



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 256/09

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 307 05 233.8**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 12. Oktober 2010 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richterin am Landgericht Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I.

Als Wort-/Bildmarke angemeldet am 24. Januar 2007 wurde



für die Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 35, 41 und 42, nämlich für

Druckereierzeugnisse; Photographien; Lehr- und Unterrichtsmittel, soweit in Klasse 16 enthalten; betriebswirtschaftliche Beratung; Veranstaltung von Seminaren und Kongressen; Herausgabe und Veröffentlichung von Druckschriften und audiovisuellen Medien, nämlich Film- und Tonwerken; Aus- und Weiterbildung, Erziehung, Unterricht; Veranstaltung von Lehrgängen, Kompaktkursen, Veröffentlichung und Herausgabe von Druckschriften, Zeitungen, Zeitschriften und Büchern; Computerberatungsdienste; Aus- und Fortbildungsberatung; Veröffentlichung und Herausgabe von

Druckschriften, Zeitungen, Zeitschriften und Büchern über elektronische Medien, insbesondere im Internet“.

Mit Beschluss vom 24. Juni 2008 hat die Markenstelle für Klasse 41 die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Dies ist damit begründet, der Wortbestandteil der angemeldeten Wort-/Bildmarke setze sich erkennbar aus den Abkürzungen „EU“ und „FH“ zusammen. Diese stünden für Europa/Europäische Union und Fachhochschule. In ihrer Kombination erkenne der angesprochene Verbraucher einen Hinweis auf irgendeine Fachhochschule in Europa.

Da in Deutschland von links nach rechts gelesen und aufgrund der Zweizeiligkeit der Buchstabenfolge „EU“ und „FH“ eine Sprech- und Denkpause initiiert würde, werde der angesprochene Verbraucher auch ohne zergliedernde Betrachtungsweise die Abkürzungen „EU“ und „FH“ erkennen und nicht eine wahllose Aneinanderreihung von Buchstaben, zumal beide Buchstabenfolgen sinnvolle Aussagen ergäben und auf einander sinnvoll bezogen werden könnten. Auch die Anordnung der Abkürzungen in einem Quadrat ändere an dieser Betrachtungsweise nichts. Es handle sich dabei um ein einfaches graphisches Gestaltungsmittel, welches weder die Unterscheidungskraft der Gesamtmarke begründe, noch Anlass gebe, die Buchstaben auf andere Weise zu kombinieren.

Die Erinnerung des Anmelders hat die Markenstelle mit Beschluss vom 19. August 2009 zurückgewiesen. Der Erinnerungsbeschluss wurde dem Anmelder am 31. August 2009 zugestellt.

Am 29. September 2009 hat der Anmelder Beschwerde eingelegt. Er hält die Marke für unterscheidungskräftig, da sie nicht beschreibend sei. Die Waren und Dienstleistungen seien in der angemeldeten Wort-/Bildmarke nicht konkret erkennbar. Die angesprochenen Kreise könnten der Marke insbesondere nicht ent-

nehmen, welche Zweckbestimmung die einzelnen Waren und Dienstleistungen hätten.

Die untereinander angeordneten Buchstaben seien ohne weiteres als EF und UH kombinierbar. Es gäbe keinen Anhaltspunkt, dass die einzelnen Buchstaben von links nach rechts und erst in der oberen und dann in der unteren Zeile gelesen werden sollten. Alle Buchstaben stünden gleichberechtigt in dem Quadrat. Auch sei das Quadrat mit den deutlich abgehobenen Buchstaben in seiner Originalität ausreichend, die Schutzfähigkeit der Marke zu begründen. Die Gestaltung der Wort-/Bildmarke mit der Anordnung der Buchstaben im Bauhausstil sei phantasievoll.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Ebenso wie die Markenstelle, hält der Senat die angemeldete Wort-/Bildmarke hinsichtlich aller angemeldeten Waren und Dienstleistungen für nicht unterscheidungskräftig.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer. Die Hauptfunktion besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH Int. 2005, 1012, Nr. 27 ff. - BioID; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice). Enthält eine Bezeichnung einen beschreibenden Begriffsinhalt, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen, denn beschreibende Angaben nimmt der Verbraucher nicht als Unterscheidungsmittel wahr (BGH GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard).

Die angemeldete Wort-/Bildmarke setzt sich erkennbar aus den Abkürzungen „EU“ und „FH“ zusammen, die durch ein Quadrat eingefasst sind. Wie die Markenstelle ausgeführt hat, stehen die Abkürzungen „EU“ und „FH“ für „Europa/Europäische Union“ und „Fachhochschule“. In ihrer Kombination geben sie den angesprochenen Kreisen daher einen Hinweis auf irgendeine Fachhochschule in Europa bzw. in der europäischen Union. Da es Europäische Fachhochschulen (z. B. Rhein/Erft) gibt sowie eine Euro-FH und eine Europäische Fernhochschule weist die Abkürzung „EU FH“ nicht zwingend auf eine Einrichtung hin.

Wie auch die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, wird der angesprochene Verbraucher aufgrund der in Deutschland herrschenden Leseweise die Abkürzungen EU und FH wahrnehmen und nicht eine wahllose Aneinanderreihung von Buchstaben. Eine spaltenweise Lesefolge würde eine deutliche Trennung erfordern. Außerdem ergeben die übrigen denkbaren Kombinationen nie zwei bekannte Abkürzungen, die aufeinander bezogen werden könnten.

Das Quadrat kann als einfaches graphisches Gestaltungsmittel eine Unterscheidungskraft der Gesamtmarke nicht begründen.

Damit ist der Bezeichnung eine Aussage über das Thema von Druckereierzeugnisse, Photographien sowie Lehr- und Unterrichtsmitteln bzw. den Einsatzort von Druckschriften sowie Lehr- und Unterrichtsmittel, wie Skripten, zu entnehmen. Im Rahmen des Lehrbetriebs geben Fachhochschulen solche ebenso heraus, wie Videomitschnitte von Vorlesungen und anderen Hochschulveranstaltungen. All dies kann jeweils über das Internet abrufbar und herunterladbar sein.

Die Markenstelle hat zutreffend dargestellt, dass Fachhochschulen (praxisorientierte) Beratungstätigkeiten ect. anbieten, so dass EU FH eine naheliegende Angabe über den Erbringer dieser beanspruchten Dienstleistung ist.

Wenn der Anmelder argumentiert, dass beispielsweise die Herausgabe und Veröffentlichung von Druckschriften lediglich ein Mittel sei, um den Herkunftshinweis im Sinn eines Unternehmenslogos hervorzuheben, verkennt er, dass auch diese mögliche Hervorhebung nicht einer bestimmten Fachhochschule in Europa zugeschrieben wird.

Der vorgebrachte Hinweis auf vergleichbare Voreintragungen von Marken u. a. durch das Deutsche Patent- und Markenamt kann keinen Anspruch auf gleiche rechtliche Beurteilung der Schutzfähigkeit einer neu angemeldeten Marke begründen (vgl. Ströbele in: Ströbele/Hacker, 9. Aufl., § 8 Rn. 25).

Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

Für die Zulassung der Rechtsbeschwerde sieht der Senat keine Veranlassung. Es ist weder ersichtlich noch von der Anmelderin aufgezeigt, dass der vorliegende Fall eine grundsätzliche Rechtsfrage aufwirft. Die Entscheidung des Senats erschöpft sich vielmehr in der einzelfallbezogenen Anwendung höchstrichterlich geklärter Beurteilungsgrundsätze.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Bb