

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 11/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 36 296.7

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 25. September 2002 durch Richter Dr. Albrecht als Vorsitzenden, Richter Sekretaruk und Richterin k. A. Bayer

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Klasse 41 - vom 14. März 2001 und vom 30. Oktober 2001 aufgehoben, soweit damit die Anmeldung zurückgewiesen wurde.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

artweb

für ein umfangreiches Waren und Dienstleistungsverzeichnis hat die Markenstelle für Klasse 41 mit Beschluss vom 14. März 2001 ganz und mit Beschluss vom 30. Oktober 2001 teilweise zurückgewiesen und der Marke letztlich noch den Schutz für folgende Waren und Dienstleistungen versagt:

Werbung,

Durchführung von Versteigerungen und Auktionen im Internet;

Dienstleistungen im Internet, nämlich Veranstaltung von Tauschbörsen, Vermittlung von Verträgen über den Verkauf von Waren und deren Abrechnung (Online-Shopping) in Computer-Netzwerken und/oder mittels anderer Vertriebskanäle; Betrieb von elektronischen Märkten im Internet durch Online-Vermittlung von Verträgen sowohl über die Anschaffung von Waren als auch über die Erbringung von Dienstlei-

stungen; Vermittlung und Abschluß von Handelsgeschäften im Rahmen eines elektronischen Kaufhauses; Betrieb eines Callcenters, nämlich Abwicklung von Verträgen über den An- und Verkauf von Waren (Auftrags und Bestellannahme) sowie Beratung im Hinblick darauf,

Anbieten von Dienstleistungen im Internet, nämlich die elektronische Entgegennahme von Warenbestellungen, Sammeln und Liefern von Nachrichten, Übermittlung von Nachrichten; Zugangsvermittlung zu Verzeichnissen der in Daten-Netzwerken, insbesondere im Internet, verfügbaren Informationen;

Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen, Seminaren, Symposien und Kolloquien;

Erstellung von Computer-Software; Verwaltung von Urheberrechten, Such- und Vermittlungsdienste, nämlich Suchen und Auffinden von Informationen in einem Daten-Netzwerk, insbesondere im Internet.

Zur Begründung heißt es, "artweb" beschreibe den Gegenstand (Kunst) der Angebote im Internet.

Gegen diese Entscheidungen hat der Anmelder Beschwerde eingelegt. Er ist der Ansicht, "artweb" besage nichts beschreibendes. Die von ihm angebotenen Dienstleistungen seien nicht künstlerisch.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 14. März 2001 und vom 30. Oktober 2001 insoweit aufzuheben als damit die Anmeldung zurückgewiesen wurde.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg.

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft noch das einer Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft ist nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG die Eignung einer Marke, dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer zu dienen. Weist eine Wortmarke keinen für die fraglichen Waren bzw. Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt auf und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer sonst gängigen Sprache, das die Verbraucher - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstehen, fehlt es nicht an der Unterscheidungseignung (vgl. BGH GRUR 2000, 722 – LOGO). Hierbei ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede noch so geringe Unterscheidungskraft ausreicht, dieses Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH MR 2000, 48 - Radio von hier; 2000, 50 - Partner with the Best).

Die Unterscheidungseignung fehlt der angemeldeten Marke "artweb" für die noch strittigen Waren und Dienstleistungen nicht, weil die Marke keinen ohne weiteres erkennbaren beschreibenden Begriffsinhalt hat.

Eine Verwendung von "artweb" im beschreibenden Sinn mit einer feststehenden Bedeutung ist weder im Englischen noch im Deutschen feststellbar. Ohne lexikalischen Eintrag und ohne Nachweis einer beschreibenden Verwendung kommt es darauf an, ob die Marke als bisher unbekannte Sachaussagen und damit nicht als betriebliche Herkunftshinweis aufgefasst wird.

Dies ist hier nicht der Fall. Von den möglichen Wortbedeutungen ausgehend ist "artweb" nämlich keine Sachangabe für die hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen. Das aus "art" (engl. Kunst) und "web" (kurz für world wide web) zusammengesetzte Wort ist zwar sprachüblich gebildet; es weist aber keinen eindeutig beschreibenden Bezug zu den strittigen Waren und Dienstleistungen auf.

Der von der Markenstelle angenommene Bezug, es handle sich um Internetseiten, die sich mit Kunstobjekten, Ausstellungen u.ä. befassen, oder um Angebote im Internet im Zusammenhang mit diesen, ist zu weit hergeholt. Der Verbraucher nimmt ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so auf, wie es ihm entgegentritt, und unterzieht es keiner analysierenden Betrachtungsweise. Er hat hier auch keine Veranlassung, "artweb" in dem von der Markenstelle unterstellten Sinn zu interpretieren.

