von **Verena Eckert**

Deutsche Post verliert Markenstreit gegen EUROPOSTCOM

Die Deutsche Post AG war aus diversen älteren deutschen und auch europäischen Marken, so auch aus der Marke „Deutsche Post“ gegen die Eintragung der deutschen Wort-/Bildmarke EUROPOSTCOM vorgegangen – und hat eine Niederlage erlitten, denn das Bundespatentgericht hat nunmehr bestätigt (Az.: 26 W (pat) 88/02), dass zwischen den Marken keine Verwechslungsgefahr gesteht.

Bei der Prüfung des Vorliegens von Verwechslungsgefahr sind die fraglichen Marken jeweils als Ganzes miteinander zu vergleichen. In Bezug auf die Marke „Deutsche Post“ stellt das Bundespatentgericht zunächst fest, dass ihr aufgrund des beschreibenden Charakters für die fraglichen Dienstleistungen von Haus aus jegliche Unterscheidungskraft fehlt, dennoch von ihrem rechtlichen Bestand auf Grund von Verkehrsdurchsetzung auszugehen sei (deshalb wurde die Marke einstmals auch eingetragen; es ist derzeit ein Löschungsverfahren vor dem Bundesgerichtshof anhängig). Es führt weiter aus, dass die beiderseitigen Marken weder in schriftbildlicher noch in klanglicher oder begrifflicher Hinsicht eine Ähnlichkeit aufweisen, die die Gefahr unmittelbarer Verwechslungen der Marken begründen könnte, denn in ihrer Gesamtheit seien sie wegen der in der angegriffenen Marke enthaltenen zusätzlichen Bestandteile „EURO“ sowie „COM“, die in der Widerspruchsmarke keine Entsprechung finden, für den inländischen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Dienstleistungen ohne weiteres zu unterscheiden. Zudem enthalte die Widerspruchsmarke den Bestandteil „Deutsche“.
Auch besteht nach Meinung des Gerichts nicht die Gefahr von Verwechslungen unter dem Gesichtspunkt der gedanklichen Verbindung. Der Bestandteil „EURO“ in der jüngeren Marke lenke eher von der „Deutschen Post“ ab.

Das Bundespatentgericht argumentiert auch, dass der Durchschnittsverbraucher durch die umfangreichen Berichterstattung in den deutschen Medien über den teilweise bereits erfolgten und demnächst vollständig abgeschlossenen Wegfall des Postmonopols gut darüber informiert sei, dass es zwischenzeitlich außer der Widersprechenden eine nicht unerhebliche Anzahl weiterer Anbieter von Postdiensten gibt.

Fazit

Der Fall unterscheidet sich vom BGH-Urteil zu „Euro Telekom“ – hier war eine Markenverletzung der Marke „Telekom“ festgestellt worden - dadurch, dass die Bezeichnung „Telekom“ - anders als „Post“ - erst nach der Privatisierung des Telekommunikationsbereichs durch ihre häufige Verwendung und nicht auf Grund eines vorangegangenen „Monopols“ Verkehrsbekanntheit erlangt hat.

Autor:
Verena Eckert
Rechtsanwältin

Copyright © | **IT-Recht Kanzlei München** | Alter Messeplatz 2 | 80339 München | **Tel.** + 49 (0)89 13014330 | **Fax** +49 (0)89 130143360