



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 507/12

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

betreffend die Markenmeldung 30 2011 039 868.2

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts im schriftlichen Verfahren am 24. November 2015 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Mittenberger-Huber, der Richterin Akintche und des Richters am Landgericht Dr. von Hartz

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 24. November 2011 aufgehoben.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

UNITED VEHICLES

ist am 21. Juli 2011 für die Dienstleistungen der

Klasse 35

Werbung, Marketing, Marktforschung, Sortiments- und Preisrecherchen; Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten; Durchführung von Ausschreibungen, Auktionen und Versteigerungen im Internet, auch in Form von holländischen Auktionen sowie von Reverse-/Rückwärtsauktionen; Unternehmens-, Organisations- und Verbraucherberatung; Erhebung und Bereitstellung von Daten, Informationen, Statistiken, Kosten-Preisanalysen und Preisvergleiche, insbesondere zu Produkten und Unternehmen sowie zu Preisen für Verschleißreparaturen, Wartungen, Inspektionen und Unfallreparaturen an Fahrzeugen, Ersatz-, Verschleiß-, Verbesserungsteilen; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken, Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken, Aktualisierung und Pflege von Daten in Computerda-

tenbanken; Erstellung und Installation von Datenbanken, Datenbanksoftware und Webseiten, inklusive Verwaltung, Indexierung und elektronische Verarbeitung von Daten; Bereitstellung und Vermietung von Speicherplätzen in weltweiten Computernetzwerken und drahtlosen Netzen; Betrieb von elektronischen Märkten im Internet durch Online-Vermittlung von Verträgen für Dritte, sowohl über Anschaffung von Waren als auch über Erbringung von Dienstleistungen; Organisation von Verkaufsveranstaltungen und Messen sowie Durchführung von Auktionen; Vermittlung und Vermietung von Werbeflächen; Beschaffungsdienstleistungen für Dritte, d. h. der Erwerb von Waren und Dienstleistungen; Verbraucherberatung sowie Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten; verwaltungstechnische Bearbeitung von Bestellungen; Waren- und Dienstleistungspräsentation; organisatorische Projektplanung und organisatorisches Projektmanagement für Werbung und Präsentation von Waren, Dienstleistungen und Unternehmen mittels aller Medien, insbesondere im Internet; Vermittlung, Bearbeitung und Abrechnung von Verträgen über Anschaffung, Veräußerung und Erbringung von Waren und Dienstleistungen aller Art, insbesondere Verschleißreparaturen, Wartungen, Inspektionen und Unfallreparaturen an Fahrzeugen sowie Ersatz-, Verschleiß-, Verbesserungsteilen; Vermittlung, Bearbeitung und Abrechnung von Verträgen für Dritte über Anschaffung, Veräußerung und Erbringung von Waren und Dienstleistungen aller Art, insbesondere Verschleißreparaturen, Wartungen, Inspektionen und Unfallreparaturen an Fahrzeugen sowie Ersatz-, Verschleiß-, Verbesserungsteilen; Vermittlung, Bearbeitung und Abrechnung von Verträgen in Computernetzwerken (E-Commerce-Dienstleistungen, Onlineshopping, Kleinanzeigen) und/oder anderen Vertriebskanälen über Anschaffung, Veräußerung und Erbringung von Waren und Dienstleistungen aller Art, insbesondere Verschleißreparaturen, Wartungen, Inspektionen und Unfallreparaturen an Fahrzeugen sowie Ersatz-, Verschleiß-, Verbesserungsteilen; Onlinedienstleistungen in Be-

zug auf Fahrzeuge, Fahrzeugdienstleistungen und Fahrzeugteilen; Kundengewinnung durch Versandwerbung mittels E-Mail-Newsletter oder Mobilfunknachrichten;

Klasse 36

Abwicklung von Zahlungen zwischen Dritten über das Internet, insbesondere Treuhanddienste; Ausgabe von Gutscheinen und Wertmarken; Versicherungs- und Finanzierungsberatung; Durchführung von Factoring Dienstleistungen; Ausgabe von Kreditkarten; Dienstleistungen eines Maklers; Dienstleistungen eines Wertpapiermaklers, Erfassung, Abwicklung und Absicherung von Termingeschäften; Erteilung von Auskünften in Versicherungsangelegenheiten; Erstellung von Finanzanalysen; Erteilung von Finanzauskünften; Finanzielle Beratung insbesondere bezüglich Geldgeschäften, Geldwechselgeschäften, Kreditvermittlungen und Leasing; Schätzung von Reparaturkosten [Wertermittlung]; Vergabe von Darlehen; Vermittlung von Versicherungen und Finanzierungen;

