



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 10/19

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2017 217 185.1

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 30. März 2020 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Kriener und des Richters Dr. Nielsen

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Dezember 2017 und vom 8. Januar 2019 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

GEO Kasse

ist am 1. Juni 2017 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für die nachfolgenden Waren angemeldet worden:

Klasse 9: Computerprogramme für elektronische Registrierkassensysteme;

Klasse 38: Kommunikationsdienste mittels Telematik;

Klasse 42: Entwicklung und Erstellung von Computerprogrammen für die Datenverarbeitung; Entwicklung von Computerprogrammen für elektronische Registrierkassensysteme.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese unter der Nummer 30 2017 217 185.1 geführte Anmeldung mit zwei Beschlüssen vom 18. Dezember 2017 und vom 8. Januar 2019, wobei letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und eines bestehenden Freihaltebedürfnisses im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, dass der Zeichenbestandteil „GEO“ ein gebräuchliches Wortbildungselement mit der Bedeutung „land-“ oder „erd-“ sei. Er finde sich beispielweise in den bekannten Wörtern „Geografie, Geocaching, Geodaten“ oder „Geoinformationssystem“. Unter einer „Kasse“ sei ein kastenförmiger, verschließbarer Behälter zu verstehen, in dem Geld

aufbewahrt werde. Als „Kasse“ würden aber auch Ladenkassen, Registrierkassen oder der Bereich eines Geschäfts bezeichnet, in dem sich die Kasse befinde. Moderne elektronische Kassensysteme könnten auch für den mobilen Einsatz bestimmt sein und mit einer sogenannten GPS-Funktion ausgestattet sein. Solche Kassen würden Geodaten verwenden. Das Zeichen „GEO Kasse“ werde daher vom Verkehr im Zusammenhang mit den hier beanspruchten Waren und Dienstleistungen als Sachhinweis im Sinne von „Kassensystem mit bzw. zur Verarbeitung von Geodaten“ verstanden. Entgegen der Auffassung der Anmelderin sei es nicht von entscheidungserheblicher Bedeutung, dass die von ihr vertriebenen Produkte keine Kassen mit GPS-Funktion seien, sondern Verkaufsfahrzeuge mit GPS-Funktion. Für die Prüfung der Schutzfähigkeit einer als Marke angemeldeten Bezeichnung komme es grundsätzlich nur auf den Sinngehalt des Zeichens und die beanspruchten Waren und Dienstleistungen an, jedoch nicht auf die vom Anmelder angebotenen Produkte. Das Zeichen „GEO Kasse“ werde vom Verkehr im Zusammenhang mit den hier beanspruchten Waren und Dienstleistungen als Sachhinweis im Sinne von „Kassensystem mit bzw. zur Verarbeitung von Geodaten“ verstanden.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde. Das angemeldete Zeichen beinhalte für die von der Anmelderin tatsächlich angebotenen Waren und Dienstleistungen keinen beschreibenden Sinngehalt. So biete die Beschwerdeführerin kein Kassensystem an, das geografische Daten verarbeite. Stattdessen entwickle sie verschiedene Telematik-Lösungen, bei denen satellitengestützte Daten mittels eines GPS-Gerätes vom Server der Beschwerdeführerin empfangen würden, um dann mit einer eigens entwickelten Software für bestimmte buchhalterische Anwendungen verarbeitet zu werden. Dieses Produkt sei neu und werde von keinem anderen Hersteller angeboten. Alleine hieraus leite sich bereits ein Markenschutz ab. Wenn auch die Begriffe „GEO“ und „Kasse“ von der Markenstelle im Wesentlichen richtig definiert worden seien, so besäßen die Begriffe in der Kombination „GEO Kasse“ keinen sich aufdrängenden Bedeutungsgehalt.

Die Anmelderin und Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Dezember 2017 und vom 8. Januar 2019 aufzuheben.

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

II.

Die nach § 66 Abs. 1 Satz 1 MarkenG statthafte und auch im Übrigen zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache Erfolg. Es kann nicht mit hinreichender Sicherheit festgestellt werden, dass der Eintragung der Bezeichnung „GEO Kasse“ als Marke Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG oder § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegenstehen. Ausgehend davon waren die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 42 des DPMA vom 18. Dezember 2017 und vom 8. Januar 2019 aufzuheben.

