



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 86/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 60 160.1

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. April 2008 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker sowie der Richterinnen Fink und Dr. Mittenberger-Huber

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wort-/Bildmarke 305 60 160.1



soll für die Dienstleistungen der

Klasse 35: Annahme, Bearbeitung und Abwicklung von Bestellungen über das Internet; Bestellannahme, Lieferauftragservice und Rechnungsabwicklung, auch im Rahmen von E-Commerce; Durchführung von Auktionen und Versteigerungen im Internet; Erteilung von Auskünften in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Marketing auch in digitalen Netzen; Nachforschung in Computerdateien für Dritte; Pflege von Daten in Computerdatenbanken; Preisermittlung für Waren und Dienstleistungen; Preisvergleichsdienste; Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Verkaufsförderung für Dritte; Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet; Vermittlung von Adressen; Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten; Vermittlung von Verträgen für Dritte, über den An- und Verkauf von Waren; Waren- und Dienstleistungspräsentationen; Werbung im Internet für Dritte; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken;

Klasse 38: Bereitstellen von Informationen im Internet; Bereitstellung von Internet-Chatrooms; Bereitstellung von Plattformen im Internet; Bereitstellung von Portalen im Internet; Betrieb von Chatlines, Chatrooms und Foren; elektronische Nachrichtenübermittlung; Sammeln und Liefern von Nachrichten; Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer; Vermietung von Zugriffszeit auf globale Computernetzwerke; Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internet-Adressen; Übermittlung von Nachrichten;

Klasse 42: Aktualisieren von Internetseiten; Nachforschungen, Recherchen in Datenbanken und im Internet für Dritte; Vermittlung und Vermietung von Zugriffszeiten zu Datenbanken; redaktionelle Betreuung von Internetauftritten; Vermietung von Speicherplatz im Internet; Zurverfügungstellung von Speicherplätzen im Internet;

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung mit Beschluss vom 4. April 2006 für alle beanspruchten Dienstleistungen zurückgewiesen. Die angemeldete Wort-/Bildmarke bestehe aus dem Wortbestandteil „CARAGENT“, bei dem die Worte „car“ und „agent“ farblich voneinander abgesetzt seien. Hinzu komme ein Piktogramm in roter Farbe, das einen Personwagen zeige. Daraus ergebe sich lediglich die naheliegende Bedeutung, dass es sich um einen „Vertreter, Händler von Autos bzw. in irgendeiner Weise einen Beauftragten in Sachen Auto“ handle. Die Zusammenschreibung beider Worte stelle keine Besonderheit, sondern lediglich einen Werbehinweis in gut einprägsamer Form dar. Die piktogrammartige Darstellung nehme nur bildlich den Inhalt der beanspruchten Dienstleistungen auf. Der Verkehr werde in dem Gesamtzeichen daher nur eine Aussage über Inhalt und Bestimmung der beanspruchten Dienstleistungen erkennen.

Mit seiner hiergegen gerichteten Beschwerde vom 12. Juni 2006 trägt der Anmelder vor, dass dem angemeldeten Zeichen nicht jegliche Unterscheidungskraft fehle. Das Deutsche Patent- und Markenamt gehe fälschlicherweise davon aus, dass Dienstleistungen eines Handelsvertreters erbracht werden sollten. Der Anmelder wolle jedoch vielmehr eine Internetplattform betreiben, auf der Dritte Informationen einstellen und Kontakte knüpfen könnten. Gegenstand dieser Plattform seien nicht nur Autos, sondern schwerpunktmäßig PKW, LKW, Nutzfahrzeuge, Motorräder und Wohnmobile. Rechtlich vergleichbar sei insoweit die Eintragung für „IMMOBILIEN SCOUT 24“, unter der im Internet Immobilien aufgefunden werden könnten. Hinzu komme, dass der Begriff „caragent“ lexikalisch nicht nachweisbar sei und es sich um eine Wortbildung durch den Anmelder handle. Auch das Piktogramm unterscheide sich von sonstigen bildlichen Darstellung in seiner Farbigkeit und detaillierten Wiedergabe eines eckigen Kfz.

Der Anmelder beantragt daher (Bl. 5 d. A.),

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom
4. April 2006 aufzuheben.

II.

Die gem. § 66 Abs. 1 und 2 MarkenG zulässige Beschwerde ist unbegründet. Dem angemeldeten Wort-/Bildzeichen fehlt für die beanspruchten Dienstleistungen die Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

1. Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Die Hauptfunktion der Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und

