

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 314/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 70 416

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 29. Januar 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker sowie den Richter Voit und die Richterin k. A. Fink

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Bezeichnung

Von Mensch zu Mensch

für

"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; Leer- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Büroartikel (ausgenommen Möbel); Werbung und Geschäftsführung; Finanzwesen; Immobilienwesen; Telekommunikation; Betrieb und Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation, insbesondere für Funk und Fernsehen; 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".

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes, besetzt mit einem Beamten des höheren Dienstes, hat die Anmeldung mit Beschluss vom 14. Juni 2000 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, die angemeldete Wortfolge sei eine lexikalisch nachweisbare Redensart, die im allgemeinen Sprachgebrauch zur Bezeichnung der Vertraulichkeit einer zwischen zwei oder mehr Menschen erfolgenden Kommunikation verwendet werde. Damit komme dem Zeichen zunächst ein werblicher Charakter zu, da eine vertrauliche, positive Atmosphäre bezüglich des Angebots geschaffen werde. Zusätzlich weise die angemeldete Wortfolge bezüglich der in den Klassen 9, 38 und 41 beanspruchten Waren und Dienstleistungen auf deren Eignung zur Kommunikation zwischen Menschen hin. Damit werde das angemeldete Zeichen, das nicht über einen ausfüllungsbedürftigen Sinn oder Aussagegehalt verfüge, als reine werbliche Äußerung und nicht als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie stützt diese im Wesentlichen darauf, das angemeldete Zeichen verfüge über die erforderliche Unterscheidungskraft, da der Kernbegriff der Marke, nämlich der Begriff "Mensch" in seinem Bedeutungsgehalt weder beschreibender, noch gebräuchlicher Natur sei. Insbesondere vermittele er keine Sachinformationen über die beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Vielmehr sei das angemeldete Zeichen auf dem entsprechenden Waren- und Dienstleistungssektor mehrdeutig und rege zum Nachdenken an.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 14. Juni 2000 aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache ohne Erfolg.

Die angemeldete Bezeichnung ist eine freihaltebedürftige Sach- bzw Bestimmungsangabe (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG). Zudem fehlt der angemeldeten Bezeichnung die Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG).

Die einzelnen Bestandteile des angemeldeten Zeichens sind in sprachüblicher Weise - wenn auch keinen vollständigen Satz bildend - zusammengefügt und ohne weiteres verständlich. Die angemeldete Wortfolge wird unverändert in zahlreichen Lebensbereichen verwendet. Wie die Ergebnisse der der Anmelderin vorab übermittelten Internetrecherche zeigen, weist sie im Bereich der Telekommunikation in diversen Texten auf die Selbstverständlichkeit hin, nämlich auf die zwischen Menschen unmittelbar stattfindende Kommunikation und damit auf die Geräte bzw Dienstleistungen, die bei einer solchen Verständigung notwendig sind. In soweit liegt auf der Hand, dass sowohl die Telekommunikation als auch die hierfür benötigten Geräte, Apparate und Instrumente ausschließlich der Übermittlung von Informationen zwischen Menschen dienen, die sich nicht zur gleichen Zeit am gleichen Ort aufhalten, wobei gleichgültig ist, auf welche Weise dies geschieht. Im selben Maße gilt das für die übrigen, in Klasse 9 aufgeführten Waren, da diese allesamt der Informationsübermittlung dienen können und in letzter Konsequenz stets der Mensch am Ende jeder Kommunikationskette steht.

Bei den Waren der Klasse 16 kann es sich um gedrucktes Begleit- oder Informationsmaterial oder auch um Zugangsvoraussetzungen zur Nutzung der Telekommunikationsdienste, etwa in Form sogenannter "Calling-Cards" handeln.

Auch im Bereich des Finanzwesens und des Immobilienwesens ist die angemeldete Wortfolge gebräuchlich, da dort das bereits von der Markenstelle angesprochene Vertrauensverhältnis zwischen den einzelnen Geschäftspartnern eine nicht unerhebliche Rolle spielt, worauf die angemeldete Wortfolge lediglich hinweist. So verwenden diverse Banken, ua die "Citibank" (www.citibank.de/Germany/presse/1_14.asp) oder die Volks- und Raiffeisenbank Nordeifel (www.vr-banknordeifel.de) die angemeldete Wortfolge beschreibend für eine besonders kundenorientierte Behandlung von Geldgeschäften.

