

# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 37/00

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 398 22 452.8**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. Januar 2002 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker und die Richter Baumgärtner und Guth

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. Oktober 1999 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen "Werbung, insbesondere Rundfunk und Fernsehwerbung; Verteilung von Waren für Werbezwecke; Veranstaltung von Partys und Unterhaltungsshows; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Musik- und Filmvermietung; Veranstalten und Vermitteln von Reisen; Bekleidung, Schuhwaren; Kopfbedeckungen; Spielzeug; Turn- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten)" zurückgewiesen worden ist.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Wortmarke

**"Zukunft: Jetzt!"**

soll für die Waren und Dienstleistungen

Klasse 38: Produktion und Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Sammeln und Liefern von Nachrichten; Telekommunikation; Datenübermittlung;

- Klasse 35: Werbung, insbesondere Rundfunk und Fernsehwerbung; Unternehmensberatung; Verteilung von Waren zu Werbezwecken;
- Klasse 41: Veranstalten von Partys und Unterhaltungsshows; Unterhaltung; Ausbildung, Unterricht; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Produktion von Musik und Filmen; Musik- und Filmvermietung;
- Klasse 9: Datenträger, bespielt mit Musik, Sprache und Programmen für die Datenverarbeitung (Software); Radioapparate; Fernsehapparate;
- Klasse 39: Veranstalten und Vermitteln von Reisen;
- Klasse 16: Druckereierzeugnisse, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften und Bücher;
- Klasse 25: Bekleidung, Schuhwaren, Kopfbedeckungen;
- Klasse 28: Spiel, Spielzeug; Turn- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten)

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 7. Oktober 1999 zurückgewiesen, da der angemeldeten Marke jegliche Unterscheidungskraft fehle. "Zukunft: Jetzt!" sei eine lexikalisch nicht nachweisbare, aber sprachüblich gebildete Wortbildung, die keinen über bloße Sachangaben hinausgehenden phantasievollen Gesamteindruck vermittele und daher nicht geeignet sei, als Herkunftshinweis zu dienen. Das Zeichen beinhalte nur eine beschreibende Gesamtaussage. Auf Grund der Gegenüberstellung der beiden Wörter "Zukunft" und "Jetzt" durch den dazwischenliegenden Doppelpunkt werde der Verkehr die Bezeichnung ohne weiteres so verstehen, dass die mit ihr gekennzeichneten Dienstleistungen der Klasse 38 sich inhaltlich mit Themen beschäftigten, die in der nahen oder fernen Zukunft anzusiedeln seien, aber bereits heute publik gemacht würden. Auch hinsichtlich der Dienstleistungen der Klasse 35 erfolge nur ein Hinweis auf Inhalt und Thematik. Bezüglich der übrigen Waren und Dienstleistungen bringe das Zeichen lediglich zum Ausdruck, dass sie zukünftige Trends und den Zeitgeist von morgen betreffen.

"Zukunft: Jetzt!" sei eine werbeübliche schlagwortartige Aussage, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen "am Puls der Zeit" seien und beschreibe damit unmittelbar deren Art, Qualität und Inhalt.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Bei der gebotenen großzügigen Betrachtungsweise könne der Marke nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Der Sinngehalt der beiden Wortbestandteile sei zwar jeweils erkennbar, das Zeichen weise aber in seiner Gesamtheit einen phantasievollen Überschuss auf, da die Bestandteile gegensätzliche Bedeutungen aufwiesen, die sich ausschließen. "Zukunft: Jetzt!" erschöpfe sich hinsichtlich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht in einer ausschließlich unmittelbar beschreibenden Angabe, so dass auch kein Freihaltungsbedürfnis vorliege.

Sie beantragt, den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Der Senat hat der Anmelderin das Ergebnis seiner Internet-Recherche zum Suchbegriff "Zukunft: Jetzt!" übersandt, auf das Bezug genommen wird.

## II.

Die Beschwerde hat nur teilweise Erfolg, da der angemeldeten Marke mit Ausnahme der im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen das Eintragungshindernis der mangelnden Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Dabei nimmt der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in der Regel so auf, wie es ihm entgegentritt und unterzieht es keiner analysierenden

Betrachtungsweise (BGH GRUR 1995, 408, 409 - PROTECH -; MarkenR 1999, 349-355 - YES und FOR YOU -). Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede, auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl Begr. zum Regierungsentwurf, BT-Drs. 12/6581, S 70 = BIPMZ 1994, Sonderheft, S 64). Diese Unterscheidungskraft fehlt jedoch, wenn dem Zeichen ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache handelt, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (BGH aaO - YES -).

