

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 163/99

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 14 194.7

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 5. April 2000 durch den Vorsitzenden Richter Meinhardt, den Richter Dr. Vogel von Falckenstein und den Richter Guth

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 3. März 1999 und vom 8. September 1997 insoweit aufgehoben, als der angemeldeten Marke die Eintragung für die Waren "Büroartikel (ausgenommen Möbel)" versagt worden ist.
2. Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Die Wortmarke

"GlobalNet"

soll für die Waren und Dienstleistungen

"Elektrische, elektronische, optische, Meß-, Signal-, Kontroll- oder Unterrichtsapparate und -instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten; maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Druckereierzeugnisse, insbesondere bedruckte und/oder geprägte Karten aus Karton oder Plastik; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Büroartikel (ausgenommen Möbel);

Werbung und Geschäftswesen; Finanzwesen; Immobilienwesen; von Einrichtungen für die Telekommunikation; Telekommunikation; insbesondere Daten- und Sprachdienstleistungen, nämlich Multimedia-Dienste, Telefonieren, Anrufweiterleitung, Konferenzschaltung, Auskunfts- und Auftragsdienste, nachrichtenübermittelbare Hilfs-, Notfalldienste sowie Navigations- und Ortungsdienste; Betrieb und Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation, insbesondere für Funk und Fernsehen; Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitschriften und anderen Druckerzeugnissen sowie entsprechenden elektronischen Medien (einschließlich CD-ROM und CD-I); Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Vermietung der Zugriffszeiten zu und Betrieb von Datenbanken, sowie Sammeln und Liefern von Daten, Nachrichten und Informationen; Vermietung von Datenverarbeitungseinrichtungen und Computern; Projektierung und Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation"

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen. Die angemeldete Marke sei für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen Freihaltungsbedürftig und es fehle ihr jegliche Unterscheidungskraft. Es handele sich um einen den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres verständlichen sprach- und werbeüblichen Hinweis darauf, daß die angemeldeten Waren und Dienstleistungen über ein globales Netz, d.h., dem Internet, vertrieben oder erbracht würden, wie dies jetzt schon weitgehend üblich sei. Die Schreibweise sei nicht schutzbegründend, denn die Bedeutung der Wortzusammensetzung sei ohne weiteres erfassbar, weil "global" auch ein deutsches

Wort sei, das "weltweit, weltumfassend" bedeute und weil "net" in der Bedeutung von "Netz, Netzwerk" in die deutsche Sprache eingegangen sei. Ein Freihaltungsbedürfnis könne auch an einem noch nicht lexikalisch nachweisbaren Wort wie der angemeldeten Wortzusammensetzung bestehen, wenn dieses für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen wichtige Umstände beschreibe.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Bei "GlobalNet" handele es sich nicht um einen Begriff der deutschen Sprache, der zur Beschreibung der angemeldeten Waren und Dienstleistungen benötigt werde. "GlobalNet" sei - wenn überhaupt für einzelne Waren oder Dienstleistungen - nur mittelbar beschreibend. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs sei ein Hinweis auf Vertriebsmodalitäten von Waren und Dienstleistungen, der hier allenfalls vorliegen könnte, nicht Freihaltungsbedürftig. Wegen der höchstens nur mittelbar beschreibenden Wirkung der angemeldeten Marke fehle ihr auch nicht jegliche Unterscheidungskraft.

Die Anmelderin beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

Der Senat hat eine Internetrecherche zur Bedeutung des Begriffs "GlobalNet" durchgeführt, deren Ergebnis der Anmelderin zur Kenntnis gegeben wurde. Wegen weiterer Einzelheiten wird auf die Beschwerdebegründung der Anmelderin und die Amtsakte 397 14 194.7 Bezug genommen.

II

1. Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig. In der Sache hat sie jedoch überwiegend keinen Erfolg. Die Markenstelle hat der angemeldeten Marke in Bezug auf alle Dienstleistungen mit Ausnahme von "Büroartikel (ausgenommen Möbel)" zu Recht die Eintragung versagt.
- 1.1 Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, setzt sich die angemeldete Marke erkennbar aus den Wortbestandteilen "Global" und "Net" zusammen, die durch die Großschreibung der Anfangsbuchstaben voneinander abgehoben sind. Beide Wortelemente kommen in der deutschen Umgangs- und Fachsprache vor. Das Wort "global", das in der englischen und der deutschen Sprache gleich geschrieben wird, steht für "weltweit, international, umfassend" (vgl. Pons Collins Großwörterbuch Deutsch - Englisch Englisch - Deutsch, Klett 1999; Duden Oxford, Großwörterbuch Englisch, Dudenverlag 1990; Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Aufl., jeweils Stichwort "global"). In der einschlägigen Fachterminologie bedeutet "Global" "zu mehr als einem privaten Adressraum gehörig" (Fachausdrücke der Informationsverarbeitung Wörterbuch und Glossar Englisch - Deutsch, 1985). Wie die Anmelderin nicht bestreitet und wie allgemein bekannt ist, wird "net" sowohl in der internationalen Fachsprache als auch im deutschen Sprachraum in der Bedeutung von "Netz, Netzwerk" in Alleinstellung und in Wortzusammensetzungen wie "Internet" oder "Intranet" verwendet. Die Internetrecherche des Senats hat überdies ergeben, daß der Begriff "global net" in unterschiedlichen Schreibweisen mit der Bedeutung "weltweites Netz" (z.B. "local and global net") vorkommt und als Hinweis auf weltweite Präsentation des Angebots bzw überörtliche und internationale Tätigkeit in Verbindung mit dem Internet des betreffenden Anbieters verwendet wird. Die angemeldete Marke wird darum von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres als "weltweites, umfassendes, internationales Netzwerk" oder "zu mehr als einem privaten Adressraum gehöriges

Netzwerk, mehr als einen privaten Adressraum umfassendes Netzwerk" verstanden werden.

