



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 156/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 41 754.0

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter
Mitwirkung ...

in der Sitzung vom 5. April 2006

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 3. Juli 2000 und vom 19. Februar 2003 insoweit aufgehoben, als die angemeldete Marke für die Waren und Dienstleistungen

"Papier, soweit in Klasse 16 enthalten; gerahmte und ungerahmte Schnitte, Bilder und Drucke; Geschäftsführung für Dritte; Organisation und Veranstaltung von Messen für wirtschaftliche und gewerbliche Zwecke; Entwicklung von Franchisekonzepten für die Vermittlung von wirtschaftlichem und organisatorischem Know how; Entwicklung von Franchisekonzepten für die Vermittlung von finanziellem Know how; Erziehung, Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen, Seminaren, Symposien und Kolloquien; Verwaltung von Urheberrechten; Entwicklung (Design) von Marken und Produkten für Dritte"

zurückgewiesen wurde.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 16. Juli 1999 für zahlreiche Waren und Dienstleistungen unterschiedlicher Klassen angemeldete Wortmarke

People Online

ist von der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts zunächst in einem Zwischenbescheid vom 2. Februar 2000 als nicht unterscheidungskräftig beanstandet worden. Bezüglich der Fassung des Waren-/Dienstleistungsverzeichnisses wurde um die Beachtung von Hinweisen anderer Markenstellen zu "identischen Anmeldungen" gebeten.

Der Anmelder hat daraufhin am 5. April 2000 das jetzt geltende Verzeichnis eingereicht, welches folgende Waren und Dienstleistungen enthält:

Kl. 09: elektrische und elektronische Geräte soweit in Klasse 9 enthalten; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Form von Disketten, CDs, CD-Roms, Audio- und Videokassetten oder anderer Datenträger; Computer-Software, soweit in Klasse 9 enthalten; magnetische und optische Datenträger;

Kl. 16: Papier, soweit in Klasse 16 enthalten; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Druckform, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckerzeugnisse; gerahmte und ungerahmte Schnitte, Bilder und Drucke;

- Kl. 35: Werbung, Geschäftsführung für Dritte; Unternehmensberatung; Personal- und Stellenvermittlung; Organisation und Veranstaltung von Messen für wirtschaftliche und gewerbliche Zwecke; Telefonantwortedienste; Durchführung von Versteigerungen und Auktionen im Internet; Entwicklung von Franchisekonzepten für die Vermittlung von wirtschaftlichem und organisatorischem Know how; Dienstleistungen im Internet, nämlich Veranstaltung von Tauschbörsen, Vermittlung von Verträgen über den Verkauf von Waren und deren Abrechnung (Online-Shopping) in Computer-Netzwerken und/oder mittels anderer Vertriebskanäle; Betrieb von elektronischen Märkten im Internet durch Online-Vermittlung von Verträgen sowohl über die Anschaffung von Waren als auch über die Erbringung von Dienstleistungen; Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften im Rahmen eines elektronischen Kaufhauses; Betrieb eines Call-Centers, nämlich Abwicklung von Verträgen über den An- und Verkauf von Waren (Auftrags- und Bestellannahme) sowie Beratung im Hinblick darauf, Marktforschung, Betrieb einer Informations-, Beschwerde- und Notfall-Hotline; vorgenannte Dienstleistungen via Telekommunikation, insbesondere mit dem Ziel der Außendienstunterstützung/-optimierung, der Stammkundenpflege und der Neukundengewinnung;
- Kl. 36: Finanzdienstleistungen; Immobilienvermittlung; Wertpapierhandel; Bereitstellen von Informationen zum Wertpapierhandel; Entwicklung von Franchisekonzepten für die Vermittlung von finanziellem Know how;

- Kl. 38. Telekommunikations, Anbieten von Dienstleistungen im Internet, nämlich die elektronische Entgegennahme von Warenbestellungen, Sammeln und Liefern von Nachrichten, Übermittlung von Nachrichten; Zugangsvermittlung zu Verzeichnissen der in Daten-Netzwerken, insbesondere im Internet, verfügbaren Informationen;
- Kl. 41: Erziehung, Unterhaltung, Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen, Seminaren, Symposien und Kolloquien, Unterricht, schulischer Lese-, Rechtschreib-, Sprach- und Rechenunterricht; Schülerkurse, insbesondere Förderunterricht, Nachhilfeunterricht, Hausaufgabenhilfe, Sprachkurse, Musikunterricht, Examensvorbereitungen; Computer-, Internet- und Informatikkurse; pädagogischer Unterricht aller Art; Erstellung von Konzepten zur Anwendung individuell abgestimmter Lernmethoden, auch für Legastheniker; sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Kl. 41, auch über Internet, Dienstleistungen eines Verlegers, nämlich Herausgabe und Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen;
- Kl. 42: Erstellung von Computer-Software; Verwaltung von Urheberrechten, Entwicklung (Design) von Marken und Produkten für Dritte; Such- und Vermittlungsdienste, nämlich Suchen und Auffinden von Informationen in einem Daten-Netzwerk, insbesondere dem Internet; Vermittlung von Bekanntschaften, Brief- und Chat-Freundschaften.

