



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 17/08

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 305 10 897.2

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 8. April 2008 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Dr. van Raden und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat nach vorangegangener Beanstandung mit Beschluss vom 24. Juli 2007 die Anmeldung der Kennzeichnung

Zukunft braucht Menschlichkeit

zur Eintragung für Dienstleistungen der Klassen 36, 38, 39, 41, 42, 43, 44 und 45 nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe mit der Begründung zurückgewiesen, bei der angemeldeten Wortfolge handele es sich um einen Slogan mit einer beschreibenden Angabe, die vom Verkehr als solche verstanden und nicht einem bestimmten Unternehmen zugeordnet werde.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders, mit der er sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 vom 24. Juli 2007 aufzuheben.

Er hält die Anmeldemarke für schutzfähig, weil die Wortfolge die beanspruchten Dienstleistungen nicht beschreibe, sondern kurz, prägnant und interpretationsfähig und damit unterscheidungsfähig sei.

II.

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde ist unbegründet. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt, hat die Markenstelle der

angemeldeten Bezeichnung die Eintragung nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt. Die Beschwerdebegründung bietet für eine abweichende Beurteilung keinen Anlass.

Mit der Markenstelle geht der Senat davon aus, dass die angemeldete Bezeichnung nach § 37 Abs. 1 i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG mangels jeglicher Unterscheidungskraft von der Eintragung ausgeschlossen ist, weil sie selbst unter Zugrundelegung des gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH, GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) nicht geeignet ist, von den Abnehmern der beanspruchten Waren und Dienstleistungen als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (st. Rspr., vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington; BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns). Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, werden die durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 – Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2) Abnehmer nämlich in der Kennzeichnung keinen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen sehen, weil es sich bei ihr um eine aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache bestehende Aussage allgemeiner Art handelt (vgl. BGH MarkenR 2000, 262, 263 – Unter uns; WRP 2000, 298, 299 – Radio von hier; WRP 2000, 300, 301 – Partner with the best; GRUR 2001, 1047, 1048 – LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; GRUR 2001, 735, 736 – Test it; GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft), die von den angesprochenen Verkehrskreisen stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden wird (vgl. BGH GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHÖN; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten, Schlechte Zeiten; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006).

Entgegen der Ansicht des Anmelders handelt es sich bei der angemeldeten Wortfolge nicht um einen originellen und interpretationsbedürftigen Spruch, sondern um eine allgemein verständliche Aussage, die darauf hinweist, dass Zukunftssicherung der Humanität bedürfe. Wegen dieser Allgemeinverständlichkeit der angemeldeten Wortfolge wird der Verkehr sie daher stets nur als allgemeinen Appell verstehen. Dass dem Verständnis dieses allgemeinen Appells bei unterschiedlichen Verbrauchern unterschiedliche Assoziationen folgen mögen, ist kein Hinweis auf eine besondere Interpretationsbedürftigkeit der angemeldeten Wortfolge als solcher. Dies gilt auch dann, wenn der Verkehr ihr zusammen mit den beanspruchten Dienstleistungen begegnet, denn in diesem Fall wird er lediglich annehmen, dass die ihm einsichtige Redewendung nunmehr lediglich als Werbeaussage allgemeiner Art für die mit ihr beworbenen Tätigkeiten eingesetzt wird; der Gedanke, dass hiermit auf deren Herkunft aus einem einzigen, bestimmten Unternehmen hingewiesen werden soll, wird ihm demgegenüber erst gar nicht kommen. Da die angemeldete Wortfolge somit die Hauptfunktion einer Marke, nämlich auf die Herkunft der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen aus einem individuellen Unternehmen hinzuweisen, grundsätzlich nicht erfüllen kann, ist ihr das nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft abzusprechen.

Dr. Albrecht

Kruppa

Dr. van Raden

Me