



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 132/05

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 61 817.8

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung am 22. November 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die für die Dienstleistungen

„Beratung über den Einsatz von Telekommunikations- und Daten-
netzen (drahtgebunden und drahtlos) sowie Breitbandkabelanla-
gen bei Neu- und Umbau von Wohn- und Gewerbeimmobilien;

Betrieb von Telekommunikations- und Datennetzen (drahtgebun-
den und drahtlos) sowie Breitbandkabelanlagen in Wohn- und Ge-
werbe-Immobilien;

Netzwerkmanagement, nämlich Installation, Wartung und Instand-
haltung von Telekommunikations- und Datennetzen einschließlich
Endgeräten sowie Behebung von Störungen;

Vermittlung und Bereitstellung Telekommunikations- und Daten-
dienstleistungen;

Vermittlung und Bereitstellung von Sprachvolumen bei Telefonver-
bindungen sowie Kapazitäten zur Datenübertragung unter Ein-
schluss von Abrechnung und Inkasso;

Bereitstellung von Kapazitäten zur Datenspeicherung, -sicherung
und -verarbeitung;

Bereitstellung von Software-Programmen und Rechnerkapazitä-
ten;

Koordination von Maßnahmen zur Störungsbeseitigung in Fremd-
netzen;

Beratung für den individuellen Einsatz von Telekommunikations- und Datendienstleistungen;

Beratung für den individuellen Einsatz von Telekommunikations- und Datentechnik, nämlich Hard- und Softwareberatung;

Betrieb und Vermietung von Telekommunikations- und Serveranlagen;

Vermietung von Telefonen und Faxgeräten;

Aufstellung, Wartung und Reparatur von Computerhardware;

Installation, Wartung und Reparatur von Bürogeräten;

Konfiguration von Computer-Netzwerken durch Software;

e-Mail Datendienste;

Technische Beratung auf dem Gebiet des Internets;

Bereitstellung von Internetportalen;

Bereitstellung eines Datenservers zum Abruf von Internetauftritten;

Technische Realisierung sowie inhaltliche und grafische Gestaltung von Internetauftritten auch unter Verwendung von eigenen und fremden Datenbanken;

Beratung zum Einsatz von Büroinformationsdiensten sowie deren inhaltliche und technische Gestaltung durch redaktionelle und grafische Gestaltung sowie technische Erstellung und Ausstrahlung von Standbildern und Teletextseiten für geschlossene Nutzerkreise;

Bereitstellung einer Hotline“

angemeldete Wortmarke 301 61 817.8

Communication Agent

ist von der Markenstelle für Klasse 37 des Deutschen Patent- und Markenamts in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen worden. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die Marke sei nicht unter-

scheidungskräftig gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen liege es nahe, von einem Kommunikationsagenten zu sprechen, den die angesprochenen Verkehrskreise als multimedial agierenden Kommunikationsvermittler verstehen würden, zumal der Begriff „Agent“ auf dem IT- und Kommunikationssektor in Begriffen wie z. B. Call Center Agent und E-mail-Agent auftauche. Der Umstand, dass es sich bei der angemeldeten Marke um eine Wortneuschöpfung handele, vermöge keine hinreichende Unterscheidungskraft zu begründen, da der Verkehr daran gewöhnt sei, ständig mit sachbezogenen und ausschließlich werbemäßigen Hinweisen konfrontiert zu werden. Auch aus der englischsprachigen Herkunft könne eine Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke nicht hergeleitet werden, da Englisch auf dem vorliegenden Dienstleistungssektor die prägende Fach-, Werbe- und Umgangssprache sei.

Hiergegen hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie unterstreicht die Feststellung der Markenstelle, dass es sich bei der angemeldeten Bezeichnung um eine Wortneuschöpfung handele. Eine Vergleichbarkeit mit anderen Bezeichnungen, die den Bestandteil „Agent“ aufwiesen, sei nicht gegeben. Ein im Vordergrund stehender, auf die Dienstleistungen bezogener Inhalt liege nicht vor. Insbesondere sei der Bestandteil „Communication“ vieldeutig in Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen, weshalb auch eine Verständlichkeit der beanspruchten Marke für das Publikum nicht gegeben sei. Insgesamt weise die Marke ausreichende Originalität auf.

II

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, denn die angemeldete Marke weist nicht die erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auf. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG können Marken nicht eingetragen werden, denen für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewoh-

nende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solcher anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 - St. Pauli Girl; GRUR 2005, 258, 259 - Roximycin).

Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Waren- oder Dienstleistungsverkehr zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2002, 804, 805, 809 - Philips; GRUR 2003, 604 ff. - Libertel). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (vgl. EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 - BRAVO). Kann demnach einer Wortmarke für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH GRUR 2003, 1050 ff. - Cityservice).

