



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 87/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 306 79 701
(hier: Lösungsverfahren S 363/07)

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 1. Februar 2010 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Schwarz und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Gegen die am 29. Dezember 2006 angemeldete und am 25. April 2007 für die Dienstleistungen

"Werbung; Unterhaltung, kulturelle Aktivitäten; Styling
(industrielles Design)"

eingetragene farbige (blau, weiß, grau, schwarz) Wort-/Bildmarke 306 79 701



hat die Antragstellerin am 14. November 2007 Löschungsantrag gestellt. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die Anmeldung der Marke sei bösgläubig erfolgt. Der Antragstellerin stünden im Verhältnis zum Markeninhaber zudem die besseren Kennzeichenrechte an dem streitgegenständlichen Kennzeichen zu. Die in Rede stehende Wort-/Bildmarke werde von der Antragstellerin zur Kennzeichnung ihres Variétébetriebes in Leipzig verwendet. Im Jahr 1997 habe die K... GmbH für die Erstellung und Entwicklung des streitgegenständlichen Logos an die B... GmbH & Co. KG, deren geschäftsführender Gesellschafter der Markeninhaber gewesen sei, einen Betrag in Höhe von ... DM (netto) bezahlt. In der Folge seien beide Unternehmen insolvent gegangen. Im Zuge der Abwicklung der K... GmbH habe die Antragstellerin mit Vertrag vom 15. Dezember 1999 die Nutzungsrechte an dem in Rede stehenden Logo erworben. Dem Markeninhaber sei dies zum Zeitpunkt der Anmeldung der streitgegenständlichen Marke bekannt gewesen. Er habe die Antragstellerin vor dem Landgericht Leipzig aus der streitgegenständlichen Marke zwischenzeitlich auf Unterlassung und Schadensersatz verklagt.

Die Bösgläubigkeit der Anmeldung resultiere aus dem Umstand, dass der Markeninhaber in Kenntnis des schutzwürdigen Besitzstandes der Antragstellerin und ohne Einwilligung der Antragstellerin sowie ohne zureichenden sachlichen Grund die Registrierung der Wort-/Bildmarke in der Absicht veranlasst habe, den Besitzstand der Antragstellerin nachhaltig zu stören und für sie den Gebrauch der Bezeichnung zu sperren. Die Marke sei durch den Markeninhaber zweckentfremdend allein mit dem Ziel angemeldet worden, die Antragstellerin an der Verwendung und weiteren Verwertung der in Rede stehenden Bezeichnung zu behindern.

Auf die am 13. Dezember 2007 zugegangene Mitteilung nach § 54 Abs. 2 Satz 1 MarkenG hat der Inhaber der angegriffenen Marke dem Löschungsantrag am 21. Dezember 2007 widersprochen. Er hat im Amtsverfahren vorgetragen, die streitgegenständliche Marke habe nicht die K... GmbH & Co. KG, sondern er entworfen und kreiert. Aus den von der Antragstellerin vorgelegten Anlagen ergebe sich nichts Gegenteiliges. Einer wirksamen Übertragung der Nutzungsrechte auf die Antragstellerin stehe entgegen, dass er als Urheber des Logos der Übertragung nicht zugestimmt habe.

Mit undatiertem Beschluss - berichtigt mit Beschluss vom 11. Dezember 2008 dahingehend, dass er am 8. September 2008 erlassen wurde - hat die Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamts die angegriffene Marke gelöscht und dem Markeninhaber die Kosten des Lösungsverfahrens auferlegt. Zur Begründung ist ausgeführt, die Marke unterliege der Löschung, weil der Markeninhaber bei der Anmeldung bösgläubig gewesen sei. Die Anmeldung der streitgegenständlichen Marke sei im Wesentlichen erfolgt, um die Antragstellerin an der Fortführung des Zeichenrechts zu hindern und wegen der vermeintlich unzulässigen Nutzung des Zeichens finanziell in Anspruch nehmen zu können.

Die Antragstellerin habe im Zeitpunkt der Anmeldung der Marke an dieser in Deutschland einen schutzwürdigen Besitzstand gehabt. Die streitgegenständliche Wort-/Bildmarke werde unstreitig seit 1997 ununterbrochen zur Kennzeichnung

des Geschäftsbetriebs "Krystallpalast Varieté" in Leipzig verwendet. Es könne dahingestellt bleiben, ob das streitgegenständliche Zeichen für den Variétébetrieb "Krystallpalast Varieté" markenmäßig im Sinne von § 4 Abs. 2 MarkenG benutzt worden sei oder ob lediglich von einer Nutzung als Unternehmenskennzeichen im Sinne von § 5 Abs. 2 MarkenG auszugehen sei. Nicht nur markenmäßige Benutzungen könnten einen schutzwürdigen Besitzstand begründen, sondern auch geschäftliche Bezeichnungen im Sinne des § 5 Abs. 1 und 2 MarkenG.