Klasse 37

Reparaturwesen; Instandsetzung, Wartung und Reparatur von Fahrzeugen; Instandsetzung, Wartung und Reparatur von Fahrzeugen im Rahmen der Pannenhilfe; Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Instandsetzung, Wartung und Reparatur von Fahrzeugen; Berechnung von Schäden an Fahrzeugen; Reinigen von Fahrzeugen; Auskünfte über Reparaturen; Bearbeitung und Erstellen von Expertisen über Fahrzeugschäden;

Klasse 38

Kommunikation und Telekommunikation, insbesondere Online-, Internet- und Extranet-Dienste; Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken; Bereitstellung des Zugriffs auf Computerprogramme in Datennetzen; Bereitstellen von Portalen und Plattformen im Internet zur Vermittlung von Waren- und Dienstleistungsangeboten in elektronisch abrufbaren Datenbanken mit interaktivem Zugriff und unmittelbarer Bestellmöglichkeit; Bereitstellen des Zugangs auf ein weltweites Computernetzwerk zum Liefern von Daten, Informationen, Texten und Bildern; elektronische Übertragung von Daten, Bildern und Dokumenten über Computer-, Netzwerk- oder Mobilfunkeinrichtungen; Einstellen von Webseiten in das Internet für Dritte; Elektronische Anzeigenvermittlung; Sammlung, Bereitstellung und Auslieferung von Informationen redaktionellen Inhalts (z. B. Testberichte) sowie kommerzieller Art (z. B. Kleinanzeigen, Inserate, Auftragsausschreibungen) in elektronischen Kommunikationsmedien, insbesondere über Internetplattformen, E-Mail-Newsletter oder Mobilfunknachrichten;

beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) angemeldet worden.

Mit Beschluss vom 24. November 2011 hat die Markenstelle die Anmeldung insgesamt zurückgewiesen. Soweit die Anmelderin mitgeteilt habe, sie erkläre sich „ohne Präjudiz“ bereit, auf die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 37 zu verzichten, stelle dies lediglich eine Bereitschaftserklärung dar; eine rechtlich wirksame Einschränkung der Markenmeldung liege in dieser – unzulässigen – bedingten Erklärung nicht.

Der angemeldeten Marke stünden die absoluten Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen. Beide Begriffe der Wortkombination seien dem Durchschnittsverbraucher bekannt. Die angemeldete Marke bezeichne einen

Zusammenschluss, eine Vereinigung von Firmen im Fahrzeugbereich und stelle damit lediglich eine im Geschäftswesen übliche und rein beschreibende Sachangabe in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen dar. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erschließe sich den angesprochenen Abnehmern die konkret beschreibende Angabe ohne die Notwendigkeit besonderer Denkprozesse unmittelbar, da es sich trotz der Kombination fremdsprachiger Wörter um eine bloße Aneinanderreihung rein beschreibender Bestandteile handle. Sämtliche beanspruchten Dienstleistungen seien geeignet und notwendig, um den Betrieb eines Fahrzeugherstellers und –anbieters sowie eines Anbieters von damit verbundenen Leistungen im Fahrzeugbereich reibungslos laufen zu lassen. Dazu gehörten Werbung, Verwaltungsarbeiten, Beratung, Abrechnungen und die Dienstleistung der Telekommunikation sowie alle weiteren Dienstleistungen. Der Verkehr erkenne den Bezug zu Dienstleistungen im Fahrzeugbereich daher sofort.

Der angemeldeten Marke fehle auch jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Die angemeldete Marke erschöpfe sich in einer reinen Sachaus-sage. Die beteiligten Verkehrskreise würden der angemeldeten Marke lediglich die aufgeführte beschreibende Bedeutung entnehmen, nicht aber an die Herkunft der damit gekennzeichneten Dienstleistungen aus einem bestimmten Geschäftsbe-trieb denken.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin.

Die Beschwerdeführerin ist der Auffassung, dass ein Freihaltebedürfnis nicht bestehe, da das angemeldete Zeichen nicht lediglich aus Angaben bestehe, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der von der Markenmeldung umfassten Dienstleistungen dienen könnten. Der Hin-weis, der Bestandteil „UNITED“ stelle lediglich einen Hinweis auf die Gesell-schaftsform einer Fahrzeugfirma dar, sei nicht nachvollziehbar. Dem Zeichen fehle darüber hinaus auch nicht jegliche Unterscheidungskraft.

