



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 41/02

An Verkündungs Statt
zugestellt am

(Aktenzeichen)

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 53 915.0

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 29. Juli 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richter Dr. Hacker und Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Quickline

ist als Marke für die Dienstleistung

„Beratung Dritter durch Fachpersonal über Telefon, im Internet oder durch Telefax, insbesondere in den Bereichen Computer, Internet, Intranet“

zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, daß die Bezeichnung „Quickline“ sprachüblich aus den englischen Begriffen „quick“ und „line“ gebildet sei und soviel wie „schnelle Verbindung“ bedeute. Die angemeldete Marke erschöpfe sich daher in der sachbezogenen Aussage, daß die so gekennzeichneten Dienstleistungen über eine schnelle, prompte Verbindung erbracht würden und der Kunde eine schnelle Beratung erhalte. In diesem Sinne werde die Bezeichnung im Verkehr auch bereits verwendet. Die erforderliche betriebliche Herkunftsfunktion könne die Bezeichnung „Quickline“ nicht ausüben.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er macht geltend, daß schon der rechtliche Ansatz der Markenstelle fehlerhaft sei, da unter der Geltung des MarkenG nicht mehr ausschließlich darauf abgestellt werden

dürfe, ob eine Marke zur betrieblichen Herkunftsunterscheidung geeignet sei. Darüber hinaus habe sich zur beschreibenden Bezeichnung einer schnellen und prompten telefonischen Beratungsdienstleistung im Verkehr der Begriff „Hotline“ eingebürgert. Insoweit sei nicht ersichtlich, weshalb die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Marke mit diesem bekannten Begriff gleichsetzen sollten. Für die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke spreche auch, daß der Begriff „Quickline“ beim Amtsgericht – Registergericht – Stuttgart als Firma registriert sei. Auch in den Vereinigten Staaten von Amerika sei der Begriff „QUICKLINE“ als Marke für dieselben Dienstleistungen eingetragen, für die auch im vorliegenden Fall Schutz begehrt werde.

Der Anmelder beantragt,

den angefochtenen Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde bleibt in der Sache ohne Erfolg. Die Markenstelle hat die angemeldete Marke zutreffend wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden (st. Rspr., vgl. etwa BGH GRUR 2003, 343, 344 „Buchstabe Z“; GRUR 2003, 342 „Winnetou“). Mit dem Erfordernis der Unterscheidungskraft wird daher nichts anderes ausgedrückt, als daß die betreffende Bezeichnung geeignet sein muß, im Verkehr auf die indivi-

duelle betriebliche Herkunft der mit ihr gekennzeichneten, von der Anmeldung erfaßten Waren oder Dienstleistungen hinzuweisen. Dementsprechend betont auch der Europäische Gerichtshof in Übereinstimmung mit dem 10. Erwägungsgrund zur Markenrechts-Richtlinie stets die zentrale Bedeutung der Herkunftsfunktion im harmonisierten Markenrecht (vgl. EuGH GRUR 2003, 55, 57 [Nr. 48, 49] „Arsenal FC“; GRUR 2002, 804, 806 [Nr. 29-32] „Philips“; GRUR 2001, 1148, 1149 [Nr. 22, 23] „Bravo“; vgl. auch EuGH GRUR 2003, 514, 517 [Nr. 39, 40] „Linde, Winward u. Rado“). Der rechtliche Ausgangspunkt der Markenstelle ist daher nicht zu beanstanden.

Bei Wortmarken ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs von fehlender Unterscheidungskraft u.a. dann auszugehen, wenn der Marke in bezug auf die von der Anmeldung erfaßten Waren oder Dienstleistungen ein im Vordergrund stehender beschreibender Sinngelhalt zugeordnet werden kann (vgl. BGH aaO; ferner z.B. BGH GRUR 2002, 64 „INDIVIDUELLE“; GRUR 2001, 1151, 1152 „marktfrisch“). Das ist hier der Fall.

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, ist die Bezeichnung „Quickline“ sprachregelgerecht aus den englischen Grundbegriffen „quick“ und „line“ zusammengesetzt und bedeutet soviel wie „schnelle, prompte Verbindung“. Im Zusammenhang mit den von der Anmeldung erfaßten Beratungsdienstleistungen besagt die angemeldete Marke somit lediglich, daß dem Kunden eine schnelle telefonische oder sonstige Telekommunikations-, z.B. Internet- oder Telefaxverbindung zur Verfügung gestellt wird, über die er unverzüglich die gewünschten Informationen erhält. „Quickline“ ist insoweit ein Synonym für den bekannten Begriff „Hotline“. In diesem Sinne wird die Bezeichnung „Quickline“ auch bereits im Verkehr benutzt. Wie die Markenstelle dargelegt hat, bietet etwa die Firma S... im Zusammenhang mit Haushaltsgeräten einen telefonischen Beratungsdienst an, wobei neben einer „Service-“, „Ersatzteile-“ und einer „Fax“-Nummer auch eine „Quickline“-Telefonnummer angewählt werden kann. Auch auf der Homepage der Firma F... ist eine „Quickline“-Telefonnummer angegeben, über die nähere In-

formationen erlangt werden können. Darauf wurde der Anmelder mit der Terminladung hingewiesen. Vor diesem Hintergrund ist die Annahme fernliegend, daß der Verkehr in der angemeldeten Marke im Zusammenhang mit den betreffenden Beratungsdienstleistungen einen individuellen betrieblichen Herkunftshinweis erblickt.

Dieser Beurteilung steht nicht entgegen, daß die Bezeichnung „Quickline“ von anderen Anbietern auch nach Art eines Individualkennzeichens, insbesondere einer Firma benutzt wird. Niemand ist gehindert, sich zur Bezeichnung seines Unternehmens einer beschreibenden Angabe zu bedienen. Über den rechtlichen Schutz solcher Kennzeichen sagt dies indessen nichts aus. Dieser hängt allein davon ab, ob die jeweiligen gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt sind. Unerheblich ist insoweit, daß im Handelsregister des Amtsgerichts Stuttgart eine Firma „Q... GmbH“ registriert ist. Denn das Registergericht prüft nicht, ob eine Firma die materiellrechtlichen Voraussetzungen des Schutzes als Unternehmenskennzeichen (§ 5 Abs. 1 und 2 MarkenG) erfüllt. Im übrigen stimmen diese Schutzvoraussetzungen auch nicht mit den Anforderungen für den markenrechtlichen Schutz überein.

Der Beschwerde kann es auch nicht zum Erfolg verhelfen, daß im US-Markenregister eine Marke „QUICKLINE“ für Dienstleistungen eingetragen ist, wie sie auch vom Anmelder beansprucht werden. Diese Eintragung belegt allenfalls, daß der betreffende Prüfer des US-Markenamts diese Marke nach den dort geltenden Rechtsvorschriften für eintragungsfähig gehalten hat. Was sich daraus für die Beurteilung der Unterscheidungskraft nach deutschem, auf europäischer Ebene harmonisierten Markenrecht ergeben soll, ist nicht ersichtlich.

Ströbele

Kirschneck

Hacker

Bb