In diesen schutzwürdigen Besitzstand habe der Markeninhaber ungerechtfertigt eingegriffen. Er könne kein eigenes schutzwürdiges Interesse an der Eintragung der streitgegenständlichen Marke geltend machen. Er habe bereits nicht glaubhaft darlegen können, Urheber der streitgegenständlichen Wort-/Bildmarke zu sein. Für seine Behauptung, nicht die Werbeagentur B... GmbH & Co. KG habe die Marke entworfen, sondern er sei persönlich im Jahr 1996 durch die damalige Trägergesellschaft des "Krystallpalast Varieté" beauftragt worden, die in Rede stehende Marke zu entwickeln, fehle es an konkreten Nachweisen. Das vorgelegte Vermarktungsbooklett, in dem der Markeninhaber Erwähnung finde, vermöge eine entsprechende Beauftragung nicht zu belegen. Die Behauptung des Markeninhabers stehe ferner - worauf die Antragstellerin zu Recht hingewiesen habe - im Widerspruch zu seinem Schreiben an den Insolvenzverwalter der damaligen Trägergesellschaft des Varietés vom 30. November 2000, in dem er sich als Inhaber des "Büros für Markenpflege (TUT GUT)" berühmt habe, die Rechte an dem für das "Krystallpalast Varieté" entwickelten Corporate Design von der Werbeagentur B... GmbH & Co. KG abgetreten bekommen zu haben.

Selbst wenn man zugunsten des Markeninhabers davon ausgehen sollte, dass er selbst höchstpersönlich beauftragt worden sei, die streitgegenständliche Marke für die damalige Variété-Trägergesellschaft zu entwickeln, hätte er kein schutzwürdiges Interesse an der erfolgten Markenmeldung. Der Markeninhaber berufe sich diesbezüglich ohne Erfolg auf einen Urheberrechtsschutz an der streitgegenständ-

lichen Wort-/Bildmarke. Das Landgericht Leipzig habe in seinem Beschluss vom 2. Juli 2008 zutreffend ausgeführt, dass selbst unter der Annahme, dass die erforderliche künstlerische Gestaltungshöhe im Sinne von § 2 UrhG bei der streitgegenständlichen Marke erreicht sei und unter der weiteren Annahme, dass der Markeninhaber Urheber dieses Zeichens sei, eine widerrechtliche Verletzung des Urheberrechts ausscheide, weil die Antragstellerin die streitgegenständliche Wort-/Bildmarke nicht ohne die erforderliche Nutzungsbefugnis aus dem Urheberrecht gebrauche. Denn die Nutzungsrechte seien - wie das Landgericht Leipzig ferner festgestellt habe - von der B... GmbH & Co. KG im Veräußerungsvertrag vom 15. Dezember 1999 rechtswirksam übertragen worden. Aufgrund der Kostenvoranschläge vom 16. Juni 1997, der Auftragsbestätigung vom 30. Juli 1997 sowie der Rechnung vom 17. November 1997 der B... GmbH & Co. KG gehe die Markenabteilung - ebenso wie das Landgericht Leipzig - davon aus, dass die K... GmbH mit der Zahlung von ... DM nicht nur die Druckereierzeugnisse und deren Lieferung habe abgelden wollen, sondern auch gerade die Entwicklung und Rechtseinräumung am Corporate Design. Denn alle Schriftstücke beinhalteten ausdrücklich auch die "Konzeption" diverser Werbemittel, wie beispielsweise "Eintrittskarten" und "Visitenkarten", die - wie sich aus dem vom Markeninhaber vorgelegten Vermarktungsbooklett ergebe - jeweils mit der streitgegenständlichen Marke versehen gewesen seien.

