

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 242/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 39 122.6

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 20. Februar 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 - vom 3. Juli 2001 insoweit aufgehoben, als die Markenmeldung zurückgewiesen wurde.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

ShowNet

vom 23. Mai 2000 für ein umfangreiches Waren- und Dienstleistungsverzeichnis hat die Markenstelle für Klasse 41 mit Beschluss vom 3. Juli 2001 für

Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, analoge und digitale Ton-, Bildton- und Datenträger, auch für interaktive Anwendungen, Druckereierzeugnisse, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher; Broschüren, Poster, Kalender, bedruckte Aufkleber;

Einrichtung und Betrieb von Websites im Internet für Dritte; insbesondere auf dem Gebiet der Unterhaltung auch zur interaktiven Nutzung; Werbung, insbesondere Werbung und Marketing für Dritte, vor allem in digitalen Netzen, durch Gestaltung und Beherbergung von elektronisch aufbereiteten Informationen in Wort, Bild und Ton (Webvertising); Angebote zur Selbstdarstellung und zum Verkauf von

Waren und Dienstleistungen in digitalen Netzen durch Gestaltung und Beherbergung von elektronisch aufbereiteten Informationen in Wort, Bild und Ton (Webhosting und -designing); Telekommunikation; Aufbereiten, Sammeln und Übermitteln von Nachrichten und Informationen in digitalen Netzen; Aufzeichnung von Musik- und Unterhaltungsdarbietungen; Ausstrahlung von Musik- und Unterhaltungsdarbietungen, auch live und im Internet; Unterhaltung, kulturelle Aktivitäten, Präsentation von Musik- und Unterhaltungsdarbietungen, auch im Internet; Produktion, Reproduktion und Vorführungen von Ton- und Bildaufnahmen; Organisation von Gewinnaktionen; Vermittlung von Eintrittskarten für Theater-, Konzert- und sonstige Veranstaltungen, auch im Internet; Veröffentlichung und Herausgabe von elektronisch wiedergebbaren Text-, Grafik-, Bild- und Toninformationen, die über Datennetz abrufbar sind; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen; Dienstleistungen eines Redakteurs

zurückgewiesen, weil „ShowNet“ die Bedeutung „Aufführung im Internet“ habe, und aussage, dass die versagten Waren und Dienstleistungen im Internet vorgeführt bzw. angeboten würden oder für eine Aufführung im Internet bestimmt seien. Der fehlende lexikalische Nachweis sei nicht entscheidungserheblich, weil Wörterbücher werbesprachlich übliche Begriffe oft nicht zeigten. Im Internet sei der Begriff auffindbar.

Gegen diese Entscheidung hat die Rechtsnachfolgerin der Anmelderin Beschwerde eingelegt, sich aber weiter nicht geäußert.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft der Marke noch das einer beschreibenden Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne der Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer aufgefasst zu werden. Bereits eine geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, fehlt es nicht an der erforderlichen Unterscheidungseignung (vgl. BGH GRUR 2000, 722 – LOGO mwNachw).

Dem weder lexikalisch noch sonst als gebräuchlich nachweisbaren Wort „ShowNet“ kann die Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden, denn der Marke kommt kein eindeutiger beschreibender Begriffsinhalt zu. Die verschiedenen möglichen Deutungen als Showdarbietung im Internet oder als Internetangebot mit Shows oder als Netztechnik für Show-Veranstaltungen erfordern jeweils weiterreichende Denkprozesse.

Auch die Markenstelle hat die Verwendung von „ShowNet“ als im Vordergrund stehende Sachangabe für die noch in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen nicht belegt; die Belege aus dem Internet betreffen namensmäßige Verwendungen und eine Reihe von Unterseiten der Anmelderin bzw. ihrer Rechtsnachfolgerin.

Ohne feststellbare beschreibende Aussage fällt die angemeldete Marke auch nicht unter § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Nach dieser Vorschrift sind nämlich nur Zeichen von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft, der Zeit der Herstellung der Waren bzw. Erbringung der Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen können.

Auch ein künftiges Freihaltungsbedürfnis (vgl. BGH GRUR 1995, 408 - PROTECH) besteht nicht, weil keine Tendenz, „ShowNet“ mit beschreibender Bedeutung zu verwenden, mit hinreichender Sicherheit prognostizierbar ist (BGH BIPMZ 2001, 55 – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Insbesondere ist nicht feststellbar, dass „ShowNet“ ein gebräuchliches Wort der englischen Sprache ist und von dort in absehbarer Zeit in den deutschen Sprachraum eindringen könnte.

Winkler

Sekretaruk

Dr. Albrecht

Fa