Diese Grundsätze gelten auch für Wortfolgen und Werbeslogans ohne dass an deren Schutzfähigkeit strengere Voraussetzungen, wie zB ein selbständig kennzeichnender Bestandteil oder ein erheblicher phantasievoller Überschuss in der Aussage bzw in der sprachlichen Form verlangt werden dürfte (BGH Beschl. v. 8. Dezember 1999 GRUR 2000, 321 - Radio von hier -). Dabei ist zu beachten, dass eine Marke grundsätzlich mehrere Funktionen in sich vereinigt (vgl Fezer, MarkenG, 3. Aufl, Einl. Rdn 39 ff), so dass neben ihrer Identifizierungsfunktion als betrieblicher Herkunftshinweis die Werbewirkung und Werbewirksamkeit eines Slogans nicht die Annahme der Unterscheidungskraft ausschließt (BGH ebd.). Ein Werbeslogan unterliegt daher denselben Prüfungskriterien wie eine einfache Wortmarke. Das bedeutet, dass Schutzunfähigkeit nur dann anzunehmen ist, wenn sich der Slogan lediglich in einer beschreibenden Angabe oder einer Anpreisung und Werbeaussage allgemeiner Art erschöpft oder eine längere Wortfolge ist, wobei Indizien für die Eignung, konkret angemeldete Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden, die Kürze, eine gewisse Originalität und Prägnanz der Wortfolge, ebenso die Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit einer Werbeaussage sein können. Dies gilt insbesondere dann, wenn die Wortfolge ohne ergänzende Zusätze mehrdeutig oder unscharf ist und deshalb zum Nachdenken anregt (BGH WRP 2000,

739, 740 "Unter uns" mwN) und ein eindeutig beschreibender Inhalt daher nicht erkennbar ist (BGH GRUR 2000, 323 ff, 324 "Partner with the Best").

1. Gemessen an diesen Anforderungen ist die verfahrensgegenständliche Anmeldung für eine Vielzahl der beanspruchten Waren und Dienstleistungen jedoch nicht schutzfähig, obwohl die Wortfolge "Zukunft: Jetzt!" in seiner Gesamtheit lexikalisch nicht nachweisbar ist. Dies allein genügt jedoch nicht ohne weiteres, um die Unterscheidungskraft zu begründen. Auch noch nicht belegbare Wortschöpfungen können grundsätzlich einem Freihaltungsbedürfnis unterliegen bzw. - wie hier - nicht unterscheidungskräftig sein. Entscheidend ist dabei, ob eine im Vordergrund stehende Sachaussage der Wortfolge der Eignung des Zeichens, als Herkunftsmittel zu dienen, entgegensteht. Vorliegend mangelt es der angemeldeten Bezeichnung bezogen auf die Dienstleistungen "Produktion von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Sammeln und Liefern von Nachrichten", "Produktion von Musik und Filmen", "Unternehmensberatung", "Ausbildung, Unterricht", sowie bezogen auf die beanspruchten Waren "Druckereierzeugnisse, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften und Bücher", "Datenträger, bespielt mit Musik, Sprache und Programmen für die Datenverarbeitung" an jeglicher Unterscheidungskraft. Dies gilt auch für die Dienstleistungen "Telekommunikation; Datenübermittlung" und die Waren "Radioapparate" und "Fernsehapparate" sowie "Spiele". Im Zusammenhang mit ihnen erschöpft sich "Zukunft: Jetzt!" in einer für diese Bereiche eindeutigen Sachaussage, wie sie in der Werbung auf diesen Gebieten üblicherweise so oder so ähnlich zu finden ist. Beide Wortbestandteile "Zukunft" und "jetzt" weisen für sich einen ohne weiteres verständlichen Sinngehalt auf. Dies bedarf keiner weiteren Erläuterung und wird von der Anmelderin auch nicht in Zweifel gezogen. Der dem Wort "Zukunft" nachgestellte Doppelpunkt kündigt eine weiterführende Erläuterung dieses Begriffs an. Sie erfolgt durch das mittels eines Ausrufezeichens verstärkten "Jetzt". Durch seine konkrete Ausgestaltung mit dem das Zeichen abschließenden Ausrufezeichen stellt es in seiner Gesamtheit eine das Pub-