Gemäß § 31 Abs. 1 UrhG sei auch davon auszugehen, dass ein entsprechendes Nutzungsrecht an dem Logo von der B... GmbH & Co. KG rechtswirksam auf die K... GmbH übertragen worden sei. Der Markeninhaber berufe sich ferner ohne Erfolg darauf, dass er einer Übertragung der Nutzungsrechte an dem Logo durch den Insolvenzverwalter im Veräußerungsvertrag vom 15. Dezember 1999 nicht zugestimmt habe, denn § 34 Abs. 3 UrhG gestatte eine Übertragung urheberrechtlicher Nutzungsrechte ohne Zustimmung, wenn - wie im vorliegenden Fall - die Übertragung im Rahmen einer Gesamtveräußerung eines Unternehmens geschehe.

Der Markeninhaber bestreite ferner ohne Erfolg, dass die Antragstellerin die Trägergesellschaft des am 17. November 1997 wieder eröffneten gleichnamigen Varietétheaters sei. Zwar sei ausweislich des Veräußerungsvertrages vom 15. Dezember 1999 der Betrieb an die N... Variété GmbH & Co. KG übertragen worden und nicht an die Antragstellerin. Die Firmierung der Antragstellerin in dem Veräußerungsvertrag als N... GmbH & Co. KG sei indessen dem Umstand geschuldet gewesen, dass erst mit dem Veräußerungsvertrag das Recht zur Firmenfortführung übertragen worden sei. Im Handelsregister sei - nach Vertragsschluss - dann eine Eintragung dieser Gesellschaft ohne den Zusatz "Neue" erfolgt. Dass es sich dabei um die gleiche Gesellschaft handle, belegten die von der Antragstellerin übersandten Handelsregisterauszüge. Aus diesen Auszügen ergebe sich, dass es sich bei der N... GmbH, die den Veräußerungsvertrag vertretungsweise für die N... GmbH & Co. KG geschlossen habe, um die persönlich haftende Gesellschafterin der Antragstellerin handle.

Der Markeninhaber habe somit zum Zeitpunkt der Markenmeldung kein eigenes schutzwürdiges Interesse an der Markeneintragung gehabt. Er habe zu diesem Zeitpunkt weder ein Nutzungsrecht an der streitgegenständlichen Marke besessen noch habe es für eine Übertragung des Nutzungsrechts an der Marke seiner Zustimmung gemäß § 34 Abs. 1 Satz 1 UrhG bedurft. Dieser Umstände sei sich der Markeninhaber nach Überzeugung der Markenabteilung auch bewusst gewesen. Dass lediglich die Werbeagentur befugt gewesen sei, die Rechte an der Wort-/Bildmarke und damit die dieser gegebenenfalls zugrundeliegenden Nutzungsrechte aus der Urheberschaft zu übertragen, werde aus dem Schreiben des Markeninhabers vom 20. November 2000 deutlich, in dem er den Insolvenzverwalter der damaligen Trägergesellschaft des Variété-Theaters unter Hinweis auf die vermeintliche Abtretung der Rechte am Corporate Design durch die Werbeagentur zur Geldzahlung aufgefordert habe.

Der Markeninhaber habe im Übrigen auch in keiner Weise dargelegt, wie er die streitgegenständliche Marke selbst benutzen möchte. Es treffe zwar zu, dass der Markeninhaber innerhalb der ersten fünf Jahre nach der Eintragung der Marke nicht zum Nachweis der Benutzung verpflichtet werden könne. Im vorliegenden Fall habe der Markeninhaber aber überhaupt keine - auch keine künftige - Nutzungsabsicht geäußert.

Die Markenmeldung sei offensichtlich allein zu dem Zweck erfolgt, die formale Rechtsposition zu nutzen, um an die Antragstellerin - unberechtigt - Schadensersatzforderungen richten zu können, nachdem bereits im Jahr 2000 ein Versuch, im Insolvenzverfahren gegen die ursprüngliche Trägergesellschaft des Varietés aus der vermeintlichen Urheberschaft Kapital zu schlagen, misslungen sei.

Die Kosten des Verfahrens seien dem Markeninhaber aufzuerlegen, weil er bei der Begründung des formalen Markenrechts Ziele verfolgt habe, die keine Billigung finden könnten. Die Antragstellerin sei gezwungen gewesen, sich dagegen zur Wehr zu setzen. Dem Markeninhaber unter diesen Umständen die Kosten aufzubürden, erscheine der Markenabteilung angemessen und entspreche den Grundsätzen der Rechtsprechung.