"web" ist nämlich der umfassende Begriff für einen großen Internetbereich und wird von vielen sogar als das gesamte Internet gesehen, weil sich private Nutzer regelmäßig nur in diesem Bereich bewegen. Dieser mit "www" bezeichnete Bereich ist jedoch nicht weiter untergliedert in thematisch oder sonst spezifizierbare Bereiche, die mit "web" und Bestimmungsangabe bezeichnet werden. Der Nutzer kann sich also nicht – im Wege einer gewissen Vorauswahl – in ein spezielles "web", etwa "Sportweb", "Kulturweb" oder eben "Kunstweb", begeben, sondern nur auf bestimmte Seiten, die sich mit den ihn interessierenden Themata befassen. Diese aber befinden sich "ungeordnet" im world wide web und sind mittels Suchmaschinen aufzufinden. Sie bieten zur Erleichterung – z.B. in einem bei Yahoo mit "Web-Verzeichnis" benannten Bereich - bestimmte Suchbegriffe an (u.a. Lifestyle, Sport ...) und führen über "Kategorien" zu den einzelnen "Web-Sites". Der Senat konnte nicht feststellen, dass eine der gängigen Suchmaschinen solche Bereiche mit einer Kombination aus Inhaltsangabe und "web" oder gar mit "artweb" bezeichnet.

Es ist auch nicht feststellbar, dass Anbieter, die Kunstwerke vertreiben oder Ausstellungen veranstalten bzw. darüber berichten, Kunstsendungen produzieren oder ausstrahlen oder ähnliches anbieten, ihre Angebotsseiten im Internet mit "artweb" bezeichnen.

In "artweb" weist "web" also allenfalls darauf hin, dass die unter der Marke angebotenen Waren und Dienstleistungen im Internet angeboten werden oder für das Internet gedacht und damit verfügbar sind. Im Zusammenhang mit Kunst wäre hier vorstellbar, dass Kunstwerke zum Kauf angeboten werden, Ausstellungen virtuell begehbar sind oder Kataloge zu Ausstellungen gezeigt werden. Für all dies sowie entsprechende Waren und Dienstleistungen ist "artweb" jedoch nicht eindeutig beschreibend. Selbst den mit solchen Angeboten befassten gebildeten Kreisen, die "art" als englisches Wort verstehen, ist unklar, was mit bzw. hinsichtlich der Kunst geschehen soll.

Ohne feststellbare beschreibende Aussage fällt die angemeldete Marke auch nicht unter § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Diese Vorschrift verhindert nämlich nur die Eintragung von Marken, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die zur Bezeichnung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen nach Art, Beschaffenheit, Menge, Bestimmung, Wert, geographischer Herkunft, Zeit der Herstellung der Waren bzw. Erbringung der Dienstleistungen oder sonstiger Merkmale dienen (vgl. BGH GRUR 2002, 64 – Individuelle).

Ebenso ist damit nicht feststellbar, dass die Mitbewerber des Anmelders "artweb" zur freien Verwendung auf dem deutschen Markt oder für Import und Export benötigen.

Die wörtlich aus Art. 3 Abs. 1 lit. c MarkenRL übernommene Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gebietet die Versagung der Eintragung auch dann, wenn eine noch nicht feststellbare Benutzung als Sachangabe jederzeit erfolgen kann (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 – Chiemsee; BGH WRP 2001, 692, 694 – Test it; BGH BIPMZ 2001, 55, 56 – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Hier ist jedoch keine Tendenz, "artweb" mit beschreibender Bedeutung zu verwenden oder Suchkategorien im Internet mit einer Kombination aus Inhaltsangabe und "web" zu benennen, prognostizierbar. Auch aus dem Englischen sind solche Tendenzen nicht erkennbar.

Schließlich ist zu berücksichtigen, dass sich der Schutzbereich der angemeldeten Marke aus der die Eintragungsfähigkeit begründenden Eigenprägung ergibt, ohne dass ein hiervon losgelöster Schutz für die zu Grunde liegenden Angaben, "art" oder gar für andere Kombinationen mit "web" besteht (vgl. BGH GRUR 1989, 264 - REYNOLDS R 1/EREINTZ; 1991, 136 - NEW MAN; BIPMZ 1989, 192 - KSÜD).

Gegenstand dieser Entscheidung ist die Frage der Rechtmäßigkeit der Zurückweisung der Anmeldung wegen absoluter Schutzhindernisse. Dem Deutschen Patent- und Markenamt bleibt es unbenommen, das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis auf seine Bestimmtheit zu überprüfen.

Dr. Albrecht

Sekretärin

Bayer

Fa