



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 185/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 66 108.9

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 25. Januar 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung der für die Dienstleistungen

„Verwaltung und Organisation von KFZ-Fuhrparks, Bereitstellung eines Fuhrparks für Dritte, Leasing oder Vermietung von Kraftfahrzeugen, Vermittlung und Abrechnung der Versorgung mit Kraft- und Betriebsstoffen, Vermittlung und Abrechnung von Fahrzeugen; Pflege, Wartung, Instandhaltung, Reparatur, Reinigung von Kraftfahrzeugen, Vermittlung von Mietfahrzeugen, Vermittlung von Versicherungen, Bereitstellung eines Werkzeugs zur elektronischen Fahrzeugkonfiguration und Leasingrateberechnung unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Leasinggeber im Markt und der jeweiligen Dienstwagenordnung des Kundenunternehmens“

bestimmten Wortmarke

fleetassist

zurückgewiesen, weil ihr jegliche Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Zur Begründung hat sie ausgeführt, bei der angemeldeten Marke handle es sich um eine Bezeichnung, die von einem erheblichen Teil des inländi-

schen Verkehrs im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen als beschreibender Sachbegriff aufgefasst werde. Ihre Wortelemente „fleet“ und „assist“ seien dem deutschen Durchschnittsverbraucher in ihrer Bedeutung bekannt und fänden bereits auf dem hier einschlägigen Dienstleistungssektor Verwendung, z. B. in Begriffen wie „Flottenmanagement“ und „Fleetmanager“. Die letztgenannte Bezeichnung habe das Bundespatentgericht (PAVIS PROMA 30 W (pat) 170/99, Beschluss vom 17.01.2000) bereits als schutzunfähig eingestuft. Die angemeldete Marke werde der Verkehr lediglich als Hinweis auf ein Angebot von unterstützenden Leistungen verstehen, die sich auf den Bereich des Fuhrparkmanagements bezögen. Der Umstand, dass es sich bei der angemeldeten Marke möglicherweise um eine Wortneuschöpfung handele, sei demgegenüber unbeachtlich, weil die Bezeichnung „fleetassist“ sprachüblich gebildet und ihre Bedeutung ohne weiteres erfassbar sei. Die Fähigkeit des typischen, dem markenrechtlichen Leitbild entsprechenden Verbrauchers, eine beschreibende Sachaussage als solche zu erkennen, dürfe nicht zu gering angesetzt werden.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Ansicht, der Bedeutungsgehalt der angemeldeten Marke werde von dem maßgeblichen inländischen Durchschnittsverbraucher nicht ohne weiteres erkannt. Es möge zwar sein, dass die englischen Begriffe „fleet“ und „assist“ in Deutschland bekannt seien. Es sei aber bereits zweifelhaft, ob das Wort „fleet“ i. S. v. „Fuhrpark“ verstanden werde. Die Kombination beider Markenteile sei ungewöhnlich, weil es sich bei „assist“ um ein Verb handele. Die angemeldete Marke möge zwar gewisse Hinweise auf einen Teil der beanspruchten Dienstleistungen geben. Sie sei jedoch in ihrem Aussagegehalt zu vage, um ihr das erforderliche Minimum an Unterscheidungskraft absprechen zu können. Aus demselben Grund könne sie auch nicht zur Bezeichnung der Art oder Beschaffenheit der maßgeblichen Dienstleistungen dienen. Die Anmelderin beantragt die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses.

II

Die zulässige Beschwerde erweist sich als unbegründet. Der Eintragung der Bezeichnung „fleetassist“ als Marke für die in der Anmeldung aufgeführten Dienstleistungen steht, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, jedenfalls das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, denn der angemeldeten Marke fehlt für die fraglichen Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft.

