



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 509/11

(Aktenzeichen)

Verkündet am
18. Juli 2012

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 009 321.8

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 18. Juli 2012 durch die Vorsitzende Richterin Klante, die Richterin Dorn und den Richter am Amtsgericht Jacobi

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das farbige (hellblau, dunkelblau, weiß) Wort-/Bildzeichen 30 2010 009 321.8



ist am 15. Februar 2010 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für verschiedene Waren der Klassen 5, 29 und 30 angemeldet worden.

Mit Beschluss vom 16. November 2010 hat die Markenstelle für Klasse 29 die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft teilweise zurückgewiesen, und zwar für die Waren der

Klasse 5: aus tierischen Produkten gewonnene Eiweißpräparate für medizinische Zwecke für die menschliche Ernährung; pharmazeutische Erzeugnisse; diätetische Erzeugnisse für Kinder und Kranke für medizinische Zwecke; Babykost;

Klasse 29: aus tierischen Produkten gewonnene Eiweißpräparate für die menschliche Ernährung; Fisch; Fischextrakte; Fertiggerichte und Halbfertiggerichte, im Wesentlichen aus Fisch; Suppen; Fischkonserven und Präserven; Speiseöle und -fette; alle vorgenannten

Waren auch als Tiefkühlkost; alle vorgenannten Waren auch für Diätzwecke und diätetische Zwecke, nicht für medizinische Zwecke; diätetische Lebensmittel und/oder Nahrungsergänzungsmittel für nicht medizinische Zwecke auf der Basis von Eiweißen und/oder Fetten, unter Beigabe von Vitaminen, Mineralstoffen, Spurenelementen, entweder einzeln oder in Kombination, soweit in Klasse 29 enthalten.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, die sprachüblich gebildete englische Wortfolge des Anmeldezeichens „FROM SUSTAINABLE FISHING“ weise einen ohne Weiteres erkennbaren Begriffsinhalt auf, nämlich, das es sich um Fisch oder Fischprodukte handle, die aus einer nachhaltigen, d. h. ressourcenschonenden Fischerei stammten. Dies sei wegen der allgemein bekannten Überfischung der Meeresfischbestände eine für den Verbraucher bedeutsame Information. Es sei auch davon auszugehen, dass die angesprochenen Verkehrskreise, zu denen neben dem Durchschnittsverbraucher auch die Groß-, Zwischen- und Einzelhändler gehörten, den Bedeutungsgehalt der englischen Wortfolge verstünden. Der bildlich dargestellte Fisch im Doppelkreis knüpfe lediglich an den Bedeutungsgehalt „fishing“ (Fischfang, Fischerei) an und diene in werbeüblicher Weise einer Verstärkung der Sachaussage. Das angesprochene Publikum würde dem Anmeldezeichen in Bezug auf die Waren „Fisch; Fischextrakte; Fertiggerichte und Halbfertiggerichte, im Wesentlichen aus Fisch; Fisch-Konserven und Präserven; alle vorgenannten Waren auch als Tiefkühlkost; alle vorgenannten Waren auch für Diätzwecke und diätetische Zwecke, nicht für medizinische Zwecke“ entnehmen, dass diese nur Fische oder deren Bestandteile enthielten, die aus nachhaltigem Fischfang stammten. Auch die beanspruchten Oberbegriffe „aus tierischen Produkten gewonnene Eiweißpräparate für die menschliche Ernährung; Suppen; Speiseöle und -fette; diätetische Lebensmittel und/oder Nahrungsergänzungsmittel für nicht medizinische Zwecke auf der Basis von Eiweißen und/oder Fetten, unter Beigabe von Vitaminen, Mineralstoffen, Spurenelementen, entweder einzeln oder in Kombination, soweit in Klasse 29 enthalten“ seien von

der Eintragung auszuschließen, da einzelne, unter den jeweiligen Oberbegriff fallende Waren Fisch oder Fischbestandteile aus nachhaltigem Fischfang enthalten könnten. Entsprechendes gelte für die zurückgewiesenen Waren der Klasse 5, nämlich „aus tierischen Produkten gewonnene Eiweißpräparate für medizinische Zwecke für die menschliche Ernährung; pharmazeutische Erzeugnisse; diätetische Erzeugnisse für Kinder und Kranke für medizinische Zwecke; Babykost“, welche ausweislich der Recherchebelege des DPMA aus Fischöl, Fischeiweiß bzw. Fischproteinkonzentrat bestehen bzw. solche Zutaten enthalten könnten (vgl. Anlagen zum o. g. Beschluss, Bl. 55 - 61 VA).