Die Anmelderin und Beschwerdeführerin beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom
24. November 2011 aufzuheben.

Die Markenmeldung ist von der vormaligen Inhaberin, der U... GmbH, im Wege der Gesamtrechtsnachfolge auf die jetzige Inhaberin und Beschwerdeführerin, die Deutsche A... GmbH, mit Sitz in O..., übergegangen. Der Inhaberwechsel ist zwischenzeitlich in den Akten der Anmeldung vermerkt (§ 34 MarkenV). Mit Schriftsatz vom 28. Oktober 2015 haben die anwaltlichen Vertreter im Beschwerdeverfahren erklärt, dass die Rechtsnachfolgerin das vorliegende Beschwerdeverfahren übernimmt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß §§ 66, 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG zulässige, insbesondere form- und fristgerechte Beschwerde der Anmelderin ist begründet. Der Eintragung des Zeichens „UNITED VEHICLES“ stehen für die beanspruchten Dienstleistungen keine Schutzhindernisse entgegen, insbesondere fehlt es dem Zeichen nicht an Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

1. Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2010, 228 Rn. 33 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2008, 608 Rn. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2014, 872 Rn. 12 – Gute Laune Drops;

GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido). 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 GRUR 2012, 270 Rn. 8 - Link economy; GRUR 2009, 778 Rn. 11 – Willkommen im Leben). Insbesondere ist vorliegend zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes – zusammengesetztes – Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 – Henkel KGaA [Henkel]; BGH a. a. O. Rn. 13 – Gute Laune Drops).

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 Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rn. 24 - Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [Matratzen Concord/Hukla]; BGH a. a. O. Rn. 11 – Kaleido).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen im maßgeblichen Zeitpunkt der Anmeldung (BGH GRUR 2015, 1012 Rn. 8 – Nivea-Blau; GRUR 2013, 1143 Rn. 15 - Aus Akten werden Fakten) dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH, GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland VN/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; BGH a. a. O. Rn. 11 – Link economy). Gleiches gilt, wenn die Wortzeichen 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 (BGH a. a. O. Rn. 21 – Gute Laune Drops). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die bean-

spruchten 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 GRUR 2014, 569 Rn. 14 – HOT; GRUR 2010, 1100 Rn. 23 – TOOOR!; GRUR 2006, 850 Rn. 28f. – FUSSBALL WM 2006).

Im Allgemeinen bleibt die Kombination von beschreibenden Teilen eines zusammengesetzten Zeichens für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen beschreibend (EuGH a. a. O. Rn. 98 – Koninklijke KPN Nederland VN/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2009, 949 Rn. 13 – My World). Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei zusammengesetzten Zeichen beschreibender Begriffe aufgrund des maßgeblichen Gesamteindrucks allerdings dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH a. a. O. Rn. 100 – Koninklijke KPN Nederland VN/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2014, 1204 Rn. 16 - DüsseldorfCongress). Indizien für die Eignung, die Waren oder Dienstleistungen als Herkunftshinweis zu verstehen, können die Kürze, eine gewisse Originalität, die Prägnanz und die Interpretationsbedürftigkeit einer Wortfolge sein (BGH a. a. O. Rn. 11 – Link economy). Insoweit ist anerkannt, dass ein beschreibender Sinngehalt eines Markenwortes im Einzelfall durch eine hinreichend fantasievolle Wortbildung insoweit überlagert werden kann, dass der Marke in der Gesamtheit die erforderliche Unterscheidungskraft nicht mehr abgesprochen werden kann (vgl. BGH GRUR 1995, 408, 408 – PROTECH; BPatGE 37, 190, 192 – FERROBRAUSE; BPatG, Beschluss vom 26.01.2012, 30 W (pat) 16/11 – dierechtler).

2. Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt das angemeldete Zeichen, denn es weist weder einen im Vordergrund stehenden Begriffsinhalt noch einen engen beschreibenden Bezug im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu den beanspruchten Dienstleistungen auf.

a) Die um Schutz nachsuchende Angabe setzt sich grammatikalisch aus zwei zum englischen Grundwortschatz gehörenden und dem inländischen Verkehrskreis ge-läufigen Wortelementen zusammen. Der englische Begriff „united“ bedeutet in der deutschen Sprache „vereint, gemeinschaftlich, verbunden, einig“ (Duden Oxford, Großwörterbuch Englisch, Mannheim, 1990, Stichwort „united“; <http://dict.leo.org/>); „Vehicles“ steht für „Fahrzeuge; Wagen; Fuhrwerke; Gefährte“ (Duden Oxford, a. a. O., Stichwort „vehicles“; <http://dict.leo.org/>). „United“ in Verbindung mit einem Substantiv bedeutet „vereinigt, vereint“ (vgl. <http://dict.leo.org/>: United Kingdom = Vereinigtes Königreich; United States = Vereinigte Staaten; United Arab Emirates = Vereinigte Arabische Emirate; United Nations = Vereinte Nationen).

Das Zeichen insgesamt wird daher auch von dem inländischen Verkehrskreis ohne weiteres mit „Vereinigte Fahrzeuge“ übersetzt und verstanden werden. Es handelt sich dabei weder in der englischen noch in der deutschen Sprache um eine gängige Formulierung. Vielmehr werden die beiden Wörter sprachlich gesehen für den Verkehr ungewöhnlich in einen sinnfremden inhaltlichen Zusammenhang gebracht. Durch die ungewöhnliche Verbindung der Worte „United“ und „vehicles“ entsteht eine neuartige Wortkombination, die aus sich heraus zum Nachdenken anregt und insoweit ohne Weiteres individualisierend wirkt. In der sprachlichen Verbindung von „vereinigt“ und „Fahrzeugen/Wagen“ erkennt der Verkehrskreis zwar den den Einzelworten innewohnenden Bedeutungsinhalt, kann sich aber keine hinreichend konkrete Gesamtbedeutung erschließen. Denn „Fahrzeuge“ können sich – im Gegensatz zu Personen, Staaten oder Organisationen (z. B. Vereinigte Werkstätten, Kassenärztliche Vereinigung, terroristische Vereinigung, Vereinigung der kommunalen Arbeitgeberverbände, Vereinigung der Opfer des Stalinismus etc.) – nicht „vereinigen“, indem sie sich zusammenschließen und eine Vereinigung gründen. Im weitesten Sinne könnte allenfalls ein Verkehrsunfall zu einer „Vereinigung“ von Fahrzeugen führen. Sprachlich würde man insoweit eher von einem Zusammenstoß, einer Kollision oder einem Unfall sprechen.

Das vom DPMA unterstellte Verständnis der Verkehrskreise im Sinne von „Zusammenschluss im Fachbereich Fahrzeuge“ setzt eine unzulässige analytische Betrachtungsweise sowie mehrere analysierende Zwischenschritte voraus (vgl. BGH a. a. O. Rn. 12 – Link economy). Es unterstellt, dass nicht die Fahrzeuge selbst sich vereinigen, sondern Menschen, die sich mit Fahrzeugen beschäftigen, einen solchen Zusammenschluss gegründet haben.

Bei der Recherche des Senats konnte ferner eine beschreibende Verwendung des angemeldeten Zeichens im Zeitpunkt der Anmeldung im Jahr 2011 nicht festgestellt werden. Vielmehr wurde das Zeichen „United vehicles“ von der Markenansmelderin als Herkunftshinweis auf ihrer Homepage zur Kennzeichnung des Unternehmens verwendet. Der Hinweis auf ein Unternehmen liegt für die angesprochenen Verkehrskreise im Übrigen auch deshalb nahe, weil Verwendungsbeispiele wie „United Nations“, „United States of America“ oder „Manchester United“ ein Verständnis nahelegen, das auf ganz bestimmte Organisationen, Staaten oder Sportvereine Bezug nimmt (vgl. BPatG, Beschluss vom 04.04.2001, 32 W (pat) 456/99 – United Promoters). Diese Begriffsbeispiele prägen somit maßgeblich das Verständnis des angesprochenen Verkehrskreises. Dies gilt auch für die Verwendung der Begriffspaare „United Airlines“, „United Automobiles Services“ oder „United Technologies Corporation“, „United British Caravans“, „United Communications“, „United Domains“, „United Mobile“ und „United Initiators“ (vgl. www.slogans.de). All diese Begriffe werden kennzeichnungsmäßig als Hinweis auf das entsprechende Unternehmen benutzt (vgl. BGH a. a. O. Rn. 18f. – DüsseldorfCongress).

b) In der Bedeutung „Vereinigte Fahrzeuge“ eignet sich das Zeichen weder unmittelbar zur Beschreibung der beanspruchten Dienstleistungen in Klasse 37, noch lässt sich ein enger sachlicher oder funktionaler und damit beschreibender Bezug zu diesen herstellen.

