



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 208/01

(Aktenzeichen)

Verkündet am
19. März 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 07 136.5

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 26. Februar 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richterin Pagenberg und die Richterin k.A. Fink

beschlossen:

1. Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 26. Juni 2001 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen „Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Finanzwesen; Immobilienwesen; Transport- und Lagerwesen; Erziehung; Unterhaltung; Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen“ zurückgewiesen wurde.
2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Die Wortmarke

TeleOffice

soll für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 9:

Elektrische, elektronische, optische, Mess-, Signal-, Kontroll- oder Unterrichtsapparate und –instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten; maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Datenverarbeitungsgeräte und Computer;

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse, insbesondere bedruckte und/oder geprägte Karten aus Karton oder Plastik; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Büroartikel (ausgenommen Möbel);

Klasse 35:

Werbung und Geschäftsführung;

Klasse 36:

Finanzwesen; Immobilienwesen;

Klasse 38:

Telekommunikation; Betrieb und Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation, insbesondere für Funk und Fernsehen;

Klasse 39:

Transport- und Lagerwesen;

Klasse 41:

Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitschriften und anderen Druckerzeugnissen sowie entsprechenden elektronischen Medien (einschließlich CD-ROM und CD-I);

Klasse 42:

Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Vermietung der Zugriffszeiten zu und Betrieb von Datenbanken sowie Sammeln und Liefern von Daten, Nachrichten und Informationen; Vermietung von Datenver-

arbeitungseinrichtungen und Computern; Projektierung und Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 26. Juni 2001 durch eine Beamtin des höheren Dienstes wegen fehlender Unterscheidungskraft in vollem Umfang zurückgewiesen. Die angemeldete Marke bestehe aus den beiden Wörtern „Tele“ und „Office“. Das Präfix „tele“ werde mit seiner ursprünglichen Bedeutung von „weit, fern“ in verschiedenen Fremdwörtern wie „Telefon, Telegraphie, Telegramm, Television“ insbesondere im Bereich der Telekommunikation verwendet. Infolge der Entwicklung vielfältiger neuer Telekommunikationsmöglichkeiten könne das Bestimmungswort „Tele-“, mittlerweile jede Form der Telekommunikation bezeichnen. Daher seien heute Begriffe wie „Tele-Kaufhaus, Tele-Shopping, Teleconsulting, Teledienstleistungen, Telebanking, Tele-Konto“ gebräuchlich. Das englische Wort „office“ bedeute soviel wie „Büro, Amt“ und werde insbesondere im Bereich der Datenverarbeitung viel verwendet. Die angemeldete Marke enthalte in ihrer Gesamtheit daher lediglich einen unmittelbar beschreibenden Hinweis darauf, dass die beanspruchten Waren Büroarbeiten unter Ausnutzung der Möglichkeiten der Telekommunikation ermöglichten oder sich inhaltlich mit „Telekommunikationsbüros“ befassen. Die beantragten Dienstleistungen würden dahingehend beschrieben, dass sie im Wege der Telekommunikation von einem Büro oder für ein Büro vermittelt, abgerechnet, angeboten oder auch nur erleichtert würden. Da die angemeldete Marke die beantragten Waren und Dienstleistungen unmittelbar schlagwortartig beschreibe, sei sie nicht geeignet, diese nach ihrer betrieblichen Herkunft zu unterscheiden. Auch die Großschreibung des Buchstabens „O“ in der Mitte des Markennamens könne nicht die Schutzfähigkeit des Zeichens begründen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Zur Begründung trägt sie im Wesentlichen vor, bei der angemeldeten Marke handele es sich um eine der

Struktur nach ungewöhnliche Wortverbindung, die lexikalisch nicht nachweisbar sei. Der Markenbestandteil „Tele“ sei unbestimmt und vieldeutig und werde nicht nur im Zusammenhang mit der Telekommunikation sondern auch in anderen Bereichen des Wirtschaftslebens vielfältig in Begriffen wie „Telebörse, Telefunken, Teleobjektiv, Telemeter, Teleplasma“ verwendet. Angesichts der unterschiedlichen Deutungsmöglichkeiten sei der Markenbestandteil „Tele“ für sich gesehen bereits ungeeignet, vom Verbraucher als beschreibende Sachangabe der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aufgefasst zu werden. Das Wort „office“ gehöre nicht zum englischen Grundwortschatz und sei dem inländischen Verkehr daher nicht ohne weiteres im Sinne von „Büro“ verständlich. Außerdem habe das englische Wort „office“ im Deutschen mindestens fünf verschiedene Bedeutungen. Angesichts der verschiedenen Übersetzungsmöglichkeiten der beiden Bestandteile ergäben sich auch für die angemeldete Marke in ihrer Gesamtheit unterschiedliche Deutungsmöglichkeiten, so dass dem Markenwort keine konkrete Sachaussage über die gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen entnommen werden könne. Aus diesem Grunde bestehe an der angemeldeten Marke auch kein Freihaltebedürfnis.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache nur teilweise Erfolg. Der Eintragung des angemeldeten Zeichens stehen mit Ausnahme der im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen die Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 2 und Nr 1, § 37 Abs 1 MarkenG entgegen.

1. Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr insbesondere zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen oder dienen können. Nach dieser Vorschrift ist die Eintragung auch dann zu versagen, wenn die Benutzung des angemeldeten Zeichens als Sachangabe noch nicht zu beobachten ist, eine solche Verwendung aber in Zukunft jederzeit erfolgen kann (vgl. BGH GRUR 2002, 64 – INDIVIDUELLE – mwN). Für die nicht vom Tenor erfassten Waren und Dienstleistungen stellt die Bezeichnung „TeleOffice“ eine in diesem Sinne freihaltebedürftige Sachangabe dar.

1.1. Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, besteht das angemeldete Zeichen erkennbar aus den beiden Wörtern „Tele“ und „Office“. Der Bestandteil „Tele“ bedeutet im Englischen und im Deutschen soviel wie „Fern-, weit“ (vgl. ua PONS Großwörterbuch Englisch – Deutsch, 2002, S 936; Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl. 2001, S 1569). Darüber hinaus bezeichnet „Tele“ als Wortbildungselement in beiden Sprachen Dinge, die mit dem Fernsehen zu tun haben, wie zB Telekolleg, Teletext (vgl. ua Duden, Fremdwörterbuch, 7. Aufl. 2001, S 982; www1.oup.co.uk/elt/oald/ - Oxford Advanced Learner's Dictionary Home Page), oder die mittels elektronischer Datenübertragung erfolgen (vgl. Carstensen, Anglizismen-Wörterbuch, 2001, Bd 3, S 1507 f; Oxford Dictionary of New Words, 1998, S 311). Angesichts der überragenden Bedeutung der Telekommunikation und des Internets ist der Begriff „Tele“ auf dem hier einschlägigen Gebiet der Elektronik und Informationstechnik vor allem in der letztgenannten Bedeutung in einer Vielzahl von Wortverbindungen wie Telebanking, Telebrief, Telemarketing, Telemedizin usw. gebräuchlich (vgl. Duden aaO, S 1569 f und die von der Anmelderin und der Markenstelle angeführten Beispiele). Das englische Wort „office“ ist im Deutschen ungeachtet anderer möglicher Übersetzungen vor allem mit der Bedeutung von „Büro“ gebräuchlich (vgl. Duden aaO, S 1157). In seiner Gesamtheit bedeutet „TeleOffice“ daher soviel wie „Telebüro“. Mit dieser Bedeutung ist die angemeldete Marke dem überwiegenden Teil der maßgeblichen Verkehrskreise auch ohne

weiteres verständlich. Die beanspruchten Waren und Dienstleistungen richten sich sowohl an Fachleute als auch an Endverbraucher, die als durchschnittlich informiert, aufmerksam und verständlich anzusehen sind (vgl. BGH GRUR 2002, 812 - FRÜHSTÜCKS-DRINK II). Außerdem ist das angesprochene Publikum auf dem Gebiet der Elektronik und Informationstechnik mit der englischen Sprache als Fach- und Werbesprache sowie den zahlreichen mit dem Bestandteil „Tele“ gebildeten Begriffen vertraut.