Auch die eingesetzten grafischen Gestaltungsmittel, die insgesamt einfach und werbeüblich seien, führten nicht von dem beschreibenden Aussagegehalt der Wortelemente weg. Vor dem Hintergrund dieser Feststellungen eigne sich das Anmeldezeichen nicht als betrieblicher Herkunftshinweis. Auch die Berufung der Anmelderin auf eine Vielzahl ihrer Erachtens vergleichbarer Voreintragungen von Wort-/Bildmarken mit Fischmotiven rechtfertige keine abweichende Beurteilung, zumal viele dieser Eintragungen bereits aus dem Jahre 2002 oder aus der Zeit davor stammten. Abgesehen davon verfügten viele der vorgehaltenen Marken - anders als das Anmeldezeichen - über eine hochgradige Stilisierung, aufgrund derer diesen zweifellos ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft zugebilligt werden könne.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

den versagenden Teil des Beschlusses des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 29, vom 16. November 2010 aufzuheben.

Ferner regt sie die Zulassung der Rechtsbeschwerde an. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass sich einem großen Teil der deutschen Verbraucher eine beschreibende Bedeutung der Wortfolge „From sustainable fishing“ nicht ohne


weiteres Nachdenken und mehrere gedankliche Schritte erschließe, zumal das englische Adjektiv „sustainable“ nicht zum englischen Grundwortschatz gehöre. Für das angesprochene Publikum vermittele aber bereits die gesamte Bildwirkung des Anmeldezeichens den Eindruck eines individuell gestalteten Logos, das auf ein bestimmtes Unternehmen hinweise. Die Unterscheidungskraft ergebe sich hier aus der konkreten Kombination und Anordnung der gewählten grafischen Gestaltungselemente, die entgegen der Ansicht des DPMA nicht lediglich einfach und werbeüblich, sondern charakteristisch und fantasievoll seien. Insbesondere der stilisierte Fisch, der in der Gestaltung über einen bloßen Symbolfisch hinausgehe, sei eigentümlich und einprägsam. Die zwei konzentrisch angeordneten und in blauer Farbe ausgefüllten Kreise stellten sich zudem nicht als einfache Umrandung dar, sondern erweckten den Eindruck eines blauen Rettungsrings, durch den der darin abgebildete Fisch „gerettet“ werden solle. Diese Widersprüchlichkeit im Aussagegehalt beinhalte ebenfalls einen erheblichen Grad an Fantasie. Abgesehen davon sei eine Vielzahl von ähnlich gestalteten (Wort-/Bild-)Marken für Fischprodukte im Register eingetragen, die alle als Gestaltungselement einen stilisierten Fisch aufwiesen. Die Anmelderin beruft sich in diesem Zusammenhang

ferner auf die Eintragung des identischen Wort-/Bildzeichens  als Gemeinschaftsmarke (Nr. 1056619). Nach alledem eigne sich das Anmeldezeichen als betrieblicher Herkunftshinweis.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist unbegründet.

1. Der Eintragung des angemeldeten Wort-/Bildzeichens  als Marke steht in Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Waren das absolute Schutzhindernis

der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat der angemeldeten Bezeichnung daher insoweit zu Recht die Eintragung versagt.

a) Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, welches die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet. Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH MarkenR 2012, 19, Rdnr. 8 - Link economy; GRUR 2010, 1100, Rdnr. 10 - TOOOR!; GRUR 2010, 825, 826, Rdnr. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, 854, Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 412, Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944, Rdnr. 24 - SAT 2; BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl. EuGH GRUR 2004, 428, 431 Rdnr. 53 - Henkel; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; MarkenR 2000, 420, 421 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Ausgehend hiervon besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 674, 678 Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2009, 952, 953 Rdnr. 10 - DeutschlandCard; a. a. O. Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR

2005, 417, 418 – BerlinCard; a. a. O. - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - antiKALK) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die – etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. u. a. BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten – Schlechte Zeiten). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH a. a. O. 855, Rdnr. 19, 28 f. - FUSSBALL WM 2006).

b) Nach diesen Grundsätzen weisen die Wortbestandteile des Anmeldezeichens für die beschwerdegegenständlichen Waren einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Sinngehalt auf.