1. Der angemeldeten Bezeichnung kann das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke 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. u. a. EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 30, 31 - Henkel; BGH GRUR 2006, 850 Rn. 17 - FUSSBALL WM 2006). Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im

Zusammenhang mit den beanspruchten Waren lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH 2006, 850 Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 - Postkantoor). Von mangelnder Unterscheidungskraft ist ferner dann auszugehen, wenn die Wortfolge für sich genommen oder im Zusammenhang mit produktbeschreibenden Angaben lediglich Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art enthält (BGH GRUR 2013, 522 Rn. 9 – Deutschlands schönste Seiten). 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 - FUSSBALL WM 2006 a.a.O.).

Der Bezeichnung „GEO Kasse“ wird vom angesprochenen Verkehr, zu dem sowohl Verbraucher als auch Fachkreise zu zählen sind, im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen kein beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden. Sie ist inhaltlich so unbestimmt, dass ihr letztlich kein konkreter Bedeutungsgehalt zu entnehmen ist. Der Verkehr wird die angemeldete Bezeichnung insbesondere nicht ohne Weiteres im Sinne von „Kasse mit Geodatenfunktion“ verstehen. Für ein solches Verständnis sind mehrere gedankliche Schritte erforderlich. Die Markenstelle hat insoweit zwar zutreffend darauf hingewiesen, dass es sich bei dem Zeichenbestandteil „GEO“ um ein Präfix im Sinne von „erd-“ oder „land-“ handelt, das dem Verkehr aus zahlreichen Begriffen wie beispielsweise „Geographie“ oder „Geocaching“ bekannt ist. Hiervon ausgehend würde die angemeldete Marke wörtlich genommen jedoch eine „Erd-Kasse“ bzw. eine „Land-Kasse“ bezeichnen, was im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen offensichtlich keinen erkennbaren Sinn ergibt. Nach Auffassung des Senats liegt ein Verständnis des Zeichenbestandteils „GEO“ im Sinne von „Geodaten“ nicht ohne Weiteres nahe. Gerade weil es zahlreiche Wortverbindungen mit dem Präfix „Geo“ gibt, bedarf es eines gewissen Nachdenkens, um die angemeldete Bezeichnung als einen Sachhinweis dahingehend zu verstehen, dass die so bezeichneten Produkte „Geodaten“ verarbeiten.

Dies gilt nach Auffassung des Senats auch unter Berücksichtigung des Umstandes, dass zumindest dem auch angesprochenen und für sich genommen bereits ausreichend maßgeblichen Fachverkehr bekannt ist, dass elektronische Kassensysteme mit einer sogenannten „GPS-Funktion“ ausgestattet sein können. Zwar könnten die Daten, die ein GPS-System erzeugt bzw. verwendet, möglicherweise auch als „Geodaten“ bezeichnet werden. Weiterhin können entsprechende Daten auch einem sogenannten „GPS-Tracking“ bzw. „Geo-Tracking“ dienen, bei dem beispielsweise eine verloren gegangene Kasse mittels Satellitendaten wieder aufgespürt werden kann. Allerdings können selbst vor diesem Hintergrund die Begriffe „GPS“ und „GEO“ nicht ohne weiteres gleichgesetzt werden. So könnte ein Kassensystem sprachüblich damit beworben werden, dass es über „ein GPS“ verfüge. Dagegen wäre die Aussage, dass ein Kassensystem „ein GEO“ habe, unverständlich. Auch insoweit wird der angesprochene Verkehr den Zeichenbestandteil „GEO“ nicht ohne Weiteres gedanklich im Sinne von „Geodaten“ bzw. „Geotracking“ ergänzen, so dass es eines gewissen Nachdenkens bedarf, um die angemeldete Bezeichnung im Sinne eines dahingehenden Sachhinweises zu verstehen.

Nachdem die angemeldete Bezeichnung „GEO Kasse“ keinen konkreten Sinngehalt aufweist, ist sie auch nicht geeignet, einen engen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Produkten herzustellen.

2. Ausgehend hiervon wird der angesprochene Verkehr die angemeldete Bezeichnung auch nicht als Zeichen oder Angabe verstehen, welches die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen unmittelbar beschreibt, so dass auch ein Schutzhindernis im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht bejaht werden kann.

Knoll

Kriener

Dr. Nielsen

Fa