



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 511/12

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2011 031 143.9

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. September 2013 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Werner sowie der Richterin Dr. Schnurr und des Richters Heimen

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Mit Beschluss vom 21. November 2011 hat die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts die zur Eintragung für die Dienstleistungen

„Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten;

Klasse 38: Telekommunikation;

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten;

Klasse 42: Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software“

angemeldete Wortmarke 30 2011 031 143.9

WasWannWo

nach Beanstandung durch eine Beamtin des gehobenen Dienstes mit der Begründung zurückgewiesen, der angemeldeten Marke fehle jegliche Unterscheidungskraft; sie komme zudem für die beanspruchten Dienstleistungen als beschreibender Hinweis in Betracht, § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG. Die drei aneinandergereihten deutschen Fragewörter „was“, „wann“ und „wo“ wiesen ebenso wie die gesamte Wortkombination in werbeüblicher Weise darauf hin, dass die von der Anmeldung erfassten Dienstleistungen Auskunft gäben über die Art der angebote-

nen Dienstleistungen, über die Zeit und den Ort, zu der und an dem die beanspruchten Dienstleistungen angeboten würden. Die Anmeldung werde als schlagwortartige Werbebotschaft und nicht als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Dienstleistungen wahrgenommen. Schließlich sei das Gesamtzeichen im Interesse von Konkurrenten des Anmelders freihaltebedürftig.

Gegen diese Entscheidung wendet sich der Anmelder mit seiner Beschwerde. Er vertritt die Auffassung, die Zusammenfügung der drei verschiedenen deutschen Worte zu einem einheitlichen Begriff ergebe einen neuen, für sich genommen unterscheidungskräftigen und nicht freihaltebedürftigen Begriff. Die ... GmbH mit Sitz in M..., dessen Geschäftsführer der Anmelder ist, werde mit der Domain www.was-wann-wo.de in den einschlägigen Suchmaschinen bei Eingabe der Begriffe „was wann wo“ und „was-wann-wo“ bereits auf Seite 1 aufgeführt. „WasWannWo“ bezeichne den Namen des Unternehmens und lege dessen Geschäftszweck dar, so dass die Marke nicht nur aus einer umschreibenden Angabe bestehe.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. November 2011 aufzuheben.

Einen Hilfsantrag auf Anberaumung eines Termins zur mündlichen Verhandlung hat er nicht gestellt. Der Senat hat dem Anmelder zusammen mit einer Hinweisverfügung vorab Belege zur Verwendung der Wortbestandteile „was“, „wann“ und „wo“ in der vom Anmelder beanspruchten Reihenfolge im Internet mit Gelegenheit zur Stellungnahme übersandt. Ergänzend wird auf die Verfahrensakten Bezug genommen.

II.

Die gemäß §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG zulässige Beschwerde des Anmelders ist unbegründet, weil einer Eintragung des angemeldeten Zeichens das Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft entgegensteht, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift bedeutet die Eignung einer Marke, die mit ihr beanspruchten Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie dadurch für den Verkehr von denen anderer Anbieter unterscheidbar zu machen (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235, Rn. 45 - Standbeutel; EuGH GRUR 2003, 604, 608, Rn. 62 - Libertel). Die Eintragung als Marke kommt nur in Betracht, wenn ein Zeichen diese Herkunftsfunktion erfüllen kann (vgl. EuGH GRUR 2003, 55, 57 f. (Rn. 51) - Arsenal Football Club; BGH MarkenR 2006, 395, 397 (Rn. 18) - FUSSBALL WM 2006, m. w. N.). Die erforderliche Unterscheidungskraft ist unter anderem solchen Angaben und Zeichen abzusprechen, die einen unmittelbar beschreibenden Sinngehalt aufweisen, oder die sich auf Umstände beziehen, durch die ein enger beschreibender Bezug zu den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2006, 850, (Rn. 28) - FUSSBALL WM 2006; BGH GRUR 2001, 162 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Von diesen Voraussetzungen ausgehend muss „WasWannWo“ die Eintragung für die beanspruchten Dienstleistungen versagt bleiben, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG:

„WasWannWo“ richtet sich an den Fachverkehr für die beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 35, 38, 41 und 42 sowie an den allgemeinen, an diesen Dienstleistungen interessierten Durchschnittsverbraucher. Von diesem angesprochenen Verkehr wird die Kombination aus den Interrogativpronomen „was“, „wann“ und „wo“ ungeachtet ihrer Zusammenschreibung als geläufige Werbeaussage verstanden, die zum Ausdruck bringt, dass das so gekennzeichnete Dienstleistungsangebot Informationen darüber zur Verfügung stellt, welche Waren,

Dienstleistungen und Veranstaltungen („was“) zu welcher Zeit („wann“) an welchem Ort („wo“) angeboten und erbracht werden bzw. stattfinden.

„WasWannWo“ stellt somit eine beschreibende Wortkombination dar, deren sachliche Bedeutung aus der bloßen Summe ihrer ihrerseits beschreibenden Bestandteile besteht. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Rn. 98-100) - Postkantoor; GRUR 2004, 680, 681 (Rn. 39–41) - BIOMILD; GRUR 2006, 229, 231 (Rn. 34–37) - BioID; MarkenR 2007, 204, 209 (Rn. 77, 78) - CELLTECH; GRUR 2008, 608 (Rn. 45, 69) - EUROHYPO) ist eine Wortneubildung, die, wie „WasWannWo“, diese Voraussetzungen erfüllt, insgesamt als beschreibend und nicht unterscheidungskräftig anzusehen.

