



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 210/01

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 301 02 380.8**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 15. Oktober 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richterin Pagenberg und die Richterin k.A. Fink

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 1. August 2001 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen „Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Büroartikel (ausgenommen Möbel); Erziehung; Unterhaltung“ zurückgewiesen wurde.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I.**

Die Wortmarke

### **BusinessOnline**

ist am 15. Januar 2001 für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 9:

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;

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse, insbesondere bedruckte und/oder geprägte Karten aus Karton oder Plastik; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Büroartikel (ausgenommen Möbel);

Klasse 35:

Werbung und Geschäftsführung;

Klasse 36:

Finanzwesen; Immobilienwesen;

Klasse 38:

Telekommunikation; Betrieb und Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation, insbesondere für Funk und Fernsehen;

Klasse 39:

Transport- und Lagerwesen;

Klasse 41:

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);

Klasse 42:

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

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 1. August 2001 als freihaltebedürftige und nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen. Das aus den gängigen Begriffen „Business“ und „Online“ zusammengesetzte Zeichen weise schlagwortartig auf Geschäfte hin, die über das Internet getätigt würden. In Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen erschöpfe sich der Aussagegehalt daher in einer beschreibenden Angabe, die auf die Bestimmung, den Inhalt bzw auf die Art der Erbringung hinweise.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Angesichts der verschiedenen möglichen Bedeutungen der Begriffe „Business“ und „Online“ sei die angemeldete Wortkombination interpretationsbedürftig und nicht geeignet, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen konkret zu beschreiben. Dementsprechend lasse sich dem Zeichen auch keine im Vordergrund stehende Sachaussage zuordnen, so dass der Eintragung weder ein Freihaltebedürfnis noch die fehlende Unterscheidungskraft entgegenstünden.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache nur teilweise Erfolg. Dem angemeldeten Zeichen fehlt für die nicht vom Tenor erfassten Waren und Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1, § 37 Abs 1 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Bei der Prüfung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, so dass auch ein geringes Maß ausreicht, um das Schutzhindernis zu überwinden. Die Unterscheidungskraft einer Wortmarke fehlt ua dann, wenn das Zeichenwort eine für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehende Sachaussage darstellt (vgl BGH GRUR 1999, 1089 – YES; Beschluss vom 28. August 2003 - I ZB 6/03 - Cityservice). Dies ist hier der Fall.

1.1. Wie von der Markenstelle bereits ausgeführt, ist das angemeldete Zeichen aus den gängigen englischsprachigen Begriffen „Business“ und „Online“ zusammengesetzt. Im allgemeinen deutschen Sprachgebrauch bedeutet „Business“ soviel wie „Geschäftsleben“ (vgl zB Duden, Universalwörterbuch, 4. Aufl 2001, CD-ROM). Im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie ist der Begriff „Business“ vor allem als Bestandteil der Ausdrücke „E-Business“ und „Mobile Business“ als Hinweis auf den elektronischen bzw den über Mobilfunk erfolgenden Geschäftsverkehr gebräuchlich (vgl zB Brockhaus, Computer und Informationstechnologie, 2003, S 587, 568).

Der Begriff „online“ beschreibt sowohl die direkte Verbindung zu einem Netzwerk als auch den Anschluss an das Internet (vgl Duden aaO; Wahrig, Universalwörterbuch Rechtschreibung, 2002). In diesem Sinne weist der nachgestellte Zusatz „Online“ häufig auf ein Online-Angebot hin, zB „Bücher online“, „Fotos online“.

Aus der Verbindung der beiden Begriffe ergibt sich daher lediglich ein beschreibender Hinweis auf einen Online-Zugang für den Geschäftsverkehr bzw den Geschäftskunden. Mit dieser Bedeutung ist das Zeichen den angesprochenen Verkehrskreisen auch ohne weiteres verständlich, weil die Unterscheidung zwischen Privat- und Geschäftskunden allgemein üblich ist. Außerdem wird der Begriff in dem genannten Sinn bereits verwendet. So hat die vom Senat durchgeführte Internetrecherche folgende Fundstellen ergeben: „VR-BusinessOnline Das Konto für

Firmen“ (<http://www.treffpunkt-bank.de/konto/konditionen/business.php>); „Vodafone-BusinessOnlinePortal“ ([www.vodafone.de](http://www.vodafone.de)); „BusinessOnline, die virtuelle Administration Ihrer beruflichen Vorsorge“ ([www.swisslife.ch/home/de/company/businessonline.html](http://www.swisslife.ch/home/de/company/businessonline.html)).

1.2. Der Annahme einer beschreibenden Angabe steht nicht entgegen, dass sich dem Begriff „BusinessOnline“ keine konkreten Einzelheiten des Online-Zugangs entnehmen lassen. Im Übrigen ist der Bereich des allgemeinen Geschäftsverkehrs durch den Begriff „Business“ hinreichend klar präzisiert (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt).

1.3. Die von den Regeln der englischen und der deutschen Sprache abweichende Schreibweise führt ebenfalls zu keiner anderen Beurteilung. Bei der Binnengroßschreibung einzelner Buchstaben handelt es sich um eine werbeübliche Schreibweise, die bereits Teil der schriftlichen Allgemeinsprache geworden ist. Der beschreibende Aussagegehalt des Begriffs „BusinessOnline“ wird dadurch nicht verändert.

1.4. Als sachlicher Hinweis auf einen Online-Zugang für den Geschäftsverkehr beschreibt das Zeichen bezüglich der nicht vom Tenor erfassten Waren der Klasse 9 daher deren Bestimmung, denn sie können auf die besonderen Anforderungen des Geschäftsverkehrs, beispielsweise hinsichtlich ihrer Leistungsfähigkeit oder ihrer Sicherheitsstandards, ausgerichtet sein. Für die Waren „Druckereierzeugnisse, insbesondere bedruckte und/oder geprägte Karten aus Karton oder Plastik; Lehr- und Unterrichtsmittel“ ist die Bezeichnung lediglich Hinweis auf deren thematischen Inhalt bzw. auf die Zweckbestimmung der Karten für die Inanspruchnahme des Online-Zugangs, vergleichbar mit Telefonkarten. Wegen des engen sachlichen Zusammenhangs zwischen Print- und digitalen Medien und den Dienstleistungen ihrer Veröffentlichung und Herausgabe ist der Begriff „BusinessOnline“ auch zur Beschreibung der Dienstleistung „Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitschriften und anderen Druckerzeugnissen sowie

entsprechenden elektronischen Medien (einschließlich CD-ROM und CD-I)“ geeignet (vgl. BGH GRUR 2003, 342 - Winnetou).

In Bezug auf die Dienstleistungen „Werbung und Geschäftsführung; Finanzwesen; Immobilienwesen; Transport und Lagerwesen; Ausbildung; Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen“ gilt, dass diese Dienstleistungen ihrem Gegenstand nach grundsätzlich unabhängig sind von den technischen Hilfsmitteln, mit denen sie erbracht werden. Bei sämtlichen Dienstleistungen ist aber im Markt eine Differenzierung nach Kundenkreisen üblich, so dass das angesprochene Publikum auch insoweit den beschreibenden Aussagegehalt der Angabe „BusinessOnline“ ohne weiteres erfasst.

Die Dienstleistungen „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“ stehen in einem unmittelbaren sachlichen Zusammenhang mit einem Online-Zugang, weil sie die technischen Voraussetzungen für dessen Betrieb schaffen. Wegen dieser engen Verknüpfung zwischen „BusinessOnline“ als einem besonderen Online-Zugang und der dafür notwendigen technischen Infrastruktur verstehen die maßgeblichen Verkehrskreise das Zeichen auch für diese Dienstleistungen lediglich als Sachangabe und nicht als betrieblichen Herkunftshinweis.

2. Für die Waren und Dienstleistungen „Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Büroartikel (ausgenommen Möbel); Erziehung; Unterhaltung“ weist die angemeldete Marke keinen eindeutig beschreibenden Aussagegehalt auf. Online-Verbindungen werden üblicherweise nicht mittels mechanischer Vorrichtungen in Anspruch genommen. Seit Einführung des elektronischen Zahlungsverkehrs verlieren das Bargeld als Zahlungsmittel und damit auch geldbetätigte Apparate außerdem zunehmend an Bedeutung. Zur sachlichen Beschreibung von „Mechaniken

für geldbetätigte Apparate“ ist die Bezeichnung „Business Online“ daher ungeeignet. Gleiches gilt für „Büroartikel (ausgenommen Möbel)“. Büroartikel können zwar über einen Online-Zugang verkauft bzw erworben werden. Insoweit lässt sich der Bezeichnung „BusinessOnline“ aber allenfalls ein Hinweis auf die Vertriebsmodalität und nicht auf ein bestimmtes Warenmerkmal entnehmen (vgl BGH GRUR 2002, 816 – Bonus II). Bei der Dienstleistung „Erziehung“, die sich üblicherweise an Eltern von Kindern und Jugendlichen richtet, kommt eine Differenzierung des Leistungsangebots nach Privat- und Geschäftskunden regelmäßig nicht in Betracht, so dass sich dem Zeichen auch für diese Dienstleistung kein eindeutiger Aussagegehalt zuordnen lässt. Hinsichtlich der Dienstleistung „Unterhaltung“ fehlt es ebenfalls am notwendigen Sachzusammenhang. Zwar können Unterhaltungsdienstleistungen online erbracht werden. Eine Unterscheidung nach Kundenkreisen ist aber in diesem Bereich unüblich, wobei zu berücksichtigen ist, dass Unterhaltung nach der allgemeinen Verkehrsauffassung nicht zu den Dienstleistungen zählt, die mit dem Begriff „Business“ bezeichnet oder damit verbunden werden. Für die Annahme, der Verkehr werde in der Bezeichnung „BusinessOnline“ den Hinweis auf ein Online-Unterhaltungsangebot für den Geschäftsverkehr erkennen, sind daher keine hinreichenden Anhaltspunkte ersichtlich.

Grabrucker

Pagenberg

Fink

Cl