Dies ist im Hinblick auf die vorliegende Wortfolge „Communication Agent“ zu bejahen. Der Begriff wird nachweislich in zwei verschiedenen Bedeutungen beschreibend verwendet. Zum einen erscheint er auf dem EDV-Sektor in Bezug auf eine sog. „Kommunikationsagenteneinheit“, d. h. eine intelligente Soft- und Hardwarelösung - vgl. unter <http://gauss.ffii.org/Patent View/EP996268> ... zur Beschreibung eines Patents der Firma A..., das das Auffinden eines Datensatzes eines Kommunikationspartners unter einer Vielzahl von Datensätzen eines Kommunikationspartner-Verzeichnismoduls ermöglicht. Gebräuchlich ist hierfür auch die englische Umschreibung: „Communication agent for the selection of appropriate communication parameters“ - vgl. ebenfalls unter <http://gauss.ffii.org/Patent View/EP996268>.... Eine im vorgenannten Sinn beschreibende Verwendung findet sich darüber hinaus z. B. unter <http://isl.ira.uka.de/publications/...>: „...we are interested

in developing a multimodal communication agent for Internet applications ...“ und unter <http://homepage.mac.com/...>: „Brahms Mobile Agents: ... Scenario Architecture: ... 1. Communication Agents ...“.

Zum anderen stellt der englische Begriff „Communication Agent“ eine auch in Deutschland geläufige Bezeichnung einer Person mit einem bestimmten Tätigkeitsprofil dar. In zahlreichen Stellenangeboten bezeichnet der Begriff eine Kommunikationstätigkeit am Telefon: vgl. unter www.jobmonitor.com/...: „Communication Agent - Wir suchen freundliche Telefonist/innen, die in einem tollen Team arbeiten ...“). Ein sehr viel breiteres Spektrum umfasst das z. B. unter www.atcable.de/produkte/mediaport/beratung.html beschriebene Aufgabenfeld: „Ihr zentraler Ansprechpartner vor Ort: Der Communication Agent“ ist u. a. zuständig für alle Fragen der Informations- und Kommunikationstechnik, fungiert als zentraler Ansprechpartner hinsichtlich Beratung/Information über Lösungen für die Informations- und Kommunikationstechnik (IuK) und Auswahl von Dienstleistungen, für die Beschaffung, Bereitstellung und den Betrieb der zentralen und dezentralen Systeme, wirkt bei der Betreuung und Überwachung von Projektrealisierungen, bei Einführung und Schulung der IuK-Systeme mit, organisiert den Help-Desk vor Ort und den Wartungs- und Entstörungsdienst und führt Verbraucheranalysen zur optimalen Beratung durch. In diesem breit gefächerten Anforderungsprofil sind praktisch alle in der Anmeldung beanspruchten Dienstleistungen abgedeckt; soweit dies nicht explizit der Fall ist, stehen die Dienstleistungen mit den beschriebenen Tätigkeitsfeldern jedenfalls in so engem Zusammenhang, dass sie ohne weiteres zu dem Aufgabenspektrum gezählt werden können, so dass der im Vordergrund stehende beschreibende Sinngehalt hinsichtlich aller angemeldeten Dienstleistungen zu bejahen ist. Als unmittelbar beschreibende Aussage ist deren Monopolisierung im Allgemeininteresse, das im Rahmen des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu berücksichtigen ist, nicht gerechtfertigt. Die angesprochenen Verkehrskreise, bei denen es sich überwiegend um Fachkreise handelt, werden die sowohl in Bezug auf Computerprogramme als auch bezüglich eines Berufsbilds beschreibende Bedeutung der vorliegenden Bezeichnung aufgrund der häufigen aktuellen Ver-

wendung auch ohne weiteres erkennen, zumal Englisch als Fachsprache im Computerbereich klar dominiert. Eine Herkunftsfunktion wird dem vorliegenden Begriff daher nicht zugemessen werden.

Aufgrund der aktuellen Verwendungsbeispiele ist in dem angemeldeten Begriff keine Wortneuschöpfung zu sehen. Dass hier mehrere - beschreibende - Sinngehalte vorliegen, hat keine Schutz begründende Mehrdeutigkeit zur Folge und hindert die Annahme einer fehlenden Unterscheidungskraft nicht. Verschiedene gleichwertige Bedeutungen einer Marke sprechen nicht für deren Unterscheidungskraft, wenn sich alle Deutungsmöglichkeiten als zur Erfüllung der Herkunftsfunktion ungeeignet erweisen (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT).

Bei dieser Sachlage kann dahingestellt bleiben, ob der angemeldeten Marke auch der Schutz nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu versagen wäre.

gez.

Unterschriften