aa) Die um Schutz nachsuchende Angabe setzt sich sprachüblich aus drei geläufigen englischen Wörtern zusammen, nämlich aus der Präposition „from“ mit der Bedeutung „aus“ bzw. „von“, dem Adjektiv „sustainable“ mit der Bedeutung „nachhaltig“ (Ökologie) und dem Substantiv „fishing“ mit der Bedeutung „Fischen“ bzw. „Fischerei“ (Duden-Oxford - Großwörterbuch Englisch, 3. Aufl. 2005 [CD-ROM]). Die englischen Wörter „from“ und „fishing“ gehören ohne Zweifel zum englischen Grundwortschatz und sind den inländischen Verkehrskreisen in ihrer Bedeutung allgemein bekannt. Letzteres gilt entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin auch für den weiteren Begriff „sustainable“. Die vom Senat in der mündlichen Verhandlung überreichten Recherchebelege zeigen beispielhaft, dass dieser englische Ausdruck seit einigen Jahren auch in Deutschland vielfach in den Medien, insbesondere im Zusammenhang mit der Berichterstattung über nachhaltige (Umwelt-)Politik bzw. Entwicklung, Verwendung findet (vgl. Anlagen 1 - 11 zum Protokoll vom 18. Juli 2012). Es finden sich auch Belege dafür, dass die

Wortfolge „sustainable fishing“ im Inland bereits gebräuchlich ist (vgl. Anlagen 12 a - 12 f zum o. g. Protokoll). Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass ein großer Teil der angesprochenen Durchschnittsverbraucher den Bedeutungsgehalt des englischen Begriffs „sustainable“ im Sinne von „nachhaltig“ erkennt, jedenfalls im Gesamtzusammenhang der Wortfolge „FROM SUSTAINABLE FISHING“ wird sich dem Publikum diese Bedeutung aufdrängen. Dies gilt erst recht für die als sachkundig anzusehenden Groß-, Zwischen- und Einzelhändler, an die sich die beschwerdegegenständlichen Waren ebenfalls richten.

bb) Auch die - bei Zeichen, die aus mehreren Worten oder Wortbestandteilen zusammengefügt sind - vorzunehmende Gesamtbetrachtung (EuGH GRUR 2004, 943, 944 Rdnr. 28 - SAT 2; a. a. O. Rdnr. 96 - Postkantoor) führt vorliegend nicht zu einem Bedeutungsgehalt, der über die Summe der Einzelbestandteile des Wortzeichens hinausgehen würde.

Die Wortfolge „FROM SUSTAINABLE FISHING“ wird in ihrer Gesamtbedeutung vom angesprochenen inländischen Publikum ohne Weiteres als „aus nachhaltigem Fischfang“ verstanden. Die Markenstelle hat zutreffend darauf hingewiesen, dass dies eine für den Verbraucher bedeutsame Information ist, da 52% der Meeresfischbestände so stark überfischt sind, dass eine Steigerung nicht mehr möglich ist (vgl. hierzu die Anlagen zum angefochtenen Beschluss, Bl. 52 - 54 VA und Bl. 62 VA).

Vor diesem Hintergrund kann die Wortfolge „FROM SUSTAINABLE FISHING“ von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne Weiteres als anpreisender Sachhinweis auf die Qualität, Beschaffenheit und den Gegenstand der damit gekennzeichneten Waren verstanden werden, nämlich, dass diese Waren Fische oder Bestandteile von Fischen enthalten, die aus nachhaltigem Fischfang stammen. Der unmittelbar beschreibende Aussagegehalt der Wortfolge wird hier noch verstärkt durch den im Anmeldezeichen grafisch dargestellten blauen Fisch im

Doppelkreis. Hinsichtlich des im Vordergrund stehenden beschreibenden Aussagegehalts des Anmeldezeichens im Zusammenhang mit den einzelnen beschwerdegegenständlichen Waren wird auf die zutreffenden Ausführungen der Markenstelle im angefochtenen Beschluss samt der dort in Bezug genommenen Anlagen verwiesen. Dabei steht § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG einer Eintragung des Anmeldezeichens auch dann entgegen, wenn zwar für einen Teil der unter die beanspruchten weiten Oberbegriffe fallende Waren die Unterscheidungskraft zu bejahen wäre, unter diese Oberbegriffe aber auch Waren – wie hier solche mit Fischen bzw. Bestandteilen von Fischen aus nachhaltigem Fischfang – zu subsumieren sind, für welche das angemeldete Zeichen nicht unterscheidungskräftig ist (BGH GRUR 2002, 261, 262 Rdnr. 13 f.- AC; Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rdnr. 82 m. w. N.).

c) Das angemeldete Zeichen erhält auch nicht durch die grafische Ausgestaltung die Funktion eines Unterscheidungsmittels.

