

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 142/99

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 27 567.6

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) in der Sitzung vom 20. September 2000 durch den Vorsitzenden Richter Meinhardt, die Richterin Pagenberg und den Richter Guth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Wortmarke

"Die Multimedia Schmiede GmbH"

soll für die Dienstleistungen

"Erstellen von Werbung für die klassischen (Druck/analog) und neuen Medien (digital); Bearbeitung von Material für die klassischen (Druck/analog) und neuen Medien (digital); Vertrieb von Hard- und Software; Duplikation von elektronischen Medien; Realisation von Unternehmenspräsentationen, Produkt- und Informationsdatenbanken, Infotainment- und Edutainmentsystemen"

in das Markenregister eingetragen werden. Im Verfahren vor dem Bundespatentgericht ist die Bezeichnung der Anmelder präzisiert worden. Anmelder (und Beschwerdeführer) seien Herr J...und Herr B..., die auch im Rubrum

des angefochtenen Beschlusses genannt werden, nicht aber, wie zunächst auf dem Anmeldeformular angegeben, die "J1..., B1... & Partner GbR".

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluß vom 23. März 1999 zurückgewiesen. Es handele sich lediglich um einen allgemein verständlichen, werbeüblichen schlagwortartigen Hinweis, daß die Waren bzw. Dienstleistungen nach einem Multimediakonzept von einer Gesellschaft in der Rechtsform einer GmbH erstellt, vertrieben oder erbracht würden. Die Bezeichnung "Schmiede" werde auch als Themenbeschreibung auf verschiedene Art verwendet, wie sich aus verschiedenen Fundstellen ergebe, und biete sich im vorliegenden Fall als allgemeine Bezeichnung für einen Geschäftsbetrieb an. An beschreibenden Angaben wie den Wörtern, aus denen sich die Marke zusammensetze, bestehe ein Freihaltungsbedürfnis und ihnen fehle jegliche Unterscheidungskraft, was auch für die Wortzusammenstellung gelte.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelder. Die angemeldete Marke sei nicht Freihaltungsbedürftig und es könne ihr auch nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Der Begriff "Multimedia Schmiede" vermittele keine klare Vorstellung von den beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Auch ergebe der Zusatz "GmbH" zusammen mit den weiteren Wörtern einen Gesamtbegriff, der ersichtlich eine ganz bestimmte Firma bezeichne. Die von der Markenstelle genannten Begriffe mit dem Bestandteil "Schmiede" beträfen keine beschreibenden Angaben, sondern Firmennamen und Personennamen. Außerdem würden in Wortzusammensetzungen mit "-Schmiede" die zu formenden bzw. herzustellenden Produkte als erster Wortteil genannt. Bei "Multimedia" im angemeldeten Zeichen handele es sich aber um eine Vorgehensweise, ein Konzept, nicht um das Endprodukt.

Die Anmelder beantragen,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf die Beschwerdebegründung der Anmelder und die Amtsakte 397 27 567.6 Bezug genommen.

II.

1. Die Beschwerde der Anmelder ist zulässig. In der Sache hat sie jedoch keinen Erfolg. Die Markenstelle hat der angemeldeten Marke zu Recht die Eintragung versagt, da der Marke jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1 MarkenG).
2. Die angemeldete Marke wird von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres als unmittelbar beschreibender Hinweis auf die Art, Eigenschaften oder Herkunft der angemeldeten Dienstleistungen verstanden werden. "Multimedia" bezeichnet das Zusammenwirken, die Anwendung von verschiedenen Medien wie Texten, Bildern, Grafiken, Computeranimationen, Musik, Ton (Duden, Deutsches Universal Wörterbuch A-Z, 3. Aufl.). Der Begriff der Schmiede wird in vielen Wortverbindungen und Firmenbezeichnungen verwendet und bezeichnet - auch im übertragenen Sinn - die Stätte, in der etwas "geschmiedet", d.h. hergestellt, bearbeitet und gestaltet wird. So gibt es etwa Wortzusammensetzungen wie "Talentschmiede, Kaderschmiede (Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Aufl.), Ideenschmiede" usw.. Die angemeldete Marke ist entsprechend diesen Begriffen gebildet, die als Hinweise auf die Art der von diesen Betrieben hergestellten Dienstleistungen anzusehen sind. Entgegen der Meinung der Anmelder unterscheidet sich "Multimedia Schmiede" nicht von diesen Wortverbindungen, die - wie die Anmelder zugestehen - die zu formenden bzw. her-