Gegen den Beschluss der Markenabteilung richtet sich die Beschwerde des Markeninhabers. Er bestreitet, bösgläubig gehandelt zu haben. Durch die Eintragung sollten nur seine Rechte als Urheber der Marke gewahrt werden. Entgegen der Auffassung des Amtes könne hier nicht von einer Entstehung des Markenschutzes gemäß § 4 Nr. 2 MarkenG ausgegangen werden, da die Voraussetzungen für die Annahme einer notwendigen Verkehrsgeltung auf Seiten der Antragstellerin nicht vorlägen. Der Antragstellerin seien an der in Rede stehenden Wort-/Bildmarke keine Nutzungsrechte wirksam übertragen worden.

Mit der Entwicklung der Wort-/Bildmarke sei nicht die erst 1997 gegründete B... GmbH & Co. KG, sondern 1996 der Marken-

inhaber von der K... GmbH beauftragt worden. Dem stünden die von der Antragstellerin im Amtsverfahren als Anlagen 2 - 4 vorgelegten Kostenvoranschläge und die Rechnung nicht entgegen, da es dabei nicht um die Entwicklung der Wort-/Bildmarke, sondern um die Erstellung und Fertigung von Printerzeugnissen gegangen sei. Auch aus dem als Anlage 14 vorgelegten Schreiben des Markeninhabers vom 20. November 2000 ergebe sich nicht, dass die B... GmbH & Co. KG durch die seinerzeitige K... GmbH beauftragt worden und die Nutzungsrechte wirksam übertragen habe.

Durch den als Anlage 9 vorgelegten Veräußerungsvertrag vom 15. Dezember 1999 seien die Nutzungsrechte an der Marke nicht wirksam übertragen worden. In dem Vertrag sei als Erwerber die "N... GmbH & Co. KG" genannt worden, währenddem die Antragstellerin ausweislich der vorgelegten Handelsregisterauszüge als K... GmbH & Co. KG eingetragen sei.

Der Markeninhaber beantragt (sinngemäß),

den Beschluss der Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 8. September 2008 aufzuheben und den Löschungsantrag zurückzuweisen sowie der Antragstellerin die Kosten des Amts- und Beschwerdeverfahrens aufzuerlegen.

Die Antragstellerin beantragt,

die Beschwerde kostenpflichtig zurückzuweisen.

Sie verteidigt den angegriffenen Beschluss. Das Zeichen habe aufgrund seiner Verwendung seit 1999 Verkehrsgeltung gemäß § 4 Nr. 2 MarkenG erlangt. Unbeschadet davon stünden der Antragstellerin gemäß § 5 MarkenG die prioritätsälte-

ren Rechte zu, da sie das Logo seit 1999 als Unternehmenskennzeichen verwende. Urheberrechtliche Ansprüche könne der Markeninhaber bereits deshalb nicht geltend machen, weil es der Wort-/Bildmarke mangels Schöpfungshöhe an jeglicher urheberrechtlichen Relevanz fehle. Entgegen des Vortrags des Markeninhabers sei nicht er, sondern die B... GmbH & Co. KG mit der Gestaltung der Marke beauftragt worden, was sich aus den vorgelegten Anlagen 2 - 4 ergebe. Dem Vortrag des Markeninhabers widerspreche insbesondere sein Schreiben vom 20. November 2000 (Anlage 14), wonach die Nutzungsrechte sich bei der B... GmbH & Co. KG befanden. Die Werbeagentur habe die Nutzungsrechte wirksam auf die K... GmbH übertragen, wie sich aus den Anlagen 2 - 4 ergebe. Der Betrag von ... DM beinhalte auch die Abgeltung der Nutzungsrechte. Die Nutzungsrechte seien durch den vorgelegten Vertrag vom 15. Dezember 1999 wirksam auf die Antragstellerin übertragen worden. Dabei handle es sich entgegen der Darstellung des Markeninhabers nicht lediglich um eine Umwandlung, sondern wie sich aus dem Vertrag ergebe, um eine Übertragung des Betriebes. Bei einer Gesamtveräußerung - wie hier - sei gemäß § 34 Abs. 3 UrhG keine Zustimmung des Urhebers erforderlich, so dass es einer Zustimmung des Markeninhabers selbst dann nicht bedurft hätte, wenn er - entgegen der Auffassung der Antragstellerin - Urheber der Marke gewesen sei.

Dass die Antragstellerin in dem Vertrag als N... GmbH & Co. KG benannt sei, stehe einer wirksamen Übertragung nicht entgegen, da innerhalb des Vertrages noch zwischen der N... GmbH & Co. KG und der Antragstellerin als Erwerberin zu differenzieren sei. Erst mit dem Veräußerungsvertrag sei das Recht zur Firmenfortführung übertragen worden.