Zwar ist von dem Grundsatz auszugehen, dass einer Wortelemente enthaltenden Bildmarke - unbeschadet der fehlenden Unterscheidungskraft dieser Wortelemente - als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden kann, wenn die grafischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (EuGH GRUR 2006, 229, 233 Rdnr. 73, 74 - BioID; BGH a. a. O. - antiKalk; GRUR 1991, 136, 137 - NEW MAN). Allerdings vermögen einfache grafische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbilds, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebenso wenig aufzuwiegen, wie derartige einfache grafische Gestaltungselemente auch für sich wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht als Marke eingetragen werden können. Es bedarf vielmehr eines auffallenden Hervortretens der grafischen Elemente, um sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einzuprägen (BGH GRUR 2008, 710, 711 Rdnr. 20 - VISAGE; a. a. O., 1154 – antiKalk). Dies ist vorliegend aber nicht der Fall.

Das verfahrensgegenständliche Zeichen zeigt die piktogrammartige Darstellung eines Fisches mit dunkelblauen Umrisslinien, der in einen weißen Kreis eingebunden wurde. Trotz einer gewissen zeichnerischen Vereinfachung sind die wesentlichen Merkmale eines Fisches, nämlich Schwanzflosse, Kiemenspalte und Auge deutlich zu erkennen. Den gezeichneten Fisch umgeben zwei konzentrische, dunkelblaue Kreisbögen, wobei die dazwischen liegende Fläche hellblau ausgestaltet wurde, weshalb sie wie eine breite Umrahmung wirkt. Innerhalb dieses Kreisbogens sind die Wortbestandteile, aus denen der o. g. Gesamtbegriff gebildet ist, in blauer Farbe und gängiger Schrift in Großbuchstaben angeordnet. Entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin erweckt die hellblaue Umrahmung mit den darin enthaltenen Wortbestandteilen nicht den Eindruck eines Rettungsrings, da ein solcher regelmäßig wegen der Signalwirkung in den Farben rot/weiß gehalten ist.

Die Verwendung der Farben (Hell-)Blau und Weiß ist im Zusammenhang mit Fischen bzw. Fischprodukten wegen des Bezugs zum Wasser bzw. Meer durchaus gängig und werbeüblich (vgl. hierzu beispielhaft die im Parallelverfahren 28 W (pat) 507/11 überreichten Recherchebelege des Senats, Anlagen 2, 6 b, 6 c zum dortigen Protokoll vom 18. Juli 2012). Auch eine kreisförmige Umrahmung mit darin angeordneten Wortelementen zählt zu den gebräuchlichen und bekannten Mitteln der Hervorhebung (vgl. BPatG 24 W (pat) 273/03 - The Butcher Shop & Grill; 26 W (pat) 186/03 - NORWAY CARD; 24 W (pat) 180/02 - Beauty Pads). In der gewählten Ausgestaltung der Umrahmung - zwei konzentrische, in hellblauer Farbe ausgefüllte Kreisbögen - ist noch kein prägnantes betriebskennzeichnendes Merkmal zu sehen. Der stilisierte Fisch ist in seiner Gestaltung stark an bereits geläufige Piktogramme angelehnt (vgl. Recherchebelege des Senats, Anlagen 3 - 5 zum o. g. Protokoll in dem Parallelverfahren 28 W (pat) 507/11). Abgesehen davon ist das Publikum an die vereinfachte und werbeübliche Darstellung von Fischen in der fraglichen Branche gewöhnt, wie die Mitglieder des Senats als Angehörige der angesprochenen Verkehrskreise und aufgrund ihrer ständigen Befassung mit markenrechtlichen Verfahren wissen (vgl. hierzu auch die Re-


cherchebelege des Senats, Anlagen 6 - 8 zum o. g. Protokoll in dem Parallelverfahren 28 W (pat) 507/11). Die farbige Ausgestaltung einer derartigen Darstellung begründet für sich gesehen noch nicht die erforderliche Unterscheidungskraft, wenn sie – wie hier – den erkennbaren beschreibenden Aussagegehalt nicht nachhaltig verändert (BPatG GRUR 1997, 530, 531 – Rohrreiniger; Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rdnr. 219 m. w. N.).