(aa) Die angemeldeten Dienstleistungen der Klasse 37 sind noch Prüfungsgegenstand im Beschwerdeverfahren. Die Markenstelle hat zu Recht den im Schriftsatz vom 22. November 2011 erklärten „Verzicht“ als nicht hinreichende Beschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses im Sinne von § 39 Abs. 1 MarkenG ausgelegt. Die Anmelderin hat lediglich erklärt, „ohne Präjudiz auf die Dienstleistungen der Klasse 37 zu verzichten“. Darin liegt keine wirksame unbedingte Teilbeschränkung der beanspruchten Dienstleistungen, sondern lediglich eine Bereitschaftserklärung im weiteren Anmeldeverfahren auf diese Dienstleistungsklasse zu verzichten (vgl. insoweit zu § 48 Abs. 1 MarkenG: BPatG, Beschluss vom 09.04.2008, 32 W (pat) 33/05 - arte). Davon ist auch deshalb auszugehen, weil die Anmelderin kein neues Dienstleistungsverzeichnis, welches sie zum Gegenstand des Anmeldeverfahrens hätte machen können, vorgelegt hat. Mit der Vorlage eines neuen Dienstleistungsverzeichnisses hätte die Anmelderin unzweideutig zum Ausdruck bringen können, dass nur das neue (und eingeschränkte) Dienstleistungsverzeichnis Prüfungsgegenstand sein soll. Dass die Anmelderin dies, so wie die Markenstelle verstanden haben wollte, zeigt sich ferner daran, dass sie im Beschwerdeverfahren der Auffassung der Markenstelle nicht entgegen getreten ist und in der Beschwerdebegründung eine mögliche Beschränkung des beanspruchten Dienstleistungsverzeichnisses nicht zum Ausdruck gebracht hat.

(bb) Für die in Klasse 37 beanspruchten Dienstleistungen *„Reparaturwesen; Instandsetzung, Wartung und Reparatur von Fahrzeugen; Instandsetzung, Wartung und Reparatur von Fahrzeugen im Rahmen der Pannenhilfe; Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Instandsetzung, Wartung und Reparatur von Fahrzeugen; Berechnung von Schäden an Fahrzeugen; Reinigen von Fahrzeugen; Auskünfte über Reparaturen; Bearbeitung und Erstellen von Expertisen über Fahrzeugschäden“* eignet sich das angemeldete Zeichen trotz seines Bezugs zu Fahrzeugen nicht als Sachangabe. Der angesprochene Verkehrskreis vermag dem Begriffspaar „UNITED VEHICLES“ keinen Sachhinweis auf einen Betrieb zur Reparatur oder Wartung von Fahrzeugen zu entnehmen, da unklar bleibt, wieso die Fahrzeuge „vereinigt“ sind. Vorliegend ist wegen der Interpretationsbedürf-

tigkeit der streitgegenständlichen Wortfolge von einer konkreten Eignung auszugehen, Dienstleistungen gerade einem bestimmten Unternehmen zuzuordnen. Dem widerspricht auch die Recherche der Markenstelle nicht. Die Belege der Markenstelle (vgl. Bl. 37 GA der dortigen Akte) zeigen u. a. Begriffspaare wie „United Bus“ oder „United Telecommunications“, die auf ein Unternehmen hinweisen. Dort wird extra ein beschreibender Zusatz angeführt, mit welchem der markenmäßig verwendete Begriff ergänzt bzw. erklärt wird („a bus manufacturing group“/“a former US telecommunications company“).

c) Bezüglich der in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen fehlt dem angemeldeten Zeichen die Eignung auf eine bestimmte Branche oder ein bestimmtes Medium hinzuweisen. Das angemeldete Zeichen wird vom Verkehrskreis nicht als eine Werbeaussage über Inhalt und Qualität der angebotenen Dienstleistung verstanden, da es dem Verkehrskreis bereits an einem hinreichend konkreten Begriffsverständnis fehlt. Es entspricht im Übrigen nicht den Branchengewohnheiten, Werbedienstleistungen durch das beworbene Thema bzw. Produkt zu charakterisieren. Üblich ist etwa eine Bezeichnung nach Art des Mediums oder der Branche, auf die die Werbedienstleistungen bezogen sind. Eine Festlegung auf ein bestimmtes Themengebiet erfolgt dagegen wegen der damit verbundenen Beschränkung nicht (vgl. BGH GRUR 2009, 949 Rn. 24 – My World; BPatG, Beschluss vom 27.11.2013, 29 W (pat) 523/12 – myJobs; Beschluss vom 02.12.2012, 29 W (pat) 569/12 - Betriebskultur).