Unterscheidungskraft besitzt eine Marke nach ständiger Rechtsprechung (vgl. insoweit EuGH Mitt. 2004, 552, 554, Rdn. 33) dann, wenn sie aus der Sicht des durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbrauchers der beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen geeignet ist, als Unterscheidungsmittel für die Herkunft dieser Waren und/oder Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen zu dienen und damit die betriebliche Zuordnung der Waren und/oder Dienstleistungen zu ermöglichen. Einer Kennzeichnung fehlt die Unterscheidungskraft dann, wenn die angesprochenen Verkehrskreise in ihr keinen Hinweis auf die Herkunft der maßgeblichen Waren und/oder Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen sehen, z. B. weil ihr im Zusammenhang mit diesen Waren und Dienstleistungen ein beschreibender Begriffsgehalt zu entnehmen ist.

Die angemeldete Bezeichnung weist einen solchen, die beanspruchten Dienstleistungen unmittelbar beschreibenden Begriffsgehalt auf und wird daher von den angesprochenen Verkehrskreisen nicht als Kennzeichen für die betriebliche Herkunft der Dienstleistungen verstanden werden. Ihr Wortbestandteil „Fleet“ ist ein Begriff der englischen Sprache mit der Bedeutung „Flotte“, der jedoch entgegen der Ansicht der Anmelderin nicht (mehr) nur eine Flotte von Schiffen bezeichnet, sondern darüber hinaus auch auf dem Kraftfahrzeugsektor Verwendung findet und dort die Bedeutung „Fuhrpark“ hat (vgl. Collins, PONS-Wörterbuch Englisch – Deutsch 1981, S. 239). Dies entspricht im Übrigen auch dem deutschen Sprachgebrauch, in dem es ebenfalls sprachüblich ist, einen Fuhrpark als „Fahrzeug-

flotte“ oder, wenn klar ist, dass eine Aussage sich auf eine Mehrzahl von Fahrzeugen bezieht, kurz als „Flotte“ zu bezeichnen. Der weitere Markenbestandteil „assist“ ist, wie die Anmelderin zutreffend vorträgt, ein Verb des englischen Grundwortschatzes mit der Bedeutung „assistieren, helfen“ und allein schon wegen seiner Nähe zu dem entsprechenden deutschen Begriff „assistieren“ leicht in seiner Bedeutung erfassbar.

Insgesamt ist der angemeldeten Bezeichnung „fleetassist“ bei einer Verwendung im Zusammenhang mit den in der Anmeldung aufgeführten Dienstleistungen damit eine Aussage dahingehend zu entnehmen, dass diese Dienstleistungen dazu bestimmt und geeignet sind, einem Fuhrpark (bzw. dessen Betreiber) zu assistieren, mit anderen Worten, ihm bei dem Betrieb eines Fuhrparks zu helfen. Damit liegt die angemeldete Marke inhaltlich auf der Linie der im Verkehr bereits üblichen Angabe „fleetmanager“, deren fehlende Unterscheidungskraft der 30. Senat mit Beschluss vom 17. Januar 2000 (siehe PAVIS PROMA, 30 W (pat) 170/99 - Fleet-Manager) festgestellt hat, worauf die Anmelderin im angegriffenen Beschluss bereits hingewiesen worden ist. Der einzige begriffliche Unterschied ist letztlich darin zu sehen, dass ein „fleetmanager“ das komplette Management eines Fuhrparks übernimmt, während mit der Bezeichnung „fleetassist“ die Unterstützung eines Unternehmens in dem Bereich der Verwaltung und Betreuung einer Fahrzeugflotte zum Ausdruck gebracht wird.

