



BUNDESPATEENTGERICHT

32 W (pat) 198/03

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die IR-Marke 750 969

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter
Mitwirkung ...

der Sitzung vom 1. Februar 2006

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die nach dem Madrider Markenabkommen (MMA) für die Dienstleistungen

- 35 Recrutement et sélection du personnel; mise à disposition du personnel; consultation pour les questions du personnel, détachement du personnel; informations dans le domaine des affaires du personnel; administration, particulièrement administration des salaires et des affaires du personnel; conseils pour l'organisation et la direction des affaires.
- 36 Services d'une compagnie holding.
- 41 Éducation; formation et cours; formation et éducation du personnel; publication d'imprimés, également par voie électronique.
- 42 Orientation professionnelle; sélection du personnel par des méthodes psychologiques

registrierte Wortmarke IR 750 969 (Ursprungsland Benelux mit Priorität vom 20. Juli 2000)

UNITED SERVICES

sucht um Schutz in Deutschland nach.

Die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 41 IR des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 14. April 2003 der Marke gemäß §§ 107, 113, 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG i.V.m. Artikel 5 Abs. 2 MMA und Artikel 6^{quinquies} B PVÜ den Schutz für die Bundesrepublik Deutschland verweigert. Der Marke fehle jegliche Unterscheidungskraft. Die für die angesprochenen Verkehrskreise ohne weiteres mit „Vereinte Dienstleistungen“ zu übersetzende Marke besage nichts anderes, als dass keine einzelnen, sondern mehrere miteinander verbundene Dienstleistungen angeboten werden, die angebotenen Dienstleistungen im Zusammenhang ausgeübt werden, die Dienste miteinander verbunden und aus der Hand eines Anbieters stammten. Dieser Begriffsinhalt dränge sich aus dem Zusammenhang mit den Dienstleistungen geradezu auf. Auf ausländische Voreintragungen könne die Markeninhaberin sich nicht mit Erfolg berufen, da die Eintragung in englischsprachigen Ländern eine Indizwirkung allenfalls für ein Freihaltungsbedürfnis, nicht aber für das hier vorliegende Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entfalte.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin. Ausländische Voreintragungen hätten Indizwirkung nicht nur bezüglich des Freihaltungsbedürfnisses, sondern auch bezüglich der Unterscheidungskraft. Die erforderliche Unterscheidungskraft sei der Marke nicht abzusprechen, da sie für die beanspruchten Dienstleistungen keine unmittelbar beschreibende Bedeutung habe. Für die Unterscheidungskraft spreche die Mehrdeutigkeit der Wortbestandteile. Zur Begründung ihrer Auffassung, die Marke sei eintragungsfähig, verweist die Anmelderin auf die Eintragungspraxis des Patentamts und die Rechtsprechung des Bundespatentgerichts in vergleichbaren Fällen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache nicht begründet. Die schutzsuchende Marke ist gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1, § 37 Abs. 1, §§ 107, 113 MarkenG i.V.m. Artikel 5 Abs. 2 MMA und Artikel 6^{quinquies} B Nr. 2 PVÜ vom Schutz in der Bundesrepublik Deutschland ausgeschlossen.

Unterscheidungskraft im Sinn der genannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche um Schutz nachgesucht wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2002, 804, 806 - Nr. 35 - Philips; GRUR 2003, 514, 517 - Nr. 40 - Linde u. a.; GRUR 2004, 428, 431 - Nr. 48 - Henkel; GRUR 2004, 1027, 1029 - Nr. 33, 42 - Das Prinzip der Bequemlichkeit). Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674 - Nr. 86 - Postkantoor). Einem sprachüblich gebildeten Wortzeichen aus Bestandteilen, die aus einer gängigen Fremdsprache stammen und die als solche schon in die deutsche Umgangssprache eingegangen sind, fehlt jede Unterscheidungskraft, wenn der Verkehr das Zeichen angesichts der ohne weiteres verständlichen begrifflichen Bedeutung nur in diesem Sinn und nicht als Unterscheidungsmittel für Dienstleistungen versteht (BGH BIPMZ 2004, 30 - Cityservice).

Den Bedeutungsgehalt der sprachüblich gebildeten Wortfolge „UNITED SERVICES“ hat die Markenstelle auch in ihrer Gesamtbedeutung zutreffend dargelegt; zur Vermeidung von Wiederholungen wird hierauf Bezug genommen. Für die beanspruchten Personaldienstleistungen stellt „UNITED SERVICES“ eine im Vordergrund des Verständnisses stehende beschreibende Angabe dar. Die von den Dienstleistungen angesprochenen deutschen Verkehrskreise werden die Marke

ohne weiteres in dem von der Markenstelle aufgezeigten Sinn verstehen, nämlich dass der Anbieter nicht etwa nur einzelne Dienstleistungen, sondern mehrere miteinander verbundene Dienstleistungen anbietet. Dies gilt für sämtliche der beanspruchten Dienstleistungen, da diese ausnahmslos einen Bezug zur Personalrekrutierung bzw. Personalauswahl haben.

Dass der Wortfolge eine (eher geringfügig) unterschiedliche Bedeutung beigegeben werden kann (keine einzelnen, sondern mehrere miteinander verbundene Dienstleistungen werden angeboten, die angebotenen Dienstleistungen werden im Zusammenhang ausgeübt, die Dienstleistungen sind miteinander verbunden, die Dienstleistungen stammen von einem Anbieter) führt nicht zu einer schutzbegründenden Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit. Der Beurteilung als nicht unterscheidungskräftig steht es nämlich nicht entgegen, wenn eine Bezeichnung vage ist und dem Verbraucher wenig Anhalt dafür bietet, welche konkreten Inhalte vermittelt werden (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt). Es genügt, wenn der Verbraucher bei einer Bezeichnung konkrete Inhalte vermutet und die Bezeichnung deshalb nicht als herkunftsmäßig unterscheidend auffasst.

Aus der Schutzgewährung für andere, vermeintlich ähnlich gebildete deutsche Marken vermag die Anmelderin ebenfalls keinen Anspruch auf Registrierung der vorliegend angemeldeten Bezeichnung abzuleiten. Inländische Voreintragungen - selbst identischer Marken - führen weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer anspruchsbegründenden Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Schutzgewährung zu befinden haben. Die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke stellt keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage dar (vgl. z. B. BGH GRUR 1989, 420 - KSÜD; BPatGE 32, 5 - CREATION CROSS).

Entgegen der Auffassung der Markeninhaberin haben ausländische Voreintragungen hinsichtlich der Unterscheidungskraft auch keine Indizwirkung. Die Tatsache, dass eine identische Marke für identische Dienstleistungen in einem anderen Land

eingetragen wurde, ist für die Entscheidung, die Anmeldung einer Marke zur Eintragung zuzulassen oder zurückzuweisen, nicht maßgebend (EuGH GRUR 2004, 428 - Henkel).

Nachdem der Marke bereits wegen fehlender Unterscheidungskraft der Schutz zu verweigern war, kann die Frage, ob einer Schutzgewährung auch § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, dahingestellt bleiben.

gez.

Unterschriften