

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 184/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 36 934.4

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 4. September 2002 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, den Richter Baumgärtner und die Richterin Pagenberg

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Die Wortmarke

“mobile bizz“

soll für die Waren und Dienstleistungen

“Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und/oder Wiedergabe von Ton und Bild sowie deren Zubehör, nämlich Ersatzteile, Ladegeräte, Akkumulatoren, Antennen, Kabel, Freisprecheinrichtungen, Stative, Halterungen, Tragetaschen, Adapter, Gehäuse, Pflegemittel, Vibrationsmelder, Spannungswandler, Signal-Verstärker, Datenfunkadapter, Betriebsanleitungen, Einbausätze, Antennenweichen; Lederwaren, nämlich Ledermappen-, Taschen-, Hüllen-, Bezüge; Telekommunikation“

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 hat die Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen mangelnder Unterscheidungskraft und wegen eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Die angemeldete Bezeichnung weise im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen ausschließlich darauf hin, dass es sich um solche handle, die das mobile business zum Gegenstand haben. “Bizz“ sei im hier einschlägigen Gebiet des “e-bizzs“ eine vielfach verwendete Slangform von “business“.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelder. Sie tragen vor, dass die angemeldete Kennzeichnung die erforderliche Unterscheidungskraft aufweise. Sie bestehe aus zwei englischsprachigen Worten, wobei der Bestandteil “Bizz“ eine

Phantasiekennzeichnung sei, der Kennzeichnungskraft zukomme. "Bizz" sei auch keine für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im allgemeinen Sprachgebrauch oder in den redlichen anständigen Verkehrsgepflogenheiten üblich gewordene Angabe. Ein beschreibender Bezug dieses Begriffs zu den angegebenen Waren und Dienstleistungen sei nicht herzustellen, weshalb es auch am Freihaltungsbedürfnis fehle.

Die Antragsteller beantragen sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

Die Anmelder haben sich zu der ihnen vom Senat übermittelten Ergebnissen der Internetrecherche nicht geäußert.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, da der angemeldeten Bezeichnung im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1, § 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Dabei nimmt der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in der Regel so auf, wie es ihm entgegentritt und unterzieht es keiner analysierenden Betrachtungsweise. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d.h. jede, auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Diese Unterscheidungskraft fehlt jedoch, wenn dem Zeichen ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann

oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer geläufigen Fremdsprache handelt, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (BGH MarkenR 2001, 480 f - LOOK m.w.N.). Nach diesen Grundsätzen fehlt "mobile bizz" für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft. Dies wird nicht dadurch ausgeschlossen, dass die angemeldete Wortfolge als solche derzeit nicht nachweisbar ist, denn auch weder lexikalisch noch sonst belegbare Neuschöpfungen können nicht unterscheidungskräftig sein, wenn sie sprachüblich gebildet sind und einen ohne weiteres verständlichen, für die jeweiligen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehenden, eindeutigen, inhaltlich hinreichend umrissenen beschreibenden Sinngehalt aufweisen (vgl. BGH GRUR 1996, 771 - THE HOME DEPOT; BGH GRUR 1996, 770 - MEGA; BGH GRUR 1995, 269 - U-KEY; BGH GRUR 1995, 408 ff. - PROTECH; BGH WRP 2000, 95, 97, 98 - FÜNFER). Dies ist hier der Fall.

Das angemeldete Zeichen setzt sich aus den beiden Bestandteilen "mobile" und "bizz" zusammen. Das aus dem Englischen stammende Wort "mobile" bedeutet "beweglich, mobil" (PONS Collins Großwörterbuch Deutsch-Englisch Englisch-Deutsch 1999) und es wird von den inländischen Verkehrskreisen auf Grund der Bedeutungsidentität mit dem zum Bestandteil der deutschen Sprache gehörenden Fremdwort "mobil" (Wahrig, Deutsches Wörterbuch, 7.Aufl. 2000) ohne weiteres verstanden. Zudem ist Englisch im Bereich der hier beanspruchten Waren und Dienstleistungen Fachsprache. Der zweite Markenbestandteil "bizz" ist, wie von der Markenstelle bereits zutreffend festgestellt, eine im hier einschlägigen Fachgebiet häufig verwendete Kurzform für "business". Dieses englische Wort hat mit der Bedeutung "Geschäft" Eingang in die deutsche Sprache gefunden (Wahrig, Deutsches Wörterbuch, 7.Aufl. 2000, S. 309). Wie die Internet-Recherche ergeben hat, findet sich die Abkürzung "Bizz" für "business" in vielen Zusammensetzungen aus dem eCommerce-Bereich. So bietet beispielsweise die Fa. M... Corporation auf ihrer Website unter dem Stichwort "e-Bizz Solutions" Be-

ratungen im Bereich e-Business an. Mit der Bezeichnung "small bizz" weist ein Unternehmen auf ihre "Business-Lösungen für Kleinunternehmen, Freiberufler und Selbständige" hin. Mit dem Slogan "we make e-bizz easy" wirbt die Fa. ... GmbH aus Pforzheim für sich als "Full-service-Dienstleister" u.a. im Bereich E-Business.

Die Bezeichnung "mobile bizz" bedeutet danach "mobile business, mobiles Geschäft" im Sinne dessen, was z.B. u.a. bei der Fa. S... oder bei der Einladung zum Kongress "Treffpunkt mobile mBizz & Wireless IT 2001" beschrieben ist, nämlich eine modernere, weil äußerst unabhängige Unterart des e-Business. Für diese neue Art, über das Internet Geschäftstätigkeiten abzuwickeln, wobei von jedem Ort Mitarbeiter im Außendienst, Vertrieb, Support oder Management mit ihrem Unternehmen oder mit Kunden elektronisch kommunizieren können, hat sich "mobile business" als Fachbegriff etabliert. Für diesen hat das angemeldete Zeichen, das sprachüblich wie die im Rahmen der Internetrecherche aufgefundenen vergleichbaren Begriffe e-bizz, c-bizz oder IT-bizz gebildet ist, als schlagwortartige Bezeichnung auf dem Gebiet der vorliegend beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen im Vordergrund stehenden sachlichen Inhalt. Wie u.a. die Siemens-Website oder der ZDTechReport zum Thema "mobile business" zeigen, spielen beim "mobile business" mobile Endgeräte, beispielsweise Handys oder Laptops, eine zentrale Rolle, da hauptsächlich über sie die mobile Geschäftstätigkeit abgewickelt wird bzw. bei deren Zubehör, mit dem sich ein mobiler, globaler Geschäftsbetrieb abwickeln lässt. Für diese Waren wird die angemeldete Wortfolge stets nur in ihrem beschreibenden Sinn und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden. Dies gilt ebenso für die weiter beanspruchten Zubehörteile "Lederwaren, nämlich ...", die jeweils in engstem Zusammenhang mit den genannten Waren

stehen und erst Recht für die "Telekommunikation", die für das "mobile Bizz" Voraussetzung ist.

Grabrucker

Baumgärtner

Pagenberg

CI