Schließlich wird auch im Rahmen der Anbieter von Programmierdienstleistungen mit der angemeldeten Wortfolge für Aufgabenlösungen "Von Mensch zu Mensch" geworben, (vgl etwa www.calliope-medien.de/index_noflash.html), zumal jeder Programmschnittstelle die Kommunikation zwischen Mensch und Maschine und bei Medienlösungen von Mensch zu Mensch zugrunde liegt. So ist es zB ein Teil der sogenannten künstlichen Intelligenz, eine - natürlich sprachliche – Kommunikation zu ermöglichen (vgl Microsoft Press, Computerlexikon, 7. Aufl, S 427). Aber auch sogenannte "Chat-Programme" zur menschlichen Kommunikation über das Medium Internet oder sonstige Medien und der Zugang zu "Kommunikationsdatenbanken" zur Herstellung geschäftlicher, also menschlicher Kontakte ist hierunter zu fassen.

Die angemeldete Bezeichnung weist entgegen der Auffassung der Anmelderin auch keine möglicherweise schutzbegründende echte Mehrdeutigkeit auf. Es liegt lediglich eine begriffliche Unbestimmtheit vor, die einer Schutzversagung prinzipiell nicht entgegensteht (vgl BGH GRUR 2000, 882 - BÜCHER FÜR EINE BESSERE WELT). Diese Fallgestaltung liegt hier vor, denn es liegt in der Natur der Sache, dass eine allgemein gehaltene Bezeichnung mit einem hohen Abstrak-

tionsgehalt einen gewissen Bedeutungsspielraum in sich trägt. Dies kann jedoch einer Schutzversagung schon deshalb nicht entgegenstehen, da sonst glatt anpreisende Sachangaben bei entsprechend allgemein gehaltener Fassung nur deshalb dem markenrechtlichen Schutz und damit einer Monopolisierung zugänglich wären, weil ihnen kein fest umrissener Aspekt für eine derartige Hervorhebung entnommen werden könnte. Eine unverändert in schlechthin jedem Lebensbereich einsetzbaren und allgemeingültigen Wortfolge wie der angemeldeten ist eine solche – begriffliche – Unschärfe immanent. Dies ist auch von der Anmelderin so beabsichtigt, wie die weite Fassung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnis zeigt.

In ihrer Gesamtheit weist die angemeldete Wortfolge daher lediglich darauf hin, dass die beanspruchten Waren bzw Dienstleistungen der Kommunikation - ggf unter besonderen Verhältnissen - zwischen Menschen dienen sollen und sie besteht daher nur aus Angaben, die für den Warenverkehr wichtige und für die umworbenen Abnehmerkreise bedeutsame Umstände mit konkretem Bezug auf die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen selbst beschreiben (vgl BGH GRUR 1999, 1 093 - FOR YOU).

Darüber hinaus fehlt der Bezeichnung die Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Absatz 2 Nr 1 MarkenG. Zwar genügt jede, noch so geringe Unterscheidungskraft zur Überwindung dieses Schutzhindernisses, aber beschreibenden Angaben und Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art fehlt die Unterscheidungskraft regelmäßig (vgl BGH GRUR 2000, 321 – Radio von hier; GRUR 2000, 323 – Partner with the Best; GRUR 2000, 720 –Unter Uns; GRUR 2001, 1047 – LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER):

Der angemeldete Slogan weist für den Bereich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen – wie bereits ausgeführt – einen beschreibenden Bezug auf und erschöpft sich in einer ausschließlich werbenden Anpreisung (vgl BGH aaO – LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER). Regelmäßig fehlt Slogans nämlich dann die

Unterscheidungskraft, wenn sie eine beschreibende Sachaussage darstellen. Denn auch, wenn sich Unterscheidungskraft und Identifizierungsfunktion nicht gegenseitig ausschließen, entfällt die Unterscheidungseignung in der Regel bei einer längeren Wortfolge und lediglich beschreibenden Angaben, Anpreisungen und Werbeaussagen (vgl BGH aaO – Unter Uns), wie sie hier im vorliegenden Fall gegeben sind.

Grabrucker

Voit

Fink

br/Ko