



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 99/04

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 303 45 792.9

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 4. Mai 2005 unter Mitwirkung des Richters Kraft als Vorsitzenden sowie des Richters Reker und der Richterin Friehe-Wich

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Beschwerdeführerin hat beim Deutschen Patent- und Markenamt die Bezeichnung

Europost

für die folgenden Waren und Dienstleistungen zur Eintragung in das Markenregister angemeldet:

Briefkästen aus Metall;

Computergeräte und –programme; gespeicherte Computerprogramme; elektronische Apparate und Instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten), insbesondere Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, CD-Player (insbesondere für CD-Roms), Chips (integrierte Schaltkreise), Codierer (Datenverarbeitung), Diskettenlaufwerke, Telefon- und Telegrafendrähte, Drucker für Computer, Ton- und Bild-Empfangsgeräte, Entstörgeräte (für Elektrizität), Fernschreiber, Fernsehapparate, Fernsprechapparate, elektrodynamische Signal-Fernsteuergeräte, Filmkameras, Frankierungskontrollgeräte, Funksprechgeräte, Funktelegrafiegeräte, Elektro- und Koaxialkabel, elektrische Schaltgeräte, integrierte Schaltkreise, Wechselsprechapparate, Mobiltelefone, elektrische Überwachungsapparate, Verbindungsteile (Elektrizität), Verteilerschränke (Elektrizität), Verteilertafeln (Elektrizität), Video-

bildschirme (alle vorgenannten Waren insbesondere zur Verwendung und Erstellung von Computernetzen und für die Abrechnung und Frankierung von Postsendungen auf elektrischem Weg);

Frankiermaschinen; Briefmarken;

Briefkästen, weder aus Metall noch aus Mauerwerk;

Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen, insbesondere Finanzanalysen, Einziehung von Außenständen, Ausgabe von Kreditkarten, Bankgeschäfte, Home-Banking, Beleihen von Gebrauchsgütern, finanzielle Beratung; Übernahme von Bürgschaften und Kautionen; Vergabe von Darlehen; Factoring; finanzielle Schätzungen (Versicherungs-, Bank-, Grundstücksangelegenheiten); Finanzierungen; Vermittlung von Vermögensanlagen in Fonds; Gebäudeverwaltung; Verpachtung, Verwaltung und Vermittlung von Immobilien; Investmentgeschäfte; elektronischer Kapitaltransfer; Kreditvermittlung; Vermögensverwaltung (auch durch Treuhänder);

Telekommunikation; geschützte Signalübertragung; Auskünfte in bezug auf Telekommunikation; elektronische Übertragung von Nachrichten und Informationen;

(gesicherte) Transporte; Transport- und Lagerwesen; Post- und Versandwesen, nämlich Zustellung und Auslieferung von Briefen und Paketen; Verpackung von Waren; Anmietung im Auftrag für Rechnung Dritter sowie Vermietung von Transportmitteln; Auskünfte in Bezug auf den Transport, die Beförderung, die Lagerung und die Verpackung von Waren; Kurierdienste;

technische Beratung, Forschung und Entwicklung in Bezug auf Telekommunikation, Transport, Beförderung, Lagerung und Verpackung von Waren; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Konvertieren von Computerprogrammen und –daten (ausgenommen physische Veränderungen); Konvertieren von Daten oder Dokumenten von physischen auf elektronische Medien und umgekehrt.

Die Markenstelle für Klasse 39 hat die Anmeldung wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zurückgewiesen.

Die Marke „Europost“ sei ersichtlich aus der sowohl im Englischen als auch im Deutschen üblichen Kurzbezeichnung „Euro“ für „Europa, europäisch“ und dem Wort „Post“ zusammengesetzt. Bei dem Wort „Post“ handele es sich um einen Fach- und Sachbegriff der deutschen Sprache mit der Bedeutung „öffentliche Dienstleistungseinrichtung zur Beförderung von Briefen, Paketen etc“ oder „eingegangene Briefe etc“. Insbesondere in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen weise die Anmeldung ohne Weiteres darauf hin, dass es sich um ein öffentliches Unternehmen handele, dessen Waren und Leistungen schwerpunktmäßig auf den europäischen Raum ausgerichtet und darauf spezialisiert sind. Damit stelle sich die angemeldete Kennzeichnung als eine rein beschreibende Angabe der Bestimmung und der Art der beanspruchten Waren und Dienstleistungen ohne jedes phantasievolles Element dar. An derartige beschreibende Kombinationen sei der Verkehr zudem gewöhnt.

Dagegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Ansicht nach weist der Begriff „Euro“ keinen eindeutigen Sinngehalt auf. Es könne damit zB die europäische Währung oder die Abkürzung für Europa gemeint sein. Dementsprechend bedürfe das Wort „Euro“ ergänzender Hinweise, um einen konkreten Sinngehalt vermitteln zu können. Dementsprechend werde „Euro“ als Bestandteil einer Marke auch als Kennzeichnungsmittel verwendet und verstanden. Da auch der Begriff „Post“ unterschiedliche Assoziationen auslösen könne, verfüge die Gesamtbe-

zeichnung „Europost“ nicht über den erforderlichen eindeutigen Sinngehalt, mit die beanspruchten Waren und Dienstleistungen unmittelbar beschrieben werden könnten.

Demgemäss beantragt sie die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses.

## II.

Die zulässige Beschwerde erweist sich als unbegründet, denn auch nach Auffassung des Senats fehlt der angemeldeten Bezeichnung die erforderliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft iSd vorgenannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom maßgeblichen Publikum als betriebliches Herkunfts- und Unterscheidungsmittel für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden und damit die betriebliche Zuordnung dieser Waren oder Dienstleistungen zu ermöglichen (BGH GRUR 2001, 1153, 115 – antiKALK; BIPMZ 2004, 30 f – City-service). Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Warenverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2002, 804, 805 und 809 – Philips; GRUR Int 2004, 943 – Farbe Orange). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder 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 oder Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort (bzw. eine Wortfolge) 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 verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Un-

terscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH aaO - Cityservice). Die Prüfung muss grundsätzlich streng und vollständig sein, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu vermeiden (EuGH GRUR, 604 - Libertel).

Die angemeldete Bezeichnung ist ohne Weiteres ersichtlich aus dem allgemein geläufigen Präfix „Euro“, dem vielfach verwendeten Kürzel für „Europa, europäisch“, und dem Wort „post“ als Begriff für eine Einrichtung, die schriftliche oder sonstige Sendungen befördert, oder als Begriff für die zugestellten Sendungen selbst sprachüblich zusammengesetzt (vgl. zB Euro-Laster, Euro-Palette, Euro-Stecker, Eurocard, Euroscheck). Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen, die vorrangig typische Postleistungen wie den Transport von Waren oder die Übermittlung von Nachrichten sowie die damit im Zusammenhang stehenden oder benötigten Waren und Dienstleistungen zum Gegenstand haben, liegt es für den angesprochenen Verkehr nahe, die Anmeldung nur als Hinweis darauf zu verstehen, dass die betreffenden Waren, Geräte, technischen Apparate für eine Verwendung im europäischen Raum besonders geeignet oder bestimmt sind bzw die Transport- und Transferleistungen von einem auf dem europäischen Markt agierenden Unternehmen mit internationalem Zuschnitt erbracht werden. Für diese Annahme spricht, dass auch geläufige Wortzusammenstellungen mit „Euro“ wie zB „Eurocard“ nur als Hinweis auf durch europäische Normen geregelte oder auf Europa bezogene Angebote von Dienstleistungen verwendet und verstanden werden (EuG GRUR 2001, 835 – EuroHealth) Die von der Anmelderin angeführten weiteren Sinngehalte der Bestandteile „Euro“ und „Post“ rechtfertigen keine andere Beurteilung, denn entscheidend ist der Kontext, in dem die Marke benutzt werden soll (vgl. EuGH GRUR Int 2003, 71 – DOUBLEMINT).

Soweit die Anmeldung zB auch Schutz für Dienstleistungen der Klasse 36 (Versicherungswesen, Finanzwesen, ...Immobilienwesen etc) begehrt, handelt es sich hierbei zwar nicht um post-typische (Beförderungs-) Leistungen, dieser Umstand legt aber gerade an Gedanken nahe, dass irgendein europäisches Unternehmen derartige Leistungen mit anbietet.

Der Beschwerde musste deshalb der Erfolg versagt werden.

Kraft

Reker

Friehe-Wich

WA