Auch die konkrete Zusammenstellung der oben aufgeführten verschiedenen Gestaltungsmittel, die für sich genommen jeweils einfach und werbeüblich sind, weist keine schutzbegründende Komplexität auf, die von dem beschreibenden Aussagegehalt der Wortbestandteile wegführen würde. Insgesamt werden die angesprochenen Verkehrskreise das angemeldete Zeichen als eine Gesamtheit wahrnehmen, in der der sachbezogene Charakter der Wortbestandteile so im Vordergrund steht, dass der bildlichen Gestaltung daneben keine Besonderheit, die über das in der Werbung Übliche hinausgeht, beigemessen wird. Hierbei ist auch zu berücksichtigen, dass an die grafische Ausgestaltung um so größere Anforderungen zu stellen sind, je deutlicher der nicht unterscheidungskräftige Charakter der fraglichen Angabe selbst hervortritt (BGH a. a. O.- antiKalk; BPatG GRUR 1998, 401, 402 - Jean's etc.). Hier hätte es daher eines auffallenden Hervortretens der grafischen Elemente bedurft, um sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einzuprägen.

d) Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann aus Sicht des Senats dahinstehen, ob das angemeldete Zeichen darüber hinaus für die fraglichen Waren Freihaltungsbedürftig gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist.

2. Soweit sich die Beschwerdeführerin auf Voreintragungen berufen hat, sind diese nicht vergleichbar, da sie größtenteils entweder schon zu lange zurückliegen oder andere Markenbestandteile enthalten. Auch weist ein Großteil dieser Bildmarken bzw. Wort-/Bildmarken – anders als das hier zu beurteilende Anmeldezeichen - eine charakteristische grafische Ausgestaltung bzw. hohe Komplexität

auf, die bereits allein zur Schutzfähigkeit führt. Dies gilt auch für die von der Beschwerdeführerin in der mündlichen Verhandlung angeführten weiteren Vor-
eintragungen (vgl. Registerauszüge als Anlage zum Protokoll vom 18. Juli 2012).
Lediglich die am 7. Oktober 2011 für zum Teil identische bzw. ähnliche Waren der

Klasse 29 eingetragene deutsche Bildmarke 30 2011 005 599 , deren
einfache und werbeübliche grafische Gestaltung sich ebenfalls in der pikto-
grammartigen Wiedergabe eines Fisches in einer kreisförmigen Umrahmung
erschöpft, ist mit den Bildelementen des vorliegenden Anmeldezeichens ver-
gleichbar. Allerdings lässt sich allein aus einer oder wenigen vorangegangenen
Entscheidungen noch nicht der Vorwurf einer willkürlichen Ungleichbehandlung
ableiten, zumal es sich um rechtswidrig vorgenommene Eintragungen oder Ein-
tragungen vor Eintritt einer Richtlinien- oder Rechtsprechungsänderung handeln
kann. Niemand kann sich auf eine fehlerhafte Rechtsanwendung zugunsten eines
anderen berufen, um eine identische Entscheidung zu erlangen (EuGH GRUR
2009, 667, 668 Rdnr. 18 – C-39/08 - Bild digital). Für die erforderliche Bereinigung
des Markenregisters sieht das Gesetz das Lösungsverfahren vor, das von
jedermann eingeleitet werden kann.

Die Tatsache, dass eine identische Wort-/Bildmarke  als Gemein-
schafts-
marke eingetragen wurde, ist nicht geeignet, das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2
Nr. 1 MarkenG auszuräumen. Denn sowohl die in einem anderen Mitgliedstaat der
Europäischen Union auf der Grundlage des harmonisierten Markenrechts als auch
die vom Harmonisierungsamt aufgrund der Gemeinschaftsmarkenverordnung ge-
troffenen Entscheidungen über absolute Eintragungshindernisse sind für nach-
folgende Verfahren in anderen Mitgliedstaaten unverbindlich. Sie vermögen nicht
einmal eine Indizwirkung zu entfalten (EuGH GRUR 2004, 428, 432 Rdnr. 63, 64
- Henkel; GRUR 2004, 674 Rdnr. 43 f. - Postkantoor; BGH GRUR 2009, 778, 779
Rdnr. 18 - Willkommen im Leben).

3. Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist nicht veranlasst. Weder war eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden (§ 82 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), noch ist die Zulassung der Rechtsbeschwerde zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erforderlich (§ 82 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Der Senat hat, wie ausgeführt, die Schutzfähigkeit des Anmeldezeichens anhand der insoweit von der Rechtsprechung entwickelten Kriterien beurteilt. Die Beschwerdeführerin hat auch auf Nachfrage in der mündlichen Verhandlung nicht näher ausgeführt, zu welcher konkreten Rechtsfrage die Zulassung der Rechtsbeschwerde angezeigt sein könnte.

Klante

Dorn

Jacobi

Me