

# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 53/01

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 399 03 578.8**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. April 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richter Knoll und Brandt

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 16. November 1999 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Das Zeichen

siehe Abb. am Ende

ist am 23. Januar 1999 für

"netzwerkbasierte Dienstleistungen; Telekommunikation; Unternehmensverwaltung"

als Bildmarke zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke mit Beschluß vom 16. November 1999 aus den Gründen des Beanstandungsbescheids vom 23. April 1999 wegen fehlender Unterscheidungskraft und des Bestehens eines Freihaltungsbedürfnisses verneint und die Anmeldung zurückgewiesen.

In dem genannten Bescheid ist dazu ausgeführt, die aus englischsprachigen, je für sich gesehen schutzunfähigen Begriffen in Form einer Internetadresse bestehende angemeldete Marke stelle auch keine schutzfähige Gesamtmärke dar. Sie sei in bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen lediglich ein beschreibender Hinweis darauf, daß diese für den Arbeits-Bereich, also für die berufliche Nutzung angeboten würden. Auch die graphische Ausgestaltung halte sich im Rahmen üblicher Werbegravik.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders mit dem sinngemäßen Antrag,

den Beschluß der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 16. November 1999 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Die Übersetzung der fremdsprachigen angemeldeten Marke werde von den inländischen Verkehrskreisen nicht ohne weiteres erkannt, da die Bezeichnung nicht in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen sei. Zudem seien hinsichtlich des Begriffes "work-center" zahlreiche andere Übersetzungen denkbar. So werde allein der Begriff "work" mit "bedienen, formen, gestalten" etc übersetzt. Mangels eines konkreten, beschreibenden Bezugs zu den beanspruchten Dienstleistungen bestehe auch kein Freihaltungsbedürfnis.

Wegen der Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluß der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts sowie auf den Inhalt der Verfahrensakten Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde des Anmelders ist zulässig und hat auch in der Sache Erfolg.

Nach Auffassung des Senats stehen der Eintragung Schutzhindernisse nicht entgegen. Die angemeldete Marke unterliegt insgesamt keinem Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG und verfügt aufgrund ihrer bildlichen Bestandteile auch über die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft.

Das angemeldete Wort-/Bildmarke besteht nicht ausschließlich aus Angaben im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, die im Verkehr zur Bezeichnung der Beschaffenheit, Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Dienstleistungen dienen können (vgl hierzu BGH WRP 2000, 1140, 1141 "Bücher für eine bessere Welt" mwN).

Allerdings neigt der Senat entgegen der Ansicht des Anmelders dazu, in den Wortbestandteilen "work-center" insbesondere für "netzwerkbasierte Dienstleistungen" eine beschreibende und somit für sich schutzunfähige Angabe zu sehen. Eine Internet-Recherche zeigt, daß diese Wortkombination sogar in deutschsprachigen Web-Seiten zur Beschreibung der Art und des Gegenstands der jeweiligen, meist im Zusammenhang mit dem Internet stehenden Dienstleistungen verwendet wird. So wird vom "PTN-Power Team Network" ein "Homepage Work Center" dargestellt, welches ua Informationen, Tips, Werkzeuge und Links für den Aufbau und den Betrieb einer Homepage bietet. Auf einer Web-Seite "ITAC Telecommuting" wird ein "Neighborhood Work Center" dahingehend definiert, daß sich ein "Nachbarschafts(arbeits)zentrum" von einem Satellitenbüro dadurch unterscheidet, daß die Büroflächen von Angestellten verschiedener Betriebe genutzt werden. Auf jeweils englischsprachigen Internet-Seiten unterschiedlicher Anbieter finden sich zB Hinweise auf "an alternative work center resource for certain orders", "work center-related processing", "Driver70's WebTV Work Center – A web tools page that includes a validator, view source, search engine links, ..." sowie "Work Center Scheduling". Schließlich wirbt das Unternehmen XEROX für einen "Work Center 470cx" als "Multitalent" zum Drucken, Faxen, Kopieren und Scannen.

Sämtliche genannten Beispiele lassen für die angesprochenen, der englischen Sprache weitgehend kundigen Fachkreise in dem jeweiligen Zusammenhang die Bedeutung des Begriffs "work center" hinreichend konkret und deutlich erkennen, nämlich daß einzelne Arbeiten oder (Dienst-)Leistungen an einem zentralen Ort, ausgeführt bzw anboten oder erbracht werden. Auch wenn eine beschreibende Aussage im Sinne von "Arbeits-Zentrum" durchaus allgemein und begrifflich un-spezifisch sein mag – was der Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses nicht entgegen steht, weil sich auch begrifflich unbestimmte, verallgemeinernde Aussagen als treffende Sachbegriffe eignen können (vgl BGH "Bücher für eine bessere Welt") –, teilt der Senat nicht die Ansicht des Anmelders, daß es sich insoweit um einen aufgrund der Fremdsprachigkeit mehrdeutigen, zur Beschreibung der beanspruchten Dienstleistungen nicht geeigneten Begriff handele.