Das Landgericht Leipzig hat durch Urteil vom 25. September 2009 die Klage des Markeninhabers gegen die Antragstellerin auf Unterlassung der Verwendung des Logos und auf Schadensersatz wegen der Verwendung zurückgewiesen. Marken-

rechtlichen Ansprüchen stünden ältere Rechte der Antragstellerin entgegen, da das Logo seit 1997 ununterbrochen als Unternehmenskennzeichen verwendet werde. Auch aus Urheberrecht bestünden die vom Markeninhaber geltend gemachten Ansprüche nicht.

Wegen sonstiger Einzelheiten sowie zur Ergänzung des Parteivorbringens wird auf die Schriftsätze der Beteiligten nebst Anlagen und auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Markenabteilung hat zu Recht und mit zutreffender Begründung, welcher sich der Senat anschließt, die Löschung der angegriffenen Marke gemäß §§ 54, 50 Abs. 1 i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG wegen Bösgläubigkeit des Markeninhabers bei der Anmeldung angeordnet. Das Beschwerdevorbringen des Markeninhabers bietet für eine davon abweichende Entscheidung keinen Anlass.

1. Von einer Bösgläubigkeit des Anmelders im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG ist dann auszugehen, wenn die Anmeldung rechtsmissbräuchlich oder sittenwidrig erfolgt ist. Insbesondere ist der Nichtigkeitsgrund einer bösgläubigen Markenmeldung dann zu bejahen, wenn die Anmeldung zum Zweck eines sittenwidrigen Behinderungswettbewerbs vorgenommen wurde. Für die Auslegung kann insoweit auf die zu § 1 UWG a. F. bzw. §§ 3, 4 Nr. 10 UWG n. F. entwickelten Rechtsgrundsätze zurückgegriffen werden (vgl. BGH GRUR 2006, 1032, 1033 - E2; GRUR 2004, 510, 511 - S. 100; GRUR 2000, 1032, 1033 f. EQUI 2000). Ein sittenwidriger Markenerwerb liegt dann vor, wenn der Markeninhaber in Kenntnis des schutzwürdigen Besitzstands eines Vorbenutzers ohne zureichenden sachlichen Grund die gleiche oder eine verwechselbar ähnliche Bezeichnung für gleiche oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen mit dem Ziel der Störung des Besitzstandes des Vorbenutzers als Marke hat eintragen lassen (Ströbele/Hacker, Mar-

kenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 550). Ein wettbewerbsrechtlich verwerfliches Verhalten kann auch darin liegen, dass ein Anmelder die mit der Eintragung einer Marke entstehende Sperrwirkung zweckfremd als Mittel des Wettbewerbskampfes einsetzt (BGH GRUR 2006, 1032, 1033 - E2; GRUR 2000, 1032, 1034 - EQUI 2000). Dies ist dann anzunehmen, wenn die Anmeldung auch offensichtlich zu dem Zweck erfolgt, ein anderes Unternehmen unter Druck zu setzen und von diesem (finanzielle) Gegenleistungen zu erzwingen (Ekey/Klippel, MarkenR, 2003, § 50 Rdn. 16). An die Feststellung einer Behinderungsabsicht sind keine zu hohen Anforderungen zu stellen. Dabei können auch aus dem sonstigen Verhalten des Markenanmelders Rückschlüsse auf seine ursprünglichen Absichten gezogen werden. Die Absicht, die Marke zweckfremd als Mittel des Wettbewerbskampfes einzusetzen, braucht auch nicht der einzige Beweggrund zu sein, vielmehr reicht es aus, wenn diese Absicht das wesentliche Motiv war (BGH GRUR 2000, 1032, 1034 - EQUI 2000).

2. Nach diesen Grundsätzen liegen im vorliegenden Fall hinreichend deutliche Anhaltspunkte für eine Bösgläubigkeit des Markeninhabers bei der Markenmeldung vor.

Unstreitig war dem Markeninhaber zum Zeitpunkt der Anmeldung Ende Dezember 2006 bekannt, dass das streitgegenständliche Zeichen bereits seit Jahren von dem Betreiber des Krystallpalast Varietés im Geschäftsverkehr verwendet worden ist. Dies ergibt sich aus seinem im Amtsverfahren von der Antragstellerin als Anlage 14 vorgelegten Schreiben vom 20. November 2000 an den Insolvenzverwalter der K... GmbH, in dem der Markeninhaber aufgrund einer Abtretung durch die B... GmbH & Co. KG Zahlungsansprüche für die Entwicklung und die bisherige Nutzung des Logos geltend gemacht hat. Durch die jahrelange Verwendung des Zeichens als Unternehmenskennzeichen hat die Antragstellerin an dem Zeichen einen schutzwürdigen Besitzstand begründet.

