



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 62/02

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 301 26 315.9

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 9. Dezember 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Prof. Dr. Hacker und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Bezeichnung

### **JobSpace**

ist als Marke für die Dienstleistungen

„Werbung; Telekommunikation; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, insbesondere im Bereich der digitalen Medien und der multimedialen Kommunikation“

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. Die angemeldete Marke sei sprachregelgerecht aus den englischen Begriffen „job“ und „space“ gebildet und bedeute im Zusammenhang mit den von der Anmeldung erfaßten Dienstleistungen soviel wie „Speicherplatz für Jobs (Job-Angebote, Job-Vermittlung)“. Da die genannten Dienstleistungen bei der Realisierung eines JobSpace zum Einsatz kommen könnten, würden die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Marke im wesentlichen als sachliche Aussage, aber nicht als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Dienstleistungen auffassen.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Unter Bezugnahme auf ihr Vorbringen vor der Markenstelle macht sie im wesentlichen geltend, daß die Begriffe „job“ im Sinne von „Stelle, Arbeitsplatz“ und „space“ im Sinne von „Raum, Platz“ schon je für sich keinen beschreibenden Sinngehalt im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen aufwiesen. Jedenfalls aber lasse sich der grammatikalisch ungebräuchlich gebildeten Marke „JobSpace“ in ihrer Gesamtheit kein in bezug auf diese Dienstleistungen klar und eindeutig beschreibender Sinngehalt entnehmen. Auch Anhaltspunkte für ein Freihaltebedürfnis lägen nicht vor.

Die Anmelderin beantragt (sinngemäß),

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 zu Recht wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs unterliegen Wortmarken u.a. dann dem Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft, wenn sie im Hinblick auf die erfaßten Waren oder Dienstleistungen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Sinngehalt

aufweisen (vgl. BGH GRUR 2003, 342, 343 „Winnetou“; WRP 2003, 1429, 1430 „Cityservice“). Das ist hier der Fall.

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, setzt sich die angemeldete Marke sprachregelgerecht aus den auch im Inland bekannten englischen Begriffen „job“ (= „Stelle, Arbeitsplatz“) und „space“ (= „Raum, Speicherplatz“) zusammen. Die Begriffsbildung folgt insoweit gängigen Wortzusammensetzungen wie z.B. „webservice“ oder „disk space“. Inwiefern die Bezeichnung „JobSpace“ grammatisch ungebräuchlich sein soll, ist von der Anmelderin nicht näher ausgeführt worden und auch nicht ersichtlich.

Die Bezeichnung „JobSpace“ besagt soviel wie „Speicherplatz für Jobs (Job-Angebote, Job-Vermittlung)“ im Sinne eines virtuellen Arbeitsmarktes. In dieser Bedeutung wird der Begriff „Jobspace“ auch bereits im Verkehr verwendet. Wie aus der dem angefochtenen Beschluß beigefügten Internet-Recherche hervorgeht, lädt etwa die Firma B GmbH dazu ein, ihren „Jobspace“ aufzusuchen, eine Plattform im Internet, wo freie Stellen dieser Firma ausgeschrieben sind und online Bewerbungen abgegeben werden können.

Vor diesem Hintergrund liegt die Annahme fern, daß die angesprochenen Verkehrskreise in der angemeldeten Marke einen individuellen betrieblichen Herkunftshinweis sehen. Im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen kommt dieser vielmehr ein im wesentlichen sachlich-beschreibender Aussagegehalt zu. Im Zusammenhang mit den Dienstleistungen „Telekommunikation“ und „Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, insbesondere im Bereich der digitalen Medien und der multimedialen Kommunikation“ weist die Bezeichnung „JobSpace“ lediglich darauf hin, daß mit diesen Leistungen eine auf online-Basis funktionierende Arbeitsplatzvermittlung bereitgestellt werden soll. Aber auch im Hinblick auf die Dienstleistung „Werbung“ steht der beschreibende Sinngehalt der angemeldeten Marke im Vordergrund. Denn insoweit kann die Leistung gerade darin be-

stehen, eine virtuelle Plattform zu schaffen, auf der für andere Unternehmen z.B. um qualifizierte Arbeitskräfte geworben wird.

Ströbele

Kirschneck

Hacker

Bb