likum unmittelbar ansprechende, komprimierte Mitteilung dar: "(Die) Zukunft ist jetzt, beginnt jetzt". Der Verkehr, der hier - zu dem neben den teilweise auch angesprochenen Fachkreisen - hauptsächlich aus dem breiten Publikum besteht, wird in dem angemeldeten Zeichen dementsprechend nur den zusammengefassten Hinweis sehen, dass mit den o.g. Waren und Dienstleistungen schon jetzt der Schritt in Richtung Zukunft unternommen werden kann. Man biete inhaltlich bereits jetzt thematisch die Beschäftigung mit späteren Entwicklungen. Daher wird das Publikum "Zukunft: Jetzt!" nicht als betrieblichen Herkunftsnachweis auffassen. Diese Schlussfolgerung ergibt sich insbesondere aus der Internet-Recherche des Senats. Der Hinweis, die Zukunft jetzt in die Hand zu nehmen, ist in den auch für die Unternehmensberatung relevanten Bereichen der Berufs-, Finanz- oder Lebensplanung in der entsprechenden Werbung mehrfach anzutreffen, aber auch in den sich überschneidenden Bereichen Erziehung und Ausbildung. Hier seien exemplarisch folgende Fundstellen angeführt, die dem schlagwortartigen Sinngehalt des angemeldeten Zeichens entsprechende Aussagen enthalten:

www. swisslife: "Optimieren Sie Ihre finanzielle Zukunft jetzt"; der Hinweis in den Raiffeisen KAG-News im Zusammenhang mit Kapitalanlagen, dass es wichtig sei, die Weichen für die Zukunft jetzt richtig zu stellen; www. creditsuisse: "Was ich nicht kann, das will ich lernen. Packe Deine Zukunft jetzt an und nimm mit uns Kontakt auf"; die Aufforderung, "programmieren Sie Ihre Zukunft ... jetzt" in Time-Coaching-Angeboten bei www. sphinx-suche.de oder www. lustaufzukunft.de oder bei der IBM - Nachwuchsförderung im Zusammenhang mit der Ausbildung in kaufmännischen und IT-Berufen: "Planen Sie Ihre Zukunft - jetzt!". Der o.g. im Vordergrund stehende Sachbezug besteht weiterhin für die Druckereierzeugnisse, die sich inhaltlich in den genannten Sparten beschäftigen können, und bei denen die angemeldete Wortfolge sich als Titel darstellt. Gleiches gilt für die entsprechenden Datenträger und die Software, die Ausbildungs-, Erziehungs-, oder Beratungsinhalte haben und mit Sprache und/oder Musik versehen sein können, oder bei

denen das angemeldete Zeichen den Fortschritt der neuen Software beschreibt (vgl. MARCO Interactive, Digital Video: "Qualität, die Sie sehen sollten. ... Die virtuelle Zukunft jetzt?").

Bei den Dienstleistungen "Produktion von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Sammeln und Liefern von Nachrichten", "Produktion von Musik und Filmen" wirkt die angemeldete Wortfolge "Zukunft: Jetzt!" wie eine Beschreibung des Inhalts der Werke bzw. der Art der Nachrichten, die Gegenstand dieser Dienstleistungen sein können. Dies sind beispielsweise Wissenschaftssendungen in Rundfunk und Fernsehen, die sich bereits heute mit zukünftigen Entwicklungen oder Forschungszielen beschäftigen, oder vergleichbare Filme, und die entsprechende Nachrichten verarbeiten. Gleiches gilt auch insoweit bezüglich der "Druckereierzeugnisse". Auch hier fehlt die Eignung, diese Waren und Dienstleistungen von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Der Verkehr wird den titelartig zusammen gefassten Aussageinhalt wegen der Nähe der genannten Dienstleistungen oder Druckereierzeugnisse zum Werktitel und des mit ihm bezeichneten Inhalts ohne weiteres unmittelbar und ohne weitere Überlegungen auf diese Produktionsdienstleistungen selbst und die Druckereierzeugnisse sowie die zu Grunde liegenden Nachrichten beziehen (vgl. BGH, MarkenR 2001, 363 ff - Reich und Schön").

Die Aussage "Zukunft: Jetzt!" weist bei den Dienstleistungen "Telekommunikation; Datenübermittlung" ebenfalls schlagwortartig verkürzt darauf hin, dass diese auf dem absolut neuesten technischen Stand geboten werden. Entsprechend wird der angemeldete Begriff in diesem Zusammenhang auch verwendet. Die Zeitschrift "auto touring" weist im Zusammenhang mit Verkehrsleitsystemen unter der dem angemeldeten Zeichen vergleichbar gebildeten Überschrift "Zukunft - jetzt!" darauf hin, dass der Einsatz des Internet im Auto keine Zukunftsvision mehr seien, sondern bereits jetzt Realität. Gleiches gilt für die bereits oben erwähnte Fundstelle von MARCO Interactive, Digital Video: "Qualität, die Sie sehen sollten. ... Die virtuelle Zukunft jetzt?" Die hier angesprochene Güte der Bilddatenübertragung spielt aber nicht nur

im Zusammenhang mit den Multimediamöglichkeiten in der Telekommunikation eine Rolle, sondern gleichermaßen bei Computer- oder Videospiele. In diesem Sektor bemühen sich die Hersteller stets, zukunftsweisende Ergebnisse zu erzielen, so dass das Zeichen auch bei Spielen lediglich als Sachhinweis für technische Überlegenheit verstanden wird. Dieser sachbezogene Inhalt besteht auch für Radio- und Fernsehapparate. Gerade in der Fernsehgeräteindustrie finden derzeit zukunftsorientierte Entwicklungen in der Bildschirmtechnik statt.