In diesen Besitzstand hat der Markeninhaber durch die Anmeldung der streitgegenständlichen Marke eingegriffen. Die Anmeldung erfolgte allein zu dem Zweck, finanzielle Forderungen gegen die Antragstellerin geltend zu machen, wie die vom Markeninhaber bislang erfolglos angestrebten zivilgerichtlichen Verfahren belegen.

Der Markeninhaber kann seine Beschwerde nicht erfolgreich darauf stützen, die Markenabteilung sei zu Unrecht von einer berechtigten Benutzung durch die Antragstellerin ausgegangen. Aus den von der Antragstellerin im Amtsverfahren vorgelegten Unterlagen ergibt sich im Gegenteil, dass sie die Nutzungsrechte an dem streitgegenständlichen Logo besitzt.

Dabei kommt es nicht auf die von den Parteien wiederholt diskutierte Urheberrechtsfrage an. Den im Amtsverfahren als Anlagen 2 - 4 und 13 vorgelegten Kostenvorschlägen vom 16. Juni 1997 und vom 30. Juli 1997, der Rechnung vom 17. November 1997 und der Ziffer 6 der allgemeinen Geschäftsbedingungen der B... GmbH & Co. KG lässt sich entnehmen, dass die frühere Varieté-Betreiberin, die K... GmbH, von der B... GmbH & Co. KG die Nutzungsrechte an dem Logo erworben hat. Dafür spricht, dass in den Kostenvorschlägen wiederholt von Logos bzw. Logoaufdruck die Rede ist und die Leistung in der Rechnung als Konzeption, Realisation bezeichnet wird. Gemäß Ziffer 6 der allgemeinen Geschäftsbedingungen werden alle mit den Arbeiten der Werbeagentur zusammenhängenden urheberrechtlichen Nutzungsrechte auf den Auftraggeber übertragen.

Aus dem als Anlage 9 vorgelegten Veräußerungsvertrag vom 19. Dezember 1999 ergibt sich, dass die Antragstellerin die Nutzungsrechte von der K... GmbH erworben und das Zeichen in der Folge berechtigt als Unternehmenskennzeichen benutzt hat. Dass die Antragstellerin in dem Vertrag mit dem Zusatz "Neue" genannt wird, ist unschädlich, da es sich hierbei ausweislich

der von der Antragstellerin vorgelegten Handelsregistrauszüge um die gleiche Gesellschaft handelt.

Diesen Rechten gegenüber kann sich der Markeninhaber nicht darauf berufen, Urheber des streitgegenständlichen Logos zu sein. Selbst wenn dies so wäre, berechtigte dies ihn nicht unbedingt, das Logo als Marke anmelden zu dürfen. Der Bösgläubigkeit des Markeninhabers bei der Markenmeldung stünde es auch nicht entgegen, wenn der Markeninhaber mit der Anmeldung sein Urheberrecht wahren hätte wollen.

3. Der Markeninhaber hat die Kosten sowohl des patentamtlichen als auch des Beschwerdeverfahrens zu tragen (§§ 63 Abs. 1, 71 Abs. 1 MarkenG). Zwar gilt im mehrseitigen markenrechtlichen Verfahren vor dem Deutschen Patent- und Markenamt und dem Bundespatentgericht der Grundsatz, dass jeder Beteiligte unabhängig vom Ausgang des Verfahrens seine Kosten selbst trägt. Jedoch ist eine hiervon abweichende Anordnung geboten, wenn besondere Umstände vorliegen, die die Belastung eines Beteiligten mit seinen Kosten unbillig erscheinen lassen. So liegt der Fall hier. Da die verfahrensgegenständliche Marke bösgläubig angemeldet wurde, entspricht es der Billigkeit, dem Markeninhaber die Kosten des gesamten Verfahrens aufzuerlegen. Hinsichtlich der patentamtlichen Kosten ergibt sich dies aus § 63 Abs. 1 Satz 1 MarkenG und hinsichtlich der Kosten des Beschwerdeverfahrens aus § 71 Abs. 1 Satz 1 MarkenG.

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

br/Bb