Die Frage, ob der Wortbestandteil "work-center" in Bezug auf die einzelnen beanspruchten Dienstleistungen eine unmittelbar beschreibende und damit schutzunfähige Angabe darstellt, kann für die Entscheidung jedoch letztlich dahingestellt bleiben, da ein Interesse der Wettbewerber an der Freihaltung der angemeldeten Marke aufgrund der bildlichen Gestaltung zu verneinen ist, auch wenn sich der Anmelder selbst auf diesen Gesichtspunkt nicht beruft.

Die angemeldete Marke ist insoweit graphisch ausgestaltet, als sie am Beginn eine ununterbrochene Zickzacklinie ohne einen aufgrund verlaufender Gestaltung klar bestimmbaren Anfang aufweist, was einem Verständnis als Buchstaben zunächst entgegensteht. Der Bildcharakter wird noch dadurch verstärkt, daß die Zickzacklinie nahtlos in das "w" von "work" übergeht, wobei auch der Grad der Schräge der Linien beibehalten wird und sich nur die Schriftstärke verändert, nämlich zunimmt. Weiterhin ist auffällig und ungewöhnlich, daß der rote "Punkt" in Form eines Quadrats – anders als sonst bei Internet- bzw E-Mail-Adressen üblich – keine Zäsur nach den Buchstaben "www" und der Second-Level-Domain bewirkt. Soweit das in der angemeldeten Marke vorangestellte Zeichenelement als "www" und damit als aus Internet-Adressen und E-Mail-Adressen geläufige Abkür-

zung für "world wide web" erkannt wird, kommt – wovon offenbar auch der Anmelder selbst ausgeht – diesem Bestandteil für sich allerdings keine individualisierende und zur Schutzfähigkeit der Gesamtbezeichnung beitragende Bedeutung zu (vgl BPatG BIPMZ 2000, 294 "<http://www.cyberlaw.de>" mwN; PAVIS PROMA, Bender, R0077/99-2 "WWW.PRIMEBROKER.COM").

Zwar mag aufgrund der inzwischen durch häufige Verwendung auch in der Werbung und als Bestandteil von Marken und Markenmeldungen vorhandenen Kenntnis vom Aufbau derartiger Bezeichnungen ein Verständnis der angemeldeten Marke im Sinne von "www.work-center" für den angesprochenen Verkehr durchaus nahe liegen. Jedoch entsteht durch die genannten graphischen Elemente ein schutzbegründender "Überschuß" (vgl Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 8 Rdn 145 mwN), der über den Charakter der beschreibenden und für sich schutzunfähigen Wortbestandteile hinausgeht und der angemeldeten Marke einen hinreichend phantasievollen Gesamteindruck verleiht. Anhaltspunkte dafür, daß die anmeldungsgemäße graphische Gestaltung von Mitbewerbern zur Beschreibung der in Rede stehenden Dienstleistungen gegenwärtig oder im Hinblick auf eine künftige beschreibende Verwendung benötigt bzw gar tatsächlich bereits verwendet wird, sind nicht ersichtlich, so daß ein die Eintragung hinderndes Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG nicht mit der erforderlichen Sicherheit festgestellt werden kann.

Unter diesen Umständen kann dem angemeldeten Zeichen auch nicht jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG abgesprochen werden, wobei eine noch so geringe Unterscheidungskraft ausreicht (vgl BGH WRP 2000, 1140, 1142 "Bücher für eine bessere Welt" mwN). Da die in gewissem Maße durchaus originell mit den Wortbestandteilen verbundenen bildlichen Elemente schon über eine einfache und übliche Werbegraphik hinausgehen, vermittelt die angemeldete Marke als Ganzes einen hinreichend phantasievollen und prägnanten Eindruck, um das Erinnerungsvermögen des Verkehrs in herkunftshinweisender Funktion zu beeinflussen (vgl BGH GRUR 1991, 136, 137 "NEW MAN").

Nach alledem war der angefochtene Beschluß der Markenstelle für Klasse 42 auf die Beschwerde des Anmelders aufzuheben.

Kliems

Knoll

Brandt

Pü

Abb. 1

