



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 187/01

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die IR-Marke 725 802

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 10. September 2003 unter Mitwirkung des Richters Reker als Vorsitzendem sowie der Richterin Eder und des Richters Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

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

„39 Transport; livraison, emballage et entreposage der marchandises.

42 Restauration et services de traiteurs, y compris approvisionnement de produits alimentaires et de boissons ainsi que d'autres marchandises pour tiers, en particulier pour des établissements de restauration, d'hôtellerie ou de traiteur; hébergement temporaire“

international registrierten Marke 725 802

FUTURELOG

den Schutz in der Bundesrepublik Deutschland wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) verweigert. Zur Begründung hat sie ausgeführt, bei der Bezeichnung „FUTURELOG“ handele es sich um einen für die maßgeblichen deutschen Verkehrskreise erkennbar aus dem englischsprachigen Wort „FUTURE“ (=“Zukunft“) und der Abkürzung „LOG“ des englischen Begriffs „logistics“ bzw des entsprechenden deutschen Begriffs „Logistik“ zusammengesetzten Begriff, der nur als Sachbegriff dahingehend verstanden werde, dass die Markeninhaberin bei der Erbringung der beanspruchten Dienstleistungen die „Lo-

gistik der Zukunft“ einsetze. Ein solches Verständnis werde dadurch gefördert, dass der Sachbegriff „future logistics“ nicht neu sei, sondern bereits verwendet werde. Das Thema „future logistics“ sei beispielsweise Thema von u.a. im Internet angebotenen Seminaren. Eine schutzbegründende Mehrdeutigkeit des als Marke beanspruchten Begriffs liege nicht vor, weil der Markenbestandteil „LOG“ in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen vernünftigerweise nicht im Sinne von „Logik“ oder „Logarithmus“ interpretiert werden könne. Auch wenn die um Schutz nachsuchende Marke nicht konkret zum Ausdruck bringe, wie die Logistik der Zukunft beschaffen sei, ändere dies nichts daran, dass der beschreibende Aussagegehalt der Bezeichnung „FUTURELOG“ überwiege und der Verkehr in ihr deshalb nur eine sachliche Aussage ohne Hinweischarakter auf ein einzelnes Unternehmen sehen werde. Die Frage, ob es sich bei der um Schutz nachsuchenden Marke auch um eine Angabe handele, die zur Bezeichnung von Eigenschaften der beanspruchten Dienstleistungen dienen könne (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG), habe deshalb dahingestellt bleiben können.

Hiergegen wendet sich die Markeninhaberin mit der Beschwerde. Sie ist der Ansicht, bei der um Schutz nachsuchenden Marke handele es sich um eine lexikalisch weder im Englischen noch im Deutschen nachweisbare, phantasievolle Wortverbindung. Der Markenbestandteil „LOG“ sei in Internet-Abkürzungsverzeichnissen als Abkürzung des Begriffs „Logistik“ nicht feststellbar. Es müsse auch berücksichtigt werden, dass Abkürzungen in Wortneubildungen nicht in gleicher Weise sofort verständlich seien wie die ihnen zugrunde liegenden, abgekürzten Begriffe selbst. Dies gelte um so mehr, wenn die Abkürzung – wie im vorliegenden Fall „LOG“ – auch in einem anderen Sinne verstanden werden könne. Eine Verwendung der möglicherweise rein beschreibenden Wörter „future logistics“ sei im Internet nicht bzw. zumindest nicht mehr feststellbar. Die Markenstelle habe zudem die indizielle Bedeutung der Voreintragung der Marke in der Schweiz nicht hinreichend gewürdigt. Eine weitere erhebliche Indizwirkung für die Schutzfähigkeit der Marke ergebe sich aus der Eintragung der Marken „BESTLOG“ und „F-LOG“ in Deutschland. Auch bei Zugrundelegung der zu den

absoluten Schutzhindernissen ergangenen Rechtsprechung des EuGH sei die Schutzfähigkeit der Bezeichnung „FUTURELOG“ zu bejahen, weil es sich bei ihr nicht um einen im deutschen oder englischen Sprachgebrauch üblichen Begriff handele, der nur als Sachhinweis verstanden werde. Die Markeninhaberin beantragt die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses.

II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet. Der um Schutz nachsuchenden Marke fehlt für die beanspruchten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft (§§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37, 113 MarkenG).

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als betriebliches Herkunftsunterscheidungsmittel für die betreffenden Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden und damit die betriebliche Zuordnung dieser Waren und Dienstleistungen zu ermöglichen (BGH GRUR 2001, 1153, 1154 – antiKALK; BIPMZ 2004, 30 f – Cityservice). Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Waren- und Dienstleistungsverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2002, 804, 805 und 809 – Philips; MarkenR „003, 227, 231 f – Orange). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 – BRAVO). Kann demnach einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel ver-

standen wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH aaO – Cityservice).