In einem ersten Beschluss der Markenstelle vom 3. Juli 2000 ist die Anmeldung in vollem Umfang wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen worden. Der sprachüblich gebildete Begriff "People Online" werde von einem großen Teil

des Verkehrs im Sinne von "Menschen (Leute) Online" verstanden, zumal sich die beanspruchten Waren und Dienstleistungen an Personen mit umfangreichen Englischkenntnissen richteten.

Die Erinnerung des Anmelders ist durch Beschluss vom 19. Februar 2003 ebenfalls zurückgewiesen worden. Auch unter Beachtung der neueren Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu englischsprachigen Wortmarken fehle der angemeldeten Bezeichnung jegliche Unterscheidungskraft, da dieser ein beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werde. Die angemeldete Wortkombination sei unmittelbar verständlich, weil der Begriff "Online" bereits in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen sei und auf dem Gebiet der Computertechnik Englisch keinen echten Fremdsprachencharakter mehr aufweise (unter Hinweis auf beigefügte Internet-Ausdrucke). Angesichts der vielfältigen Dienstleistungen, die mit Hilfe von Datennetzen im Online-Betrieb möglich seien, liege für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur eine Werbeaussage allgemeiner Art vor.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Eine - zunächst angekündigte - Beschwerdebegründung ist nicht zu den Gerichtsakten gelangt.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde des Anmelders ist zulässig und teilweise - bezüglich der in der Beschlussformel genannten Waren und Dienstleistungen - auch begründet, weil insoweit einer Registrierung als Marke keine Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG entgegenstehen. Im Übrigen bleibt sie mangels jeglicher Unterscheidungskraft der angemeldeten Bezeichnung ohne Erfolg.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. EuGH GRUR 2003, 514 - Linde, Winward und Rado; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice). Bei Wortmarken ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs von fehlender Unterscheidungskraft auszugehen, wenn der Marke ein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort (bzw. eine Wortfolge) der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung, stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (st. Rspr.; vgl. BGH, a. a. O. - Cityservice).

Das zum Grundwortschatz der englischen Sprache zählende Wort "People" hat die (Haupt-)Bedeutung "Leute, Menschen", daneben bezeichnet es das "Volk" (in jeder Bedeutung des Wortes; vgl. Pons, Wörterbuch für Schule und Studium, Teil 1 Englisch-Deutsch, S. 937). Der ebenfalls englischsprachige Begriff "Online" ist bereits - wie die Markenstelle zutreffend dargelegt hat - in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen und in deutschen Wörterbüchern verzeichnet (vgl. z. B. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl., S. 1163). Es weist die Bedeutungen auf: 1. In direkter Verbindung mit der Datenverarbeitungsanlage arbeitend, direkt mit dieser gekoppelt; 2. ans Datennetz, ans Internet angeschlossen; innerhalb des Datennetzes, des Internets (Duden, a. a. O.).

Für sämtliche Dienstleistungen und Waren, die mit Computern, Datennetzen und Datenverarbeitung in Verbindung stehen, wird deshalb die Wortkombination "People Online" in naheliegender Weise produktbezogen verstanden, vor allem im Sinne einer Angabe der Zielgruppe (d. h. Menschen, Leute, die sich im Netz/Internet bewegen und dieses nutzen). Diese Beurteilung gilt für sämtliche weiterhin versagten Dienstleistungen.

Eine andere Beurteilung der Schutzzfähigkeit ist aber für die im Tenor genannten Dienstleistungen (und Waren) geboten, weil diese üblicherweise nicht Online erbracht werden. Dass Arbeitsergebnisse Online übermittelt werden können oder über diese im Internet kommuniziert werden kann, reicht für die Annahme eines unmittelbar produktbezogenen Verständnisses der Interessenten nicht aus. Mithin ermangelt die angemeldete Bezeichnung insoweit nicht jeglicher Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG; es liegt auch keine glatt beschreibende Merkmalsangabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG vor.

Vor einer endgültigen Registrierung der angemeldeten Marke wird die Markenstelle nochmals zu prüfen haben, ob bezüglich derjenigen Waren und Dienstleistungen, für welche die Schutzzfähigkeit gegeben ist, das geltende Waren- und Dienstleistungsverzeichnis unzulässige Erweiterungen gegenüber dem ursprünglich eingereichten enthält.

gez.

Unterschriften