zu beschreiben, so dass auch insoweit kein Eintragungshindernis besteht.

Soweit das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt in einem Beschluss vom 26. Oktober 2006 die Bezeichnung „Giro pay“ als schutzunfähige beschreibende Angabe nach Artikel 7 Abs. 1 b und c i. V. m. Abs. 2 GMV beurteilt, weil die Wortkombination nach englischem Sprachverständnis im Sinne von „cashless payment“ (= bargeldlose Zahlung) bzw. „direct transfer of money“ (= direkte Geldüberweisung) erfasst werde (siehe dazu HABM PAVIS PROMA, Bender, R 0308/05-4 - GIROPAY), führt dies zu keiner anderen Beurteilung. Das Harmonisierungsamt hatte bei seiner Entscheidung dem Wortbestandteil „GIRO“ die Bedeutung beigemessen im Sinne von „a system of transferring money within the financial institutions of a country, such as banks and post offices, by which bills, etc. may be paid by filling in a giro form authorizing the debit of a specified sum from one's own account to the credit of the payee's account“ (= ein System zum Transfer von Geld zwischen Finanzinstituten eines Landes, wie Banken oder Postämter, wodurch Rechnungen u. Ä. durch Ausfüllen eines Giro-Formulars bezahlt werden können, das die Belastung des Geldbetrages am eigenen Konto zu Gunsten des Kontos des Begünstigten autorisiert). Auch nach diesem Verständnis bedeutet die Bezeichnung „GIROPAY“ letztlich „Überweisungszahlung“ bzw. „Zahlung im Überweisungssystem der Geldinstitute“. Es kann offen bleiben, ob die Bezeichnung „GIROPAY“ im englischen Sprachraum, der für die Beurteilung einer Gemeinschaftsmarkenmeldung ebenfalls relevant ist, als Fachbegriff für eine bargeldlose Zahlung verstanden wird (im Sinne des oben dargestellten Online-Be-

zahlverfahrens der g... GmbH bzw des dahinter stehenden Bankkonsortiums). Gleichwohl sind Zweifel an dieser Interpretation angebracht. Der englische Fachbegriff für „Überweisung“ ist „transfer“. Bei einem Verständnis der angemeldeten Bezeichnung im englischen Sprachraum im Sinne von „Überweisungszahlung“ bestehen die gleichen Bedenken wie beim entsprechenden deutschen Verständnis. Auf die vorstehenden Ausführungen hierzu kann verwiesen werden. Soweit die Bezeichnung „GIROPAY“ als „Zahlung im Überweisungssystem der Geldinstitute“ verstanden wird, bleibt unklar, was damit gemeint ist. Auch eine Überweisung (Englisch: transfer) ist eine Zahlung in diesem System. Jedenfalls kann aus dem Wortverständnis nicht hergeleitet werden, wie die Zahlung konkret abgewickelt wird. Insofern dürfte der Begriff „GIROPAY“ auch nach englischem Sprachverständnis unklar, verschwommen und interpretationsbedürftig sein. Erfahrungsgemäß hat der Verkehr keine Neigung, Bezeichnungen begrifflich zu analysieren, was auch nach englischem Verständnis dagegen spricht, „GIROPAY“ als unmittelbar produktbeschreibende Angabe zu werten (siehe dazu Ströbele/Hacker MarkenG 8. Aufl., § 8 Rdn 196 mit zahlreichen weiteren Rechtsprechungsnachweisen). Auch die Durchsicht englischsprachiger ...-Fundstellen zum Stichwort „Giropay“ führte nicht zu dem Ergebnis, dass sich diese Bezeichnung zu einem fest definierten Bezahlfverfahren entwickelt hätte, welche die Qualität eines Fach- oder Gattungsbegriffs hätte. Vielmehr weisen die stichprobenartig geprüften Fundstellen regelmäßig auf das konkrete Bezahlfverfahren eines deutschen Bankkonsortiums unter Mitwirkung der g... GmbH hin. Aus diesem Grund kann derzeit nicht festgestellt werden, dass die englischsprachige Bezeichnung „Giropay“ beim Im- und Export von Waren (hier der Klasse 9) benötigt wird. Auch für eine

entsprechende bevorstehende Entwicklung gibt es nach Auffassung des Senats derzeit keine ausreichenden Anhaltspunkte.

Bender

Kätker

Knoll

Cl