Dienstleistungen zu gewährleisten. Die Beurteilung der Unterscheidungskraft hat sich daher einerseits an den beanspruchten Waren und Dienstleistungen und andererseits an der Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise zu orientieren (st. Rspr.; EuGH GRUR 2006, 229 - Rn. 27 ff. - BioID; GRUR 2004, 674 - Rn. 34 - POSTKANTOOR; GRUR 2004, 1027 - Rn. 42 ff. - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2006, 850 - Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2005, 257 - Bürogebäude; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; BGH GRUR 2001, 1153, 1154 - anti KALK). Die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt einer Wortmarke dann, wenn das Zeichenwort einen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen klaren und ohne Weiteres verständlichen beschreibenden Begriffsinhalt aufweist, da bei solchen Bezeichnungen kein Anhaltspunkt besteht, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel erfasst (vgl. BGH GRUR 2005, 417, 419 - BerlinCard; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 1999, 1089 - YES). Dies gilt auch für Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung nicht unmittelbar betreffen, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen hergestellt wird und der Verkehr deshalb den beschreibenden Aussagegehalt auch ohne Weiteres hinsichtlich dieser Waren oder Dienstleistungen erfasst (BGH GRUR 2006, 850 - Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; BPatG MarkenR 2007, 36, 37 - BuchPartner). Für Wort-/Bildzeichen gelten die allgemeinen Grundsätze für die Prüfung zusammengesetzter Zeichen, d. h. wenn auch nur ein Bestandteil, sei es der graphische, sei es der Wortbestandteil schutzfähig ist, ist das ganze Zeichen eintragbar. Einfache geometrische Formen, bloße Verzierungen oder beschreibende Bildzeichen begründen dagegen keine Unterscheidungskraft (BGH a. a. O. - anti Kalk). Nach diesen Grundsätzen fehlt dem angemeldeten Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft.

2. Das angesprochene Publikum erfasst die aus zwei englischsprachigen Worten zusammengesetzte Anmeldung ohne Weiteres im Sinne von „Beauftragter, Vermittler, Vertreter von Autos“. Das Wort „car“ gehört zum englischen Grundwortschatz und bedarf keiner weiteren Erläuterung. Der Begriff „Agent“ ist für den deut-

schen Sprachgebrauch u. a. mit der Bedeutung von „jmd., der meist auf Provisionsbasis Geschäfte vermittelt u. abschließt; [Handels]vertreter“ lexikalisch belegt (Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]). In Zusammensetzungen mit deutsch- oder englischsprachigen Sachbegriffen findet er vielfältig Verwendung zur Beschreibung einer Person, die auf einem bestimmten thematischen Gebiet eine Vermittlerrolle übernimmt, wie z. B. „Versicherungsagent, Finanzagent, Konzertagent, Filmagent, Literaturagent, Verkaufsagent, Ticketagent, Arbeitsagent, Software-Agent“ etc. (vgl. <http://wortschatz-uni-leipzig.de> Stichwort: *agent). Das Zeichen in seiner begrifflichen Gesamtheit ist für die angesprochenen Verbraucher daher ohne Weiteres ein Sachhinweis auf einen Vermittler in der Automobilbranche (vgl. auch 29 W (pat) 159/04 - CarGuide). Der Annahme eines beschreibenden Aussagegehalts steht dabei nicht entgegen, dass der Aussagegehalt des Zeichens je nach Kontext unterschiedlich sein kann (BGH - Bücher für eine schönere Welt, GRUR 2000, 882). Auch ist nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften von einem beschreibenden Begriffsinhalt dann auszugehen, wenn ein Zeichenwort in einer seiner möglichen Bedeutungen einen Sachhinweis beinhaltet. Auf einen lexikalischen Nachweis einer bestehenden Verwendung kommt es dabei nicht an (EuGH GRUR 2004, 680 - Rn. 38 - BIOMILD).

3. Die beschreibende Bedeutung erschließt sich den beteiligten Verkehrskreisen unmittelbar in Verbindung mit den von der Zurückweisung erfassten Dienstleistungen. Für sämtliche Dienstleistungen steht der Sachhinweis auf deren Zweckbestimmung im Vordergrund. Für die Beurteilung der Unterscheidungskraft kommt es zwar nicht darauf an, wie der Anmelder eine Marke benutzen möchte, er hat allerdings in der Beschwerdebegründung selbst dargestellt, dass genau die Dienstleistungen erbracht werden sollen, die der Verkehr sachlich unter der angemeldeten Bezeichnung erwarten wird. Sowohl für die Dienstleistungen „Annahme, Bearbeitung und Abwicklung von Bestellungen über das Internet; Bestellannahme, Lieferauftragservice und Rechnungsabwicklung, auch im Rahmen von E-Commerce; Durchführung von Auktionen und Versteigerungen im Internet; Erteilung von Aus-

künften in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Marketing auch in digitalen Netzen; Nachforschung in Computerdateien für Dritte; Pflege von Daten in Computerdatenbanken; Preisermittlung für Waren und Dienstleistungen; Preisvergleichsdienste; Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Verkaufsförderung für Dritte; Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet; Vermittlung von Adressen; Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten; Vermittlung von Verträgen für Dritte, über den An- und Verkauf von Waren; Waren- und Dienstleistungspräsentationen; Werbung im Internet für Dritte; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken“ die auf die Vermittlung von Autos ausgerichtet sein können, als auch für das „Bereitstellen von Informationen im Internet; Bereitstellung von Internet-Chatrooms; Bereitstellung von Plattformen im Internet; Bereitstellung von Portalen im Internet; Betrieb von Chatlines, Chatrooms und Foren; elektronische Nachrichtenübermittlung; Sammeln und Liefern von Nachrichten; Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer; Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internet-Adressen; Übermittlung von Nachrichten; Aktualisieren von Internetseiten; Nachforschungen, Recherchen in Datenbanken und im Internet für Dritte; redaktionelle Betreuung von Internetauftritten“ die sich thematisch mit der Autovermittlung befassen können, erschöpft sich der Wortbestandteil „CARAGENT“ in dem beschreibenden Hinweis, dass es sich jeweