



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 28/06

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 304 73 875.1**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 12. Juni 2007 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 30. Dezember 2004 die Wortmarke

### **Max Mustermann**

für nachfolgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35:

Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten

Klasse 36:

Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Immobilienwesen

Klasse 38:

Telekommunikation.

Durch Beschluss vom 31. August 2005 hat die Markenstelle für Klasse 36 die Anmeldung gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG wegen Fehlens der Unterscheidungskraft und Bestehens eines Freihaltungsbedürfnisses zurückgewiesen. Sie hat ihre Entscheidung damit begründet, dass die Anmeldemarke für die Dienstleistungen „Werbung“, „Geschäftsführung“, „Versicherungswesen“, „Finanzwesen“, „Immobilienwesen“ und „Telekommunikation“ auf die Stelle in Musterformularen und -vordrucken hinweise, die im Original mit dem echten Namen zu versehen seien. Der Name „Max Mustermann“ sei weiten Bevölkerungskreisen durch das Ausfüllen von Formularen und Vordrucken hinreichend bekannt. Auch

auf „codierten Karten“ sei der Name zu finden. Gerade im Internet würde er ausweislich der ermittelten Belege häufig angetroffen werden. Auf die lexikalische Nachweisbarkeit der angemeldeten Bezeichnung komme es nicht an. Sie müsse auch für den allgemeinen Werbegebrauch freigehalten werden. Zudem ermögliche die Marke keine Individualisierung im Hinblick auf einen bestimmten Anbieter.

Mit Erinnerungsbeschluss vom 21. Dezember 2005 wurde diese Entscheidung bestätigt, allerdings blieb die Frage des Bestehens eines Freihaltungsbedürfnisses dahingestellt. Ergänzend hat der Erinnerungsprüfer ausgeführt, dass die Anmeldemarke im Hinblick auf alle beanspruchten Dienstleistungen einen werbeüblichen Platzhalter auf Formularen und sonstigen Mustern darstelle. Er diene dazu, deren Verwendung beispielhaft zu erläutern, den Konsumanreiz zu fördern und die Aufmerksamkeit des Publikums zu erregen.

Dagegen hat der Anmelder Beschwerde eingelegt, die keinen bestimmten Antrag enthält. Zur Begründung trägt er vor, dass die Bezeichnung „Max Mustermann“ keine beschreibende Sachaussage darstelle, die sich auf eine für den Verkehr bedeutsame Eigenschaft der Dienstleistungen beziehe. In Alleinstellung sei ihre Bedeutung unscharf und eröffne im Hinblick auf die beanspruchten Tätigkeiten einen weiten Interpretationsspielraum. Die Marke sei als untypisch als auch originell zu bewerten und weise einen diffusen sowie interpretationsbedürftigen Sinngehalt auf. Für die Beurteilung der Unterscheidungskraft komme es entgegen der Ansicht der Markenstelle nicht darauf an, ob das gegenständliche Zeichen ausschließlich den Kaufanreiz fördere oder die Aufmerksamkeit des Publikums erzeuge. Im Übrigen handele es sich hierbei allenfalls um neben der Hinweisfunktion stehende Zwecke. Ergänzend hat der Beschwerdeführer auf sein Vorbringen vor dem Deutschen Patent- und Markenamt verwiesen. Er hat dort ergänzend ausgeführt, dass die Anmeldemarke generell in Vordrucken und folglich in verschiedensten Zusammenhängen verwendet werde, so dass der Verkehr sie nicht mit einer konkreten Ware oder Dienstleistung in Verbindung bringen werde. Es sei zwar unstrittig, dass sie als eine Art Platzhalter auf Formularen Verwendung finde. Sie weise jedoch nicht auf eine bestimmte Stelle in einem Formular hin. Da

die Bezeichnung keine unmittelbar beschreibende Angabe darstelle, fehle ihr weder die erforderliche Unterscheidungskraft noch unterliege sie einem Freihaltungsbedürfnis.

Die vorläufige Rechtsauffassung des Senats ist dem Beschwerdeführer unter Übersendung der ermittelten Belege vorab mitgeteilt worden. Eine Stellungnahme hierzu erfolgte nicht.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig, aber nicht begründet.

1. Eine Zurückverweisung an das Deutsche Patent- und Markenamt gemäß § 70 Abs. 3 Nr. 2 MarkenG kommt nicht in Betracht. Im Tenor des Erstprüferbeschlusses vom 31. August 2005 wird zwar die Markenmeldung vollumfänglich zurückgewiesen, während in den Gründen ausdrücklich nur die Dienstleistungen „Werbung“, „Geschäftsführung“, „Versicherungswesen“, „Finanzwesen“, „Immobilienwesen“ und „Telekommunikation“ erwähnt werden. Die weiterhin beanspruchten Tätigkeiten „Unternehmensverwaltung“, „Büroarbeiten“ und „Geldgeschäfte“ sind demgegenüber nicht angesprochen worden. Dadurch entsteht der Eindruck, als ob die angemeldete Marke lediglich teilweise für schutzunfähig angesehen wird. Nach Auslegung der gesamten Gründe des Beschlusses vom 31. August 2005 ist allerdings davon auszugehen, dass die Erstprüferin die einzelnen Tätigkeiten nur exemplarisch genannt hat. Insbesondere wird im Rahmen der Erörterung der Unterscheidungskraft nicht weiter nach den Dienstleistungen differenziert. Ein etwaiger Begründungsmangel wäre zudem durch den Erinnerungsbeschluss geheilt.

2. Die Bezeichnung „Max Mustermann“ weist bezüglich aller angemeldeten Dienstleistungen nicht die erforderliche Unterscheidungskraft auf, so dass ihrer Eintragung das Schutzhindernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht.

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Bestimmung ist die einer Marke, gleich welcher Kategorie, innewohnende (konkrete) Eignung, die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428 - Henkel; GRUR 2004, 1027 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Insbesondere fehlt einer Marke, die Merkmale von Waren oder Dienstleistungen beschreibt, zwangsläufig die Unterscheidungskraft in Bezug auf diese Waren oder Dienstleistungen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 - Postkantoor).

a) Bei „Max Mustermann“ handelt es sich um eine fiktive Person, die beispielhaft unter anderem in Formularen, Hinweisen und Datenbanken genannt wird (vgl. „Wikipedia“ unter „[http://de.wikipedia.org/wiki/Erika\\_Mustermann](http://de.wikipedia.org/wiki/Erika_Mustermann)“). Der Name wird ausweislich der Internet-Fundstellen gerade auch in Deutschland häufig verwendet (vgl. „Google-Trefferliste“ unter „<http://www.google.de/search?q=%22Max+Mustermann%22&hl=de&cr=countrtyDE&newwindow=1&start=0&sa=N>“). So lässt er sich in verschiedenen Mustern und allgemeinen Präsentationen finden:

- Lebenslauf eines anonymen Bewerbers (vgl. „[www.jobpilot.de/binary/pdf/recht/lebensl-bwl-2s.pdf](http://www.jobpilot.de/binary/pdf/recht/lebensl-bwl-2s.pdf)“ und „[www.workliner.de/maxmustermann/](http://www.workliner.de/maxmustermann/)“),
- Vorstellung eines beliebigen Rechtsanwalts (vgl. „<http://www.anwalt24.de/>“),
- beispielhafte Angaben zu einem Fußballspieler (vgl. „[http://www.musterclub.de/Max\\_Musterma.39.0.html](http://www.musterclub.de/Max_Musterma.39.0.html)“),

- abstrakte Empfehlung für die Einrichtung einer Altersversorgung (vgl. „[www.lexisnexis.de/images/screenshots/3070/versorgungsbilanz.pdf](http://www.lexisnexis.de/images/screenshots/3070/versorgungsbilanz.pdf)“) und
- Vordruck für einen Antrag auf Annahme als Doktorand (vgl. „[www.uni-marburg.de/fb12/pdf/prom\\_annahme\\_antrag](http://www.uni-marburg.de/fb12/pdf/prom_annahme_antrag)“).

In dem oben genannten Sinne wird die Bezeichnung auch in der inländischen Presseberichterstattung gebraucht:

„Das Gegenstück zu dieser Akkumulation beschreibt Andreas Eschbach in seinem Brief an Max Mustermann, den anonymen Bankkunden.“ (vgl. „FAZ.NET“ unter „<http://www.faz.net/s/RubC17179D529AB4E2BBEDB095D7C41F468/Doc...>“).

Wie die Markenstelle zutreffend dargelegt hat, stellt die angemeldete Marke somit ein Platzhalter in Musterformularen und -vordrucken dar, der im Original durch den echten Namen ersetzt wird. Unabhängig von dem Ausfüllen von Formblättern weist sie jedoch zusätzlich generell auf eine austauschbare und x-beliebige Person hin. Auf den Umstand, dass es tatsächlich die Person Max Mustermann gibt (vgl. „naanoo“ unter „[http://www.naanoo.com/Max-Mustermann-gibt-es-wirklich-blogartikel\\_27801\\_41.html](http://www.naanoo.com/Max-Mustermann-gibt-es-wirklich-blogartikel_27801_41.html)“), kommt es demgegenüber nicht an, da er dem überwiegenden Teil des Verkehrs kaum bekannt sein dürfte.

b) Die Wortfolge „Max Mustermann“ wird in unterschiedlichsten Zusammenhängen als allgemein gültige Namensangabe eingesetzt, so dass sie auch in Verbindung mit den angemeldeten Dienstleistungen Verwendung finden kann. Zu denken wäre beispielsweise an Muster für einen Werbeauftritt, an die abstrakte Beantragung einer Versicherung oder an die exemplarische Darstellung des Vorgehens bei der Veräußerung einer Immobilie. Die Anmelde Marke kommt somit als zu individualisierendes Synonym für den Auftraggeber oder den Erbringer der beanspruchten Tätigkeiten in Betracht. Auch wenn dadurch nicht ohne weiteres eine bestimmte Eigenschaft von ihnen unmittelbar beschrieben wird, so begründet dies

nicht die Unterscheidungskraft des Zeichens (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Auflage, § 8, Rdnr. 48). Bei einem Teil des Verkehrs wird es lediglich die mehr oder weniger diffuse Vorstellung vermitteln, dass jeder die angemeldeten Dienstleistungen anbieten und in Anspruch nehmen kann. Ein anderer Teil des Verkehrs wird die Bezeichnung „Max Mustermann“ eher als nichtssagend und Worthölse ansehen. Selbst wenn davon ausgegangen wird, dass es sich hierbei um eine Mehrdeutigkeit handelt, so begründet dies entgegen der Sichtweise des Beschwerdeführers nicht die Unterscheidungskraft der Marke. In beiden Fällen ist sie nicht geeignet, auf ihn als Erbringer der Dienstleistungen hinzuweisen. Wie er zutreffend darlegt, wird sie der Verkehr nicht mit einer konkreten Ware oder Dienstleistung und somit auch nicht mit einer von ihm stammenden in Verbindung bringen.

Demgegenüber ist abweichend von den Ausführungen der Markenstelle nicht davon auszugehen, dass der Verkehr die Anmeldemarke im Sinne einer Werbeaussage oder eines Slogans zur Förderung des Konsumanreizes oder zur Erregung der Aufmerksamkeit auffassen wird. Dies setzt eine klar erkennbare oder motivierende Botschaft voraus, die in dem Hinweis auf Austauschbarkeit des Nutzers oder Erbringers der Dienstleistungen gerade nicht gesehen werden kann.

Der Name „Max Mustermann“ lässt sich derzeit lexikalisch zwar nicht nachweisen. Dieser Umstand begründet jedoch entgegen der Ansicht des Beschwerdeführers nicht die Eintragbarkeit der Anmeldemarke, da es auf die Neuheit eines Zeichens oder die Gewöhnung des Verkehrs an ein solches nicht ankommt (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8, Rdnr. 89).

3. Inwieweit die gegenständliche Marke auch dem Schutzhindernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliegt, kann demzufolge dahingestellt bleiben.

Die Beschwerde war somit zurückzuweisen.

gez.

Unterschriften