



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 2/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 36 464.1

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 3. April 2007 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen

Gründe

I.

Die Wortmarke

infosite

ist ursprünglich für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 38 und 42 zur Eintragung in das vom Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register angemeldet worden.

Mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts die angemeldete Marke wegen fehlender Unterscheidungskraft und als beschreibende frei-haltebedürftige Angabe gemäß §§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2, 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung wird in den Beschlüssen jeweils auf den Beanstandungsbescheid derselben Markenstelle vom 20. Januar 2003 Bezug genommen und verwiesen, nachdem sich die Anmelderin weder zu diesem Bescheid geäußert noch ihre gegen den Erstbeschluss gerichtete Erinnerung begründet hat. In dem genannten Amtsbescheid ist im Wesentlichen ausgeführt, dass die aus den Begriffen „info“ und „site“ sprachüblich gebildete Marke unmittelbar beschreibend darauf hinweise, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen mit Informationen enthaltenden Sites in direktem Zusammenhang stünden. Als eine die Waren und Dienstleistungen beschreibende Angabe unterliege die angemeldete Marke einem Freihaltebedürfnis der Mitbewerber; außerdem fehle ihr die Eignung,

dem Verkehr die Unterscheidung der fraglichen Waren und Dienstleistungen eines bestimmten Geschäftsbetriebes von solchen anderer Unternehmen zu ermöglichen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die im Beschwerdeverfahren das angemeldete Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen auf

„Datenverarbeitungsprogramme (Software) ausschließlich zum Betreiben von Content Management Systemen durch Dritte“

beschränkt hat. Zur Begründung ihrer Beschwerde führt sie aus, dass eine solche Software Dritten (z. B. Unternehmen, Verbänden, Organisationen, Verwaltungen) angeboten werde, die ihrerseits die Software benutzen, um ein sogenanntes Content Management System aufzubauen und zu betreiben. In Bezug auf diese Datenverarbeitungsprogramme besitze die Wortneubildung „infosite“, die weder im allgemeinen Sprachgebrauch noch in den ständigen Verkehrsgepflogenheiten zur Bezeichnung einer solchen Software üblich geworden sei, hinreichende Unterscheidungskraft. Dabei sei nicht entscheidungserheblich, ob die einzelnen Wörter einen etwaigen beschreibenden Charakter hätten, da es auf die Wortneubildung in ihrer Gesamtheit ankomme.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten verwiesen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache keinen Erfolg. Auch nach Auffassung des Senats stehen der Eintragung der angemeldeten Marke für die nach der Einschränkung noch im Waren-/Dienstleistungsverzeichnis verbliebenen speziellen Datenverarbeitungsprogramme die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom maßgeblichen Publikum, d. h. dem normal informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen, als Unterscheidungsmittel für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2003, 227, 232 f. (Nr. 61, 62) „Orange“; GRUR 2004, 428, 429 f. (Nr. 30, 31) „Henkel“; GRUR 2004, 943, 944 (Nr. 23, 24) „SAT.2“; BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 17) „FUSSBALL WM 2006“). Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung insbesondere solche Wortmarken, denen die maßgeblichen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1152 „marktfrisch“; GRUR 2001, 1153 „antiKalk“; a. a. O. (Nr. 19) „FUSSBALL WM 2006“; EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 86) „Postkantoor“). Davon ist bei der angemeldeten Wortkombination „infosite“ auch in Zusammenhang mit den konkret noch beanspruchten Datenverarbeitungsprogrammen auszugehen.

Das in der Zusammensetzung enthaltene englische Wort „site“ (eigentlich = Grundstück, Sitz, Standort) ist in dem hier betroffenen Bereich der Informationstechnologie (IT) die auch in Deutschland gängige Kurzform des Begriffs „Website“, der die Gesamtheit der hinter einer Web-Adresse bzw. einem Online-Angebot stehenden Einzelseiten bezeichnet (vgl. u. a. Duden-Oxford - Großwörterbuch Englisch, 3. Aufl. 2005 [CD-ROM]; Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM] jeweils zu „(S)ite“ u. „(W)website“). Das sprachregelgerecht vorangestellte Präfix „info“, die allgemein geläufige Kurzform des Wortes „Information“ (vgl. Duden - Deutsches Universalwörterbuch, a. a. O. zu „Info“; z. B. „Infostand“, „Infoline“), spezifiziert dabei die (Web)site näher als eine Informations-Website, also eine der Information dienende Website bzw. ein Webangebot, welches Informationen - welcher Art auch immer - zur Verfügung stellt. Da es sich bei

dem englischen Wort „(S)ite“ in dem hier fraglichen Sinn um einen sogar schon in den allgemeinen deutschen Wortschatz eingegangenen Begriff aus dem IT-Bereich handelt (vgl. Duden - Deutsches Universalwörterbuch, a. a. O.), werden die hier relevanten inländischen Verkehrskreise, welche die beanspruchten speziellen DV-Programme zum Betreiben von Content-Management-Systemen kaufen oder vertreiben (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 412 (Nr. 24) „Matratzen Concord/Hukla“), die dargelegte, der angemeldeten Wortkombination insgesamt innewohnende Bedeutung ohne weiteres erfassen.

In dieser Bedeutung werden sie den Begriff „infosite“ ferner nur in einen unmittelbar beschreibenden Bezug zu den nach der Einschränkung im Verzeichnis der angemeldeten Waren und Dienstleistungen verbliebenen „Datenverarbeitungsprogramme (Software) zum Betreiben von Content Management Systemen durch Dritte“ bringen, ihm hingegen nicht die Funktion eines individuellen betrieblichen Herkunftshinweises zuordnen. Ein Content-Management-System (CMS) ist ein Anwendungsprogramm, das die gemeinschaftliche Erstellung und Bearbeitung des Inhalts von Text- und Multimedia-Dokumenten (Content) ermöglicht und organisiert. Dabei gibt es auch CMS speziell für Web-Sites, sog. „Web Content Management Systeme“, die ausschließlich oder überwiegend dazu dienen, Inhalte von Websites zu organisieren und zu verwalten (vgl. Wikipedia Online-Lexikon zu „(Web) Content Management System“). Vor diesem tatsächlichen Hintergrund ist die Begriffskombination „infosite“ ohne weiteres und unmissverständlich als Bestimmungsangabe zu begreifen, die darauf hinweist, dass die betreffende Software dazu bestimmt und geeignet ist, ein (Web) Content Management System zur Erstellung, Organisation und Verwaltung einer Informations-Website zu betreiben.

Darüber hinaus hat die Markenstelle zu Recht auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG angenommen. Denn als einer sprachüblichen Wortzusammenstellung, der nach dem Verständnis der beteiligten Verkehrskreise lediglich eine für die hier fraglichen Datenverarbeitungsprogramme unmittelbar beschreibende Bedeutung innewohnt, ist die angemeldete Marke überdies als Angabe zu

beurteilen, die im Verkehr zur Merkmalsbeschreibung der betreffenden Produkte dienen kann.

gez.

Unterschriften