Für die Dienstleistungen *„Erhebung und Bereitstellung von Daten, Informationen, Statistiken, Kosten-Preisanalysen und Preisvergleichen, insbesondere zu Produkten und Unternehmen sowie zu Preisen für Verschleißreparaturen, Wartungen, Inspektionen und Unfallreparaturen an Fahrzeugen, Ersatz-, Verschleiß-, Verbesserungsteilen“* gilt nichts anderes. Denn der angesprochene Verkehrskreis kann mangels aussagekräftigen Inhalts der angemeldeten Marke keinen relevanten Sachbezug herstellen. Die in ihrer Bedeutung unklare streitgegenständliche Wortkombination müsste erst weiteren analytischen Gedankenschritten unterzo-

gen werden (vgl. BGH GRUR 2014, 565 Rn. 24 – smartbook; GRUR 2012, 270 Rn. 12 – link economy).

d) Den in Klasse 36 beanspruchten Dienstleistungen kann der angesprochene Verkehr in Bezug auf die streitgegenständliche Begriffsfolge keinen sachlichen Hinweis entnehmen. Auch eine bereits beschreibende Verwendung ist nicht nachgewiesen.

e) Schließlich gibt das angemeldete Zeichen im Umfang der beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 38 *„Kommunikation und Telekommunikation, insbesondere Online-, Internet- und Extranet-Dienste; Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken; Bereitstellung des Zugriffs auf Computerprogramme in Datennetzen; Bereitstellen von Portalen und Plattformen im Internet zur Vermittlung von Waren- und Dienstleistungsangeboten in elektronisch abrufbaren Datenbanken mit interaktivem Zugriff und unmittelbarer Bestellmöglichkeit; Bereitstellen des Zugangs auf ein weltweites Computernetzwerk zum Liefern von Daten, Informationen, Texten und Bildern; elektrische Übertragung von Daten, Bildern und Dokumenten über Computer-, Netzwerk- oder Mobilfunkeinrichtungen; Einstellen von Webseiten in das Internet für Dritte; Elektronische Anzeigenvermittlung; Sammlung. Bereitstellung und Auslieferung von Informationen redaktionellen Inhalts (z. B. Testberichte) sowie kommerzieller Art (z. B. Kleinanzeigen, Inserate, Auftragsausreibungen) in elektronischen Kommunikationsmedien, insbesondere über Internetplattformen, E-Mail-Newsletter oder Mobilfunknachrichten“* in keiner werblich anpreisenden Weise einen Hinweis darauf, dass es sich um Kommunikations- und Telekommunikationsdienstleistungen handelt.

Es ist daher davon auszugehen, dass der ungewöhnliche sprachliche Gesamteindruck der angemeldeten Bezeichnung hinreichende Unterscheidungskraft verleiht.

3. Im Hinblick auf ihre fantasievolle Wortbildung unterliegt die angemeldete Marke ungeachtet etwaiger beschreibender Anklänge auch keinem Freihaltebedürfnis im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Zwar ist bei der Prüfung dieses Schutzhindernisses auch ein aktuell noch nicht bestehendes, jedoch aufgrund konkreter Tatsachen mit hinreichender Sicherheit prognostizierbares zukünftiges Freihaltebedürfnis zu berücksichtigen (EuGH GRUR 1999, 723 - Chiemsee; BGH GRUR 2009, 994, Nr. 15 – Vierlinden; GRUR 2003, 882, 883 - Lichtenstein; GRUR 1996, 771 - THE HOME DEPOT; GRUR 1999, 988 - HOUSE OF BLUES). Ein solches kann jedoch aufgrund fehlender Anhaltspunkte nicht angenommen werden.

4. Dem DPMA bleibt die weitere Überprüfung der Anmeldung, insbesondere im Hinblick auf die formellen Erfordernisse des Dienstleistungsverzeichnisses, vorbehalten.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Dr. von Hartz

Hu