1.2. Die Bezeichnung „TeleOffice“ ist auch geeignet, die nicht vom Tenor erfassten Waren und Dienstleistungen hinsichtlich ihrer Art, ihres Inhalts oder ihrer Bestimmung zu beschreiben. Nach einer vom Senat durchgeführten Internet-Recherche, deren Ergebnis der Anmelderin übersandt wurde, ist der Begriff „teleoffice“ im Sinne von Telebüro bereits in Gebrauch. So finden sich beschreibende Verwendungen zur Bezeichnung externer Schreibbüros, die Bürodienstleistungen in Telearbeit anbieten (www.teledock.de; www.teleoffice-center.de), zur Bezeichnung der zum Betrieb eines Telebüros notwendigen technischen Ausstattung (www.computerselbstbau.de/teleoffice.htm) oder eines Datenverarbeitungsprogramms für die Telefaxübermittlung (www.stcarchiv.de). Außerdem wird der Begriff zur Beschreibung einer zukünftigen, von den Räumlichkeiten des Arbeitgebers unabhängigen Büroform verwendet (www.iwi.uni-sb.de/er/demonstration/demoteleoffice.php - Teleoffice. Das Büro der Zukunft passt in einen Aktenkoffer; www.hypermedia.khm.de/projekte/teleoffice - Teleoffice. Spekulation über zukünftige Arbeitswelten, Diplomarbeit). Die Waren der Klasse 9 (mit Ausnahme der „Mechaniken für geldbetätigte Apparate“) und die Büroartikel können mit „TeleOffice“ daher ihrer Art und Bestimmung nach beschrieben werden, nämlich dass sie für den Einsatz in einem Telebüro geeignet sind. Bei den Druckereierzeugnissen und den Lehr- und Unterrichtsmitteln kann es sich um solche handeln, die sich thematisch mit dem Aufbau und Betrieb eines Telebüros befassen. Gleiches gilt für die Dienstleistung der Ausbildung. Die Dienstleistungen der Werbung und der Geschäftsführung können unter Einsatz eines Telebüros in Form von Telearbeit erbracht werden. Auf Grund des sachlichen Zusammenhangs zwischen Drucker-

zeugnissen und deren Veröffentlichung kann auch die Dienstleistung „Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitschriften und anderen Druckerzeugnissen sowie entsprechenden elektronischen Medien (einschließlich CD-ROM und CD-I)“ mit „TeleOffice“ dahingehend beschrieben werden, dass sie Druckerzeugnisse und elektronischen Medien zum Gegenstand hat, die sich mit dem Thema „Telebüro“ befassen. Hinsichtlich der in den Klassen 38 und 42 beanspruchten Dienstleistungen „Telekommunikation; Betrieb und Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation, insbesondere für Funk und Fernsehen; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Vermietung der Zugriffszeiten zu und Betrieb von Datenbanken sowie Sammeln und Liefern von Daten, Nachrichten und Informationen; Vermietung von Datenverarbeitungseinrichtungen und Computern; Projektierung und Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation“ enthält die Bezeichnung „TeleOffice“ eine Sachangabe über die Bestimmung dieser Dienstleistungen, nämlich dass sie die technischen Voraussetzungen für den Betrieb eines Telebüros schaffen.

1.3. Der Eignung als Sachangabe steht auch nicht die von den Regeln der englischen und der deutschen Sprache abweichende Schreibweise des angemeldeten Zeichens entgegen. Bei der Großschreibung des Buchstabens „O“ in der Wortmitte handelt es sich um eine werbeübliche Schreibweise, die sich auf den beschreibenden Aussagegehalt des Begriffs „TeleOffice“ nicht auswirkt.

2. Da sich die Bezeichnung „TeleOffice“ in einer beschreibenden Aussage erschöpft, die für das angesprochene Publikum ohne weiteres erkennbar ist, erfasst das Publikum das angemeldete Zeichen in Verbindung mit den nicht vom Tenor erfassten Waren und Dienstleistungen auch nur als Sachangabe und nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen (vgl. BGH GRUR 2001, 1151 – marktfrisch). Dem Zeichen fehlt daher auch jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr. 1 MarkenG).

3. Etwas anderes gilt für die Waren und Dienstleistungen „Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Finanzwesen; Immobilienwesen; Transport- und Lagerwesen; Erziehung; Unterhaltung; Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen“, da sie keinen sachlichen Zusammenhang mit einem Telebüro aufweisen. Mit „TeleOffice“ werden keine wesentlichen Merkmale der genannten Waren und Dienstleistungen beschrieben noch lässt sich der Bezeichnung ein im Vordergrund stehender Begriffsgehalt zuordnen, der die maßgeblichen Verkehrskreise von der Vorstellung wegführen könnte, es mit einem Unternehmenshinweis zu tun zu haben.

Vorsitzende Richterin
Grabrucker ist im Urlaub
und daher an der
Unterschrift gehindert

Pagenberg

Fink

Pagenberg

CI