Wie die Markenstelle bereits unter Hinweis auf im angefochtenen Beschluss konkret benannte lexikalische Fundstellen sowie unter Hinweis auf im einzelnen aufgeführte Internetadressen dargelegt und nachgewiesen hat, handelt es sich bei dem der schutzsuchenden Marke zugrunde liegenden Begriff „Future Logistics“ um einen Sachbegriff, der den aktuell in Unternehmen, insbesondere solchen des Transportgewerbes und solchen, die auf eine rechtzeitige Lieferung von Gütern durch Transportunternehmen angewiesen sind, vielfach diskutierten Themenkreis der zukünftigen Logistik bezeichnet. Die Abnehmer der von der Markeninhaberin beanspruchten Dienstleistungen, bei denen es sich bereits nach der Formulierung des Dienstleistungsverzeichnisses auch um Unternehmen handelt, verfügen nicht nur erfahrungsgemäß allgemein über Grundkenntnisse der englischen Sprache, sodass sie das dem englischen Grundwortschatz zugehörige Wort „FUTURE“ und das mit dem sinngleichen deutschen Begriff „Logistik“ weitgehend identische englische Wort „LOGISTICS“ in ihrer Bedeutungen unmittelbar erfassen können. Sie werden darüber hinaus auch sowohl den daraus gebildeten Gesamtbegriff „Future Logistics“ als auch deren verkürzte Form „FUTURELOG“ auf Anhieb im Sinne von „Zukunftslogistik“ verstehen, selbst wenn sie ihnen zuvor noch nicht begegnet sein sollten.

Entgegen der Argumentation der Markeninhaberin kann insoweit auch von einer schutzbegründenden Mehrdeutigkeit des Markenteils „LOG“ nicht ausgegangen werden. Für die maßgeblichen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verkehrskreise (EuGH GRUR Int 1998, 795, 797 Nr. 31 – Gut Springenheide), denen die Marke in räumlichem und sachlichem Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen des Transportgewerbes begegnet, ist auf Grund dieses Zusammenhangs in rechtserheblichem Umfang unmittelbar klar, dass es sich bei diesem Markenteil um die Abkürzung des deutschen Begriffs „Logistik“ oder des entsprechenden englischen Begriffs „LOGISTICS“ handelt, denn

die grundsätzlich bestehenden weiteren Verständnismöglichkeiten von „LOG“ liegen ersichtlich fern, weil sie Fachgebiete betreffen, die keinen Bezug zu den beanspruchten Dienstleistungen aufweisen. Auch die Gebräuchlichkeit und Verständlichkeit der Abkürzung „LOG“ steht für den Senat angesichts der Aufnahme dieser Abkürzung in das von der Markenstelle zitierte deutsche Abkürzungslexikon außer Frage. Sie wird weiterhin, ohne dass es letztlich für die Entscheidung hierauf noch ankommt, noch durch den Umstand untermauert, dass es in Deutschland bereits verschiedene „Logistik“-Studiengänge gibt, die unter der Kurzbezeichnung „LOG“ geführt werden (vgl. z.B. <http://bauserv-01.bauing.uni-wuppertal.de/svt/laiv/LOG.htm>).

Die mit der schutzsuchenden Bezeichnung konfrontierten Verkehrskreise werden in dieser daher nur einen Sachhinweis auf den Umstand sehen, dass die von der Markeninhaberin angebotenen Dienstleistungen unter Einsatz einer zukunftsweisenden Logistik erbracht werden. Damit fehlt der schutzsuchenden Marke die Eignung zur betrieblichen Herkunftskennzeichnung.

Die Eintragung der schutzsuchenden Marke in der Schweiz sowie der Eintragung der Bezeichnungen „BESTLOG“ und „F-LOG“ durch das Deutsche Patent- und Markenamt vermag die Unterscheidungskraft der Bezeichnung „FUTURELOG“ nicht zu begründen. Da für die Unterscheidungskraft nur die Auffassung der inländischen Verkehrskreise maßgeblich ist, können Voreintragungen der fraglichen Marke im Ausland weder unter dem Gesichtspunkt des „Telle-quelle-Schutzes“ von Bedeutung sein noch sonstige entscheidungserhebliche Indizwirkungen zu Gunsten des inländischen Anmelders entfalten (BGH GRUR 1989, 666, 667 – Sleepover; GRUR 1997, 527, 530 f – Autofelge). Vielmehr kommt es ausschließlich auf die jeweilige nationale Branchenüblichkeit an, die von Land zu Land verschieden sein kann. Deshalb sind ausländische Markeneintragungen, auch solche im deutschsprachigen Ausland, für das inländische Prüfungsverfahren regelmäßig nicht erheblich. Auch die Eintragung einer ähnlichen Marke durch das Deutsche Patent- und Markenamt vermag weder für sich noch in Verbindung mit dem

Gleichheitssatz zu einer anspruchsbegründenden Selbstbindung zu führen, weil die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage darstellt (BGH BIPMZ 1998, 248, 249 – Today). Außerdem würde eine derartige Bindung mit der ausdrücklichen gesetzlichen Möglichkeit einer Löschung von Marken wegen absoluter Schutzhindernisse nicht in Einklang zu bringen sein, wobei die EU-Markenrichtlinie und das Markengesetz von vornherein davon ausgehen, dass es keine Fiktion der Richtigkeit von Markeneintragungen gibt, sondern dass vielmehr auch schutzunfähige Marken - aus welchen Gründen auch immer – zur Eintragung gelangen können (BPatGE 41, 211, 217 – Tablettenform; SchweizBG 2002, 47 – CannaBioland).

Fehlt es demnach an der gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderlichen Unterscheidungskraft der schutzsuchenden Marke, kommt es auf die weitere, auch von der Markenstelle offen gelassene Frage des Vorliegens eines Freihaltungsbedürfnisses i.S. von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht mehr an.

Reker

Eder

Kätker

Bb