



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 315/00

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 70 417

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 29. Januar 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker sowie den Richter Voit und die Richterin k. A. Fink

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 15. Juni 2000 aufgehoben, soweit darin die Anmeldung für die Dienstleistungen "Immobilienwesen", "Betrieb und Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation, insbesondere für Funk und Fernsehen", "Vermietung der Zugriffszeiten zu Datenbanken" und "Vermietung von Datenverarbeitungseinrichtungen und Computern" zurückgewiesen wurde.
2. Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Bezeichnung

Zukunft wird aus Ideen gemacht

für Waren der Klassen 9 und 16 sowie Dienstleistungen der Klassen 35, 36, 38 und 42.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch Beschluß des Prüfers vom 15. Juni 2000 die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft insgesamt zurückgewiesen.

Zur Begründung ist ausgeführt, die angemeldete Wortfolge rühme die Zukunftsorientiertheit und den Ideenreichtum als dessen Ergebnis sich die damit bezeichneten Waren und Dienstleistungen präsentierten. Daher stelle der Slogan eine werbliche Rühmung dar, dem kein, auch nur geringer, die Unterscheidungskraft begründender Phantasiegehalt zukomme.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie stützt diese im Wesentlichen darauf, die angemeldete Wortfolge stelle einen ungewöhnlichen Wortgebrauch dar, und es handele sich weder um eine beschreibende Angabe oder Anpreisung noch um eine Werbeaussage allgemeiner Art. Zudem sei die Wortfolge interpretationsbedürftig und bereits daher unterscheidungskräftig.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache nur zu einem geringen Teil Erfolg. Der angemeldeten Wortfolge steht in bezug auf die meisten beanspruchten Waren und Dienstleistungen das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegen.

Die vollkommen sprachüblich gebildete Wortfolge ist ein Satz, der hinsichtlich des größten Teils der beanspruchten Waren und Dienstleistungen den Aussagegehalt hat, daß hinter diesen, die innovativ und zukunftsorientiert seien, neue gedankliche Leistungen stecken.

Entgegen der Auffassung der Anmelderin weist der Satz hinsichtlich der zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen keine schutzbegründende echte Mehrdeu-

tigkeit auf. Von dieser zu unterscheiden ist nämlich eine nur begriffliche Unbestimmtheit, die einer Schutzversagung prinzipiell nicht entgegensteht (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt). Denn es liegt in der Natur der Sache, daß eine allgemein gehaltene Bezeichnung mit einem hohen Abstraktionsgehalt einen gewissen Bedeutungsspielraum in sich trägt. Dies kann jedoch kein Kriterium für die Schutzfähigkeit einer derartigen Wortfolge sein, da sonst sogar vollkommen allgemein gehaltene, glatt anpreisende Sachangaben nur deshalb dem markenrechtlichen Schutz zugänglich wären, weil ihnen kein fest umrissener Aspekt für eine derartige Hervorhebung entnommen werden könnte. Eine solche Sachlage ist hier insbesondere bei den Substantiven "Zukunft" und "Ideen" gegeben, da gerade diese nicht nur abstrakt-individuell, sondern auch unter subjektiven Gesichtspunkten verstanden werden können.

Derartige Satzgebilde werden in der Werbung vielfach verwendet und sind daher grundsätzlich nicht geeignet, als Marke im Sinne einer betrieblichen Herkunftsbezeichnung zu fungieren. Zunächst ist der Verkehr aufgrund der allgemeinen Kennzeichnungspraxis an kurze und prägnante Herkunftsbezeichnungen gewöhnt. Sprüche, Sätze und längere Wortfolgen werden eher als Sachaussage denn als Marken aufgefaßt. Ob dies hier dem Schutz schon allein entgegensteht, mag dahinstehen. Einem Slogan fehlt jedenfalls dann die Unterscheidungskraft, wenn er eine beschreibende Sachaussage enthält oder ausschließlich aus Gemeinplätzen besteht, wie sie im hier vorliegenden Fall im Umfang der Zurückweisung gegeben sind (vgl. BGH GRUR 2001, 1047 – LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; BGH GRUR 2000, 720 - Unter Uns).

Unter Berücksichtigung dieser vom Bundesgerichtshof vorgegebenen Beurteilungsgrundsätze kann dem angemeldeten Zeichen für die Dienstleistungen "Immobilienwesen, Betrieb und Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation, insbesondere für Funk und Fernsehen, Vermietung der Zugriffszeiten zu Datenbanken; Vermietung von Datenverarbeitungseinrichtungen und Computern" nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden.

Hinsichtlich dieser Dienstleistungen, die sich allesamt mit etwas Gegenwärtigem befassen und nicht auf mögliche, in der Zukunft liegende Innovationen bezogen sind, kann eine unmittelbare, ausschließlich beschreibende Aussage nicht mit der erforderlichen Sicherheit festgestellt werden. Insoweit bezeichnet die Wortfolge weder Beschaffenheit, Eigenschaften, Gegenstand, Bestimmung oder sonstige Merkmale dieser Dienstleistungen. Diese Tätigkeiten sind auf etwas Gegenwärtiges gerichtet und weisen regelmäßig keinen über das Normalmaß hinausgehenden Zukunftsbezug auf, der von einer geistigen, auf Neuerungen gerichteten Leistung getragen wäre.

In diesem Umfang ist der angemeldeten Bezeichnung keine Anpreisung oder Werbeaussage allgemeiner Art zuzumessen und der Beschluß der Markenstelle in bezug auf diese Dienstleistungen aufzuheben.

Jedoch ist hinsichtlich der Waren der Klasse 9 in der angemeldeten Wortfolge ein direkter Bezug zu erkennen, da es sich bei den beanspruchten Geräten, Apparaten und Instrumenten um solche handelt, die einem rasanten technischen Wandel unterworfen sind. Die Zukunftsorientierung ist daher ein wesentlicher Gesichtspunkt um die technisch auf die Zukunft gerichtete Qualität dieser Waren zu beschreiben. Hinsichtlich der Waren der Klasse 16 ist mit der angemeldeten Wortfolge ebenfalls eine inhaltsbeschreibende Wirkung verbunden, da sich die dort genannten Waren mit zukunftsorientierten Erfindungen als Inhalt befassen können.

Gleiches gilt für die Dienstleistungen der Klasse 35. Diese sind wesensgemäß im Sinne wirtschaftlicher Orientierung und in hohem Maße auf die Zukunft ausgerichtet. Entsprechend verhält es sich mit den Dienstleistungen der Klasse 36, soweit das Finanzwesen betroffen ist. Auch die Dienstleistung "Telekommunikation" ist, soweit nicht der Betrieb und die Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation betroffen sind, in erheblichem Maße innovationsabhängig, so daß auch hier ein beschreibender Bezug offen zu Tage tritt. Dies gilt schließlich

auch für den Großteil der Dienstleistungen der Klasse 42, soweit diese Tätigkeiten stets auf eine Zukunftsplanung hin ausgerichtet sind.

Der Satz wird auch in breitem Maße, wie die Fundstellen aus dem Internet belegen, in allen Bereichen des täglichen Lebens verwendet und ist insoweit vollkommen gebräuchlich. Damit handelt es sich um eine Wortfolge, die vom Verkehr - nicht zuletzt aufgrund der Verwendung in der Werbung auch in dem beanspruchten Sektor – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, was der Unterscheidungskraft und damit der herkunftsbestimmenden Wirkung entgegensteht (vgl BGH GRUR 2001, 1042 – REICH UND SCHÖN).

Soweit die Anmelderin Werbeanzeigen vorgelegt hat aus denen sich die Verwendung des Slogans ergibt, genügt dies nicht um den Senat ein Verkehrsdurchsetzungsverfahren in Erwägung ziehen zu lassen. Weitere hierfür erforderliche Angaben wurden auch nicht gemacht.

Grabrucker

Voit

Fink

Fa