Der Umstand, dass die Kombination eines Substantivs („fleet“) und eines Verbs („assist“) möglicherweise sprachlich im Englischen nicht korrekt ist, vermag die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke hier nicht zu begründen. Inwieweit fremdsprachigen Angaben die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt, hängt in erster Linie davon ab, ob für beachtliche Teile der angesprochenen Verkehrskreise ein die Eignung zur betrieblichen Herkunftskennzeichnung ausschließender Sinngehalt ohne weiteres erkennbar ist. Maßgeblich ist hier lediglich das inländische Publikum (BGH GRUR 2001, 240, 241 - SWISS ARMY). Insoweit kann ein im Heimatland der jeweiligen Sprache phantasievoll verstandenes Sprachgebilde

nach dem Sprachverständnis des deutschen Verkehrs im Einzelfall als beschreibende Aussage aufgefasst werden. Außerdem kennt die deutsche Werbesprache auch die sog. Scheinentlehnung, d. h. die Verwendung von fremdsprachigem Wortmaterial, welches in der konkreten Form zwar in der jeweiligen Fremdsprache nicht nachweisbar ist, vom inländischen Publikum aber gleichwohl als beschreibender, nicht betriebskennzeichnender Hinweis verstanden wird (BGH GRUR 1999, 238, 240 - Tour de culture; BPatG Mitt 1976, 56 - MISTAKE OUT).

Von einem entsprechenden, rein beschreibenden Verkehrsverständnis ist auch bei der vorliegend angemeldeten Bezeichnung auszugehen, weil angesichts der sprachlichen Nähe des englischen Wortes „assist“ sowohl zu dem deutschen Verb „assistieren“ als auch zu dem deutschen Substantiv „Assistent“ zu erwarten ist, dass der begriffliche Hinweis auf den assistierenden Charakter der angebotenen Dienstleistungen von dem maßgeblichen durchschnittlich gebildeten Durchschnittsverbraucher durchweg erkannt und verstanden werden wird, nicht jedoch eine mögliche sprachliche Unkorrektheit. Aber selbst dann, wenn die sprachliche Unkorrektheit von einem Teil der angesprochenen Verkehrskreise, die über - auch grammatikalisch - gute Kenntnisse der englischen Sprache verfügen, erkannt wird, steht angesichts des deutlich im Vordergrund stehenden dienstleistungsbeschreibenden Aussagegehaltes der Bezeichnung „fleetassist“ nicht zwangsläufig zu erwarten, dass der an die Werbegepflogenheiten gewöhnte Verkehr allein wegen der nicht sprachregelgerechten Wortbildung hierin einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der so bezeichneten Leistungen sehen wird.

Das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft fehlt der angemeldeten Marke für alle in der Anmeldung aufgeführten Dienstleistungen, denn diese sind ausnahmslos auf Kraftfahrzeuge bzw. - explizit - auf einen Kraftfahrzeug-Fuhrpark bezogen und dazu geeignet und bestimmt, den Abnehmer dieser Leistungen bei der Verwaltung, Organisation, Pflege, Wartung, Instandhaltung, Reparatur, Reinigung, Bereitstellung etc seines Fuhrparks zu unterstützen. Somit handelt es sich bei der Bezeichnung „fleetassist“ um eine Angabe, die für alle beanspruchten

Dienstleistungen ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zukommt, was zur Folge hat, dass die angesprochenen Verkehrskreise, im allgemeinen Mitarbeiter mittlerer und größerer Unternehmen und Behörden, die mit der Betreuung eines Kraftfahrzeugfuhrparks beauftragt sind, diese Bezeichnung in rechtserheblichem Umfang nur als werbeüblichen Hinweis auf die Art und Beschaffenheit der Dienstleistungen, nicht jedoch als betriebliche Ursprungsbezeichnung verstehen werden. Damit fehlt der angemeldeten Marke die Fähigkeit, die maßgeblichen Dienstleistungen ihrer betrieblichen Herkunft nach zu unterscheiden und damit die Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Die Frage, ob die angemeldete Bezeichnung darüber hinaus als dienstleistungsbeschreibende Angabe einem Freihaltungsbedürfnis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliegt, kann angesichts ihrer fehlenden Unterscheidungskraft dahingestellt bleiben.

gez.

Unterschriften