zustellenden Produkte als ersten Wortteil beinhalten. Auch bei der angemeldeten Marke steht der Gegenstand der Dienstleistungen am Anfang der Wortzusammensetzung. Wie z. B. aus der Wortzusammensetzung erkennbar wird, daß in der "Talentschmiede" Talente (bzw. talentierte Menschen) gefördert und herangebildet, in der "Kaderschmiede" Kader herangezogen und in der "Ideenschmiede" Ideen entwickelt werden, weist für den Verkehr ohne weiteres erkennbar "Multimedia Schmiede" darauf hin, daß in diesem Betrieb Multimedia-Anwendungen geschaffen und gestaltet werden. Eine gewisse begriffliche Unschärfe ist derartigen in der Werbung gebräuchlichen Ausdrücken zwar immanent. Der Verkehr sieht eine solche relativ geringfügige Ungenauigkeit jedoch nicht als betriebskennzeichnend an, weil die Werbung häufig Wörter verwendet, die aufgrund ihres schlagwortartig anpreisenden Charakters nur verkürzt und daher nicht mit wissenschaftlicher Genauigkeit und größter sprachlicher Schärfe die Eigenschaften der beworbenen Waren und Dienstleistungen beschreiben. Gerade die Werbesprache verwendet in vielen Fällen verkürzte, plakative Ausdrucksweisen, um Sachverhalte kurz, schnell und unkompliziert zu vermitteln (vgl. dazu BPatGE 40, 209, 212 "NEW LIFE" mit Nachweisen aus der Rspr.; BGH EBE/BGH 2000, BGH-Ls 440/00 „Bücher für eine bessere Welt“). Dies belegen u. a. die o.g. Beispiele und bestätigen auch weitere Fundstellen aus dem Internet, wo sich Begriffe wie "Medienschmiede, Medaillien-Schmiede, Software-Schmiede, High-Tech-Schmiede, HTML-Schmiede, Grafik Schmiede, Internet-Schmiede, Entertainment-Schmiede" ermitteln lassen. Bei solchen Wortbildungen steht - wie in der angemeldeten Marke - vor "Schmiede" teilweise die Bezeichnung für einen relativ weiten Tätigkeitsbereich, das Konzept oder die betrieblichen Eigenschaften. Zwar werden Wortzusammensetzungen mit "Schmiede" zum Teil in Firmenbezeichnungen verwendet. Aber auch bei dieser Verwendungsweise sind die Wortzusammensetzungen meist erkennbar als Hinweis auf Art des Betriebs und die Art seiner Tätigkeit gedacht und werden auch so verstanden. Außerdem deutet die Häufigkeit der Verwen-

derung von verschiedenen Firmen auf ein rein beschreibendes Verständnis und eine beschreibende Bedeutung hin.

Der Zusatz "GmbH" macht die Marke nicht zu einem Hinweis auf einen bestimmten, individualisierbaren Herkunftsbetrieb, denn er kennzeichnet lediglich die Rechtsform der Gesellschaft, sagt also nur aus, daß die Dienstleistungen von einer (beliebigen) Gesellschaft mit beschränkter Haftung erbracht werden (vgl. 32 W (pat) 164/99 "LANEffect Datentechnik GmbH"; BPatG GRUR 1985, 443, 444 "DEK DEUTSCHE EXTRAKT KAFFEE GMBH HAMBURG").

Die angemeldete Marke weist darum in sprach- und werbeüblicher Weise lediglich auf die Art und Eigenschaften der Dienstleistungen hin, nämlich, daß sie durch eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung erbracht werden, die Multimediaerzeugnisse konzipiert und gestaltet, wobei ein solcher Spezialbetrieb eine hohe Qualität und Kompetenz impliziert. Außerdem kann die angemeldete Marke darauf hinweisen, daß ein solcher Betrieb Gegenstand der Dienstleistungen ist.

3. Ob der Begriffsinhalt der angemeldeten Marke hinreichend konkret ist und die Dienstleistungen so unmittelbar beschreibt, daß ein Freihaltungsbedürfnis (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) besteht, kann dahingestellt bleiben (vgl. auch für die Frage des Freihaltungsbedürfnisses von Etablissementbezeichnungen als Marke für Waren BGH BIPMZ 1999, 365, 366 "HOUSE OF BLUES"). Der angemeldeten Marke fehlt jedenfalls für sämtliche angemeldeten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft. Die angemeldete Marke nimmt auf konkrete vorteilhafte Eigenschaften der Dienstleistungen der angemeldeten Marke Bezug (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"), gibt einen konkreten Hinweis auf die Eigenschaften der Dienstleistungen und kommt einer unmittelbar beschreibenden Angabe jedenfalls sehr nahe. Wie oben festgestellt wurde, handelt es sich bei der angemeldeten Marke auch um

einen den angesprochenen mehr oder weniger fachkundigen Verkehrskreisen ohne weiteres verständlichen Begriff, der sich als schlagwortartig herausgestellte Eigenschaftsangabe mit einem deutlich anpreisenden Charakter anbietet, eine für den Verkehr bedeutsame Eigenschaft herauszustellen. Die angesprochenen Verkehrskreise werden somit wegen dieses im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalts die angemeldete sachbezogene Wortfolge für die beanspruchten Dienstleistungen nur als solche 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").

Meinhardt

Pagenberg

Guth

CI