



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 34/04

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 302 40 576.3**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie der Richter Viereck und Kruppa am 20. Dezember 2005

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die am 21. August 2002 für Dienstleistungen in den Klassen 35 und 41 als Marke angemeldete Wortfolge

#### **JOBS FOR FUTURE**

ist von der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts zunächst in einem Bescheid vom 13. Februar 2003 wegen formaler Mängel (ungenaue Fassung des Dienstleistungsverzeichnisses) und wegen fehlender Schutzfähigkeit beanstandet worden.

Die Anmelderin hat ihr Eintragungsbegehren aufrechterhalten und das nachfolgende Dienstleistungsverzeichnis eingereicht:

Planung, Organisation und Durchführung von Messen und Ausstellungen für gewerbliche Zwecke, Planung und Organisation von gewerblichen Lehrveranstaltungen und Sonderschauen, Tagungen, Kongressen, Seminaren, Workshops und Vorträgen; Herausgabe von Druckschriften, Verzeichnissen und Katalogen für wirtschaftliche, Werbe- und Unterrichtszwecke auf den Gebieten Aus-, Fort- und Weiterbildung, Berufsberatung sowie in bezug auf Arbeitsplatz- und Berufswahl, einschließlich betriebliche Weiterbildung, Berufswechsel und Bewerbungsstrategie; Coaching, Ar-

beitsvermittlung und Vermittlung von Fachwissen in allen Fragen der Existenzgründung.

Durch Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes vom 8. Dezember 2003 ist die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen worden.

Die aus Wörtern des englischsprachigen Grundwortschatzes bestehende, sprachregelgerecht gebildete Wortfolge „JOBS FOR FUTURE“ werde vom inländischen Verkehr, selbst bei geringen Englischkenntnissen, im Sinne von „Jobs für die Zukunft“ verstanden. In Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen werde angezeigt, dass sich diese mit Jobs (= Berufen) befassen, welche eine Zukunftsperspektive aufwiesen. Die angemeldete Bezeichnung sei daher ungeeignet, einen Hinweis auf die Herkunft der Dienstleistungen aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb zu geben. Dem Beschluss waren u.a. die Ausdrücke mehrerer Internet-Seiten beigelegt.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem Antrag,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Ihrer Ansicht nach liegt eine originelle und im Gesamteindruck unterscheidungskräftige Angabe vor, deren Zergliederung in Einzelbestandteile unstatthaft sei. Ihr könne in Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen keine eindeutige, sofort präzise oder glatt beschreibende Angabe entnommen werden.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

## II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, jedoch in der Sache - in Übereinstimmung mit der Auffassung der Markenstelle - nicht begründet, weil der angemeldeten Bezeichnung jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einer Marke inwohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Dienstleistungen (und Waren) eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der so gekennzeichneten Dienstleistungen zu gewährleisten. Die Prüfung, ob das erforderliche, aber auch ausreichende Mindestmaß an Unterscheidungskraft vorliegt, muss - seitens der Markenstelle ebenso wie in der Beschwerdeinstanz - eingehend und umfassend sein (vgl. EuGH GRUR 2003, 604 - Libertel, Nr. 59; GRUR 2004, 674 - Postkantoor, Nr. 123). Kann einer Wortmarke (die aus einem oder mehreren Wörtern besteht) ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und/oder handelt es sich um ein gebräuchliches Wort (bzw. eine Wortkombination) der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so entbehrt diese jeglicher Unterscheidungseignung und damit jeglicher Unterscheidungskraft (st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2004, 30 - Cityservice).

Ist - wie hier - die Unterscheidungskraft einer Wortfolge zu beurteilen, so bestehen grundsätzlich keine abweichenden Anforderungen gegenüber anderen Wortmarken. Bei einer aus mehreren Wörtern bestehenden Marke ist auf die Bezeichnung in ihrer Gesamtheit abzustellen (vgl. BGH GRUR 2001, 162 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Wortfolgen sind dann nicht unterscheidungskräftig, wenn es sich um beschreibende Angaben oder um Anpreisungen und Werbeaus-

sagen allgemeiner Art handelt (vgl. z.B. BGH BIPMZ 2000, 161 - Radio von hier). Letzteres ist vorliegend der Fall.

Die Bezeichnung „JOBS FOR FUTURE“ stellt in der Gesamtheit eine englischsprachige Wortfolge dar, wobei allerdings der Begriff „Job“ bereits als Lehnwort in den deutschen Sprachschatz (nämlich als umgangssprachliche Bezeichnung für „Beruf“) eingegangen ist. Die Übersetzung und das Verständnis des Sinngehalts (= Berufe für die Zukunft, Berufe mit Zukunft) bereitet breiten inländischen Publikumskreisen, gerade auch Personen jüngeren Alters, die vor der Berufswahl stehen, keinerlei Schwierigkeiten. Dass es naheliegend ist, auf Berufe mit Zukunft hinzuweisen, hat die Markenstelle anhand von Unterlagen ausreichend belegt.

Sämtliche von der Anmeldung beanspruchten Dienstleistungen können einen Bezug zu Berufen und zur Berufswelt haben; zum Teil ergibt sich dies bereits aus der Fassung des Dienstleistungsverzeichnisses (Berufsberatung, Arbeitsplatz- und Berufswahl, Berufswechsel, Arbeitsvermittlung, Existenzgründung). Aber auch Messen, Ausstellungen sowie Tagungen aller Art können „zukunftsträchtige“ Berufe zum Gegenstand haben. Es liegt nahe, derartige Informationsausstellungen unter der Bezeichnung „JOBS FOR FUTURE“ durchzuführen (was mittlerweile in verschiedenen Städten im südwestdeutschen Bereich, z.T. in Verbindung mit den örtlichen Stellen der Bundesagentur für Arbeit, auch erfolgt ist). Druckschriften aller Art können über Aus- und Weiterbildungsangebote im Hinblick auf derartige Berufe informieren.

Dass im einzelnen nicht gesagt wird, welche Berufe denn solche „mit Zukunft“ sind, vermag die Schutzfähigkeit nicht zu begründen. Denn die - entgegen der Ansicht der Anmelderin - sprachüblich gebildete Wortfolge ist als solche nicht mehrdeutig oder interpretationsbedürftig. Im Übrigen kann eine Bezeichnung auch dann jeglicher Unterscheidungskraft entbehren, wenn sie vage ist und dem Verkehr wenig Anhalt dafür bietet, welche konkreten Inhalte vermittelt werden sollen (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt). Es genügt, wenn die Inte-

ressenten im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen konkrete Inhalte vermuten und die Bezeichnung nicht als herkunftsmäßig unterscheidend auffassen. So verhält es sich hier.

Ob es sich zusätzlich auch um eine unmittelbar beschreibende Angabe i.S.v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG handelt, kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

Prof. Dr. Hacker

Kruppa

Viereck

Hu