Der angemeldete Begriff eignet sich deshalb - auch in der angemeldeten Schreibweise - für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen mit Ausnahme von "Büroartikel (ausgenommen Möbel)" als schlagwortartiger unmittelbar beschreibender Hinweis. Soweit die angemeldeten Waren und Dienstleistungen sich nicht direkt auf die Schaffung, den Aufbau, die Beschreibung eines globalen, umfassenden Netzwerks oder den Umgang mit einem weltweiten oder umfassenden Netz beziehen, handelt es sich um einen Hinweis auf weltweite Präsentation, weltweites Tätigwerden, weltweite Zugangsmöglichkeiten oder um den Gegenstand der Informations-, Recherche-, Benachrichtigungs-, Ausbildungs-, Programmierungsdienstleistungen, Lehr- und Unterrichtsmittel bzw. der Veröffentlichungen.

- 1.2 Die angemeldete Marke nimmt damit auf eine konkrete vorteilhafte Eigenschaft der Waren und Dienstleistungen der angemeldeten Marke Bezug (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU") und beschreibt die Eigenschaften zumindest eines Großteils dieser Waren und Dienstleistungen unmittelbar. Sofern dieser Begriff für einzelne Waren und Dienstleistungen doch nicht ganz klar und ohne weitere Überlegungen erkennbar sein sollte, kommt er einer unmittelbar beschreibenden Angabe, für die ein Freihaltungsbedürfnis besteht, jedenfalls äußerst nahe. Wie oben festgestellt wurde, handelt es sich bei der angemeldeten Marke um einen Begriff des allgemeinen Sprachgebrauchs, der häufig als schlagwortartig herausgestellte Eigenschaftsangabe mit einem deutlich anpreisenden Charakter verwendet wird. Anders als im Fall des Wortes "BONUS" (vgl. dazu BGH BIPMZ 1998, 249 "BONUS") beschreibt die hier angemeldete Marke in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine wesentliche Eigenschaft, für die geworben wird oder die für den Kunden im Vordergrund steht, und nicht nur eine Leistung, die mit der Ware oder Dienstleistung in einem gewissen

lockeren Zusammenhang steht. Angesichts der hohen Bedeutung, die weltweiten Telekommunikationsnetzen wie dem World Wide Web, weltweiten Recherchen und der Verfügbarkeit von Informationen, der Präsenz der Anbieter von Waren und Dienstleistungen im Internet sowie Dienstleistungen, die durch und über das Internet erbracht werden, zukommt, wird hier eine für den Verkehr sehr bedeutsame Eigenschaft angesprochen, selbst wenn nicht eine unmittelbar beschreibende Bedeutung vorliegt. Dies gilt nicht nur für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 38 und 42 sowie für Herausgabe von Medien, Ausbildung und Erziehung sondern ebenso für Finanzdienstleistungen oder der Werbung, die gerade zu den Haupteinnahmequellen von im Internet präsenten Anbietern gehört. Auch kulturelle Aktivitäten wie z. B. Konzerte mit berühmten Künstlern oder aufsehenerregende "Events" werden heute bereits über weltweite Kommunikationsnetze, u. a. dem Internet, organisiert und den Zuschauern bzw. Zuhörern zugänglich gemacht. Der Verkehr wird diese Wortkombination wegen dieses im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalts nicht nur für die Waren und Dienstleistungen, die es unmittelbar beschreibt, sondern für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen mit Ausnahme von Büroartikel (ausgenommen Möbel) nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel auffassen, also nicht als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES").

- 1.3 In Bezug auf die Waren "Büroartikel (ausgenommen Möbel)" kann der Senat an der angemeldeten Wortmarke weder ein Freihaltungsbedürfnis (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) feststellen noch fehlt ihr insoweit jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), denn die Wortmarke stellt insoweit keinen hinreichend konkret und eindeutig beschreibenden Hinweis auf eine hinreichend eng mit den Waren zusammenhängende Eigenschaft dar. Zwar werden u. a. auch Büroartikel im Internet angeboten. Hierbei handelt es sich aber nicht um eine wesentliche Eigenschaft der Büroartikel, für die geworben

wird oder die für den Kunden im Vordergrund steht, sondern lediglich um eine Leistung, die mit der für den Verkehr wesentlichen Waren in einem gewissen entfernteren Zusammenhang steht (vgl. dazu etwa auch BGH BIPMZ 1998, 249 "BONUS"), die jedoch die Eigenschaften, die Qualität und die Verwendbarkeit der angemeldeten Waren nicht betrifft. Im übrigen bedarf es in Verbindung mit diesen Waren mehrerer Gedankenschritte, um zu einer sachbezogenen Deutung zu kommen, denn es drängt sich anders als bei den übrigen angemeldeten Waren und Dienstleistungen ein Sachbezug nicht auf.

2. Der Senat sieht keinen Anlaß, der Anregung der Anmelderin zu folgen und die Rechtsbeschwerde zuzulassen, weil weder eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden war noch die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung die Entscheidung des Bundesgerichtshofes erfordert. Vielmehr beruht die Entscheidung des Senats auf anerkannten Grundsätzen zur Beurteilung des Freihaltungsbedürfnisses und der Unterscheidungskraft; die Problematik des vorliegenden Falls betrifft allein die Frage, wie der Verkehr die angemeldete Marke in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen versteht, und liegt damit auf tatsächlicher Ebene.

Meinhardt

Dr. Vogel von Falckenstein

Guth

Cl