Die vom Anmelder in den Klassen 35 und 38 beanspruchten Dienstleistungen können der Kommunikation oder der Telekommunikation dienen und über Waren- und Dienstleistungsangebote und Veranstaltungen informieren. Betriebs- oder unternehmensintern gehört ua. die Weitergabe von Informationen zu den Tätigkeiten eines Geschäftsführers und Unternehmensverwalters. Zu „Büroarbeiten“ zählt auch das Führen von Terminkalendern für Dritte.

Im Zusammenhang mit den Dienstleistungen der Klasse 41 „Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten“ wird der Verkehr „WasWannWo“ lediglich als Hinweis darauf verstanden, welche Veranstaltungen wie beispielsweise Seminare, Schul- und Kindergartentermine, sportliche Wettkämpfe, Film- und Theatervorführungen etc. an welchem Ort und zu welcher Zeit angeboten werden bzw. stattfinden. Einen betrieblichen Herkunftshinweis wird er in dem Markenwort hingegen nicht erblicken.

Die in Klasse 42 beanspruchten „wissenschaftlichen und technologischen Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezüglichen Designerdienstleistungen“, „industriellen Analyse- und Forschungsdienstleistungen“; sowie „Entwurf und

die Entwicklung von Computerhardware und -software“ können der Entwicklung oder der Führung elektronischer Terminkalender und Terminplaner dienen. Weder die insoweit angesprochenen Fachverkehrskreise, noch das allgemeine Publikum werden „WasWannWo“ als Hinweis auf den Erbringer dieser Dienstleistungen auffassen.

Für eine Schutzversagung reicht es bereits aus, dass ein Wortzeichen in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Dienstleistungen bezeichnen kann (vgl. EuGH GRUR 2003, 58, 59 (Rn. 21) - Companyline; MarkenR 2003, 450, 453 (Rn. 32) - Doublemint, MarkenR 2004, 99, 109 (Rn. 97) - Postkantoor; MarkenR 2004, 111, 115 (Rn. 38) - Biomild).

Zum Vortrag des Anmelders, bei „WasWannWo“ handele es sich zugleich um das Firmenschlagwort derjenigen Gesellschaft, in der der Anmelder die Funktion eines Geschäftsführers wahrnehme, hat der Senat bereits in seiner Verfügung vom 12. Juni 2013 Stellung genommen und darauf hingewiesen, dass es sich beim Recht der geschäftlichen Bezeichnungen gem. § 5 Abs. 2 MarkenG um eine eigenständige Rechtsmaterie handelt, die vom Markenrecht im engeren Sinne getrennt ist und eigenen Auslegungsmaximen unterliegt (vgl. Hacker, Ströbele/Hacker, Markengesetz, 10. Aufl., § 5 Rn. 2 ff., 24 m. w. N.).

Die Verwendungsnachweise, die der Senat dem Anmelder vorab übersandt hat, belegen, dass die Eingabe der Begriffskombination „waswannwo online“ in die Maske der Suchmaschine „Google“ im Internet nicht ausschließlich zur Internetpräsenz des Anmelders als Geschäftsführer der WasWannWo GmbH, sondern zu einer Vielzahl von Dienstleistern führt, unter denen sich mehrere Herausgeber inländischer Tageszeitungen befinden. Diese verwenden die genannten - in ihrem jeweiligen Internetauftritt durch Leerzeichen, Kommata oder Fragezeichen voneinander getrennten – Wortbestandteile beispielsweise als Überschrift ihres im Internet aufrufbaren Veranstaltungskalenders.

Für die Feststellung, dass einem Markenwort das zu einer Eintragung notwendige Mindestmaß an Unterscheidungskraft fehlt, bedarf es derartiger Nachweise im Übrigen nicht. Denn für die Annahme des Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist kein lexikalischer oder sonstiger Hinweis erforderlich, dass die Angabe oder das Zeichen bereits im Verkehr geläufig ist oder verwendet wird. Dementsprechend ist es unerheblich, ob die Bezeichnung bereits im Internet durch eine Suchmaschine feststellbar ist oder nicht (vgl. Ströbele, Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rn. 139).

An eine Zusammenschreibung als Hinweis und Sachinformation ist der Verkehr schließlich gewöhnt, denn sie wird in der beschreibenden Werbesprache und insbesondere bei der Eingabe von Suchbegriffen im Internet oder in Domainadressen häufig verwendet, ohne dass der beschreibende Begriffsinhalt dadurch in den Hintergrund tritt (vgl. BPatG 29 W (pat) 192/01, B. v. 15. Oktober 2003 - Travelagain).

Da dem Markenwort „WasWannWo“ mithin für sämtliche beanspruchten Dienstleistungen das Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht, kommt es auf die vom Anmelder aufgeworfene Frage, ob „WasWannWo“ für die beanspruchten Dienstleistungen im Interesse von Mitbewerbern zusätzlich einem Freihaltebedürfnis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliegt, nicht mehr an.

Aus diesen Gründen war die Beschwerde zurückzuweisen.

Werner

Dr. Schnurr

Heimen

Bb