2. Für die weiter beanspruchten Waren und Dienstleistungen hat das angemeldete Zeichen keinen im Vordergrund stehenden sachbeschreibenden Inhalt. Eine Verwendung der Wortfolge "Zukunft: Jetzt!" in dieser oder in ähnlicher Weise in der Werbesprache im Zusammenhang mit "Werbung, insbesondere Rundfunk- und Fernsehwerbung; Verteilung von Waren zu Werbezwecken; Veranstaltung von Partys und Unterhaltungsshows; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Musik- und Filmvermietung; Veranstalten und Vermitteln von Reisen; Bekleidung, Schuhwaren; Kopfbedeckungen; Spielzeug; Turn- und Sportartikel" konnte nicht festgestellt werden. Neben den unmittelbar die Werbung betreffenden Dienstleistungen können Parties und Unterhaltungsshows, Unterhaltung sowie sportliche und kulturelle Aktivitäten jedenfalls auch Werbezwecken dienen, ebenso wie Reisen aus Gründen der Werbung veranstaltet oder vermittelt werden. Werbung hat zwar das Ziel, den zukünftigen Absatz der durch sie beworbenen Waren oder Dienstleistungen zu fördern und dient daher auch der Zukunft des Unternehmens, das die Werbung in Auftrag gegeben hat. Ein solches Verständnis mit einem solchermaßen auf die Zukunft bezogenen Sinngehalt erschließt sich in Verbindung mit diesen Dienstleistungen aber allenfalls nach einer näheren analytischen Befassung mit dem angemeldeten Zeichen, die der Verkehr regelmäßig nicht vornimmt. Dies gilt erst Recht für die Veranstaltung von Parties und Unterhaltungsshows, von Unterhaltung und sportlichen und kulturellen Aktivitäten und von Reisen, wenn diese nicht in

Verbindung mit Werbezwecken stehen. Hier ist ein in der Gegenwart liegender Bezug zur Zukunft nicht erkennbar ist. Auch wenn Reiseveranstalter Frühbucheraktionen mit Preisvorteilen anbieten, bei denen die Reiseverträge weit vor dem Reiseternin abgeschlossen werden, ist in diesem Zusammenhang regelmäßig nicht von "Zukunft" die Rede.

Gegenstand der weiter beanspruchten Filmvermietung können zwar auch die Filme sein, für deren Produktion die Unterscheidungskraft aus den o.g. Gründen fehlt. Dies bedeutet aber nicht, dass sich der festgestellte Sachbezug auch auf deren Vermietung bezieht. Insbesondere kann nicht davon ausgegangen werden, dass der Verkehr annimmt, die von dieser Dienstleistung erfassten Filme beschäftigten sich ausschließlich mit zukunftsbezogenen Inhalten (BGH a.a.O. - Reich und Schön). Für eine entsprechende thematische Beschränkung bestehen keine Anhaltspunkte, erst Recht nicht für die Vermietung von Musik.

Bezüglich der Waren "Bekleidung, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Spielzeug; Turn- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten)" verfügt das angemeldete Zeichen ebenfalls nicht über einen erkennbaren im Vordergrund stehenden Sachbezug. Auch hier bleibt der Sinngehalt von "Zukunft: Jetzt!" ohne weitere analysierende Überlegungen unklar, da sich aus der Art dieser Waren kein unmittelbarer Bezug zu einer jetzt beginnenden Zukunft herstellen lässt. Denkbar wäre eine personenbezogene Interpretation, dass das angemeldete Zeichen bei den der Mode zuzuordnenden Waren oder den Sportartikeln eine Aufforderung enthält, durch sofortige Änderung des eigenen Typs oder durch sportliche Betätigung zukünftig ein "neuer Mensch" zu werden. Der Hinweis auf die Zukunft könnte aber genauso die verwendeten Materialien und bei der Bekleidung auch den Zuschnitt betreffen.

Insgesamt fehlt es daher mangels Sachbezug für diese Waren und Dienstleistungen an Anhaltspunkten dafür, dass der Verkehr das Zeichen hier nicht als betrieblichen Herkunftsnachweis auffassen wird.

Grabrucker

Baumgärtner

Richter Guth ist in Urlaub  
und kann daher nicht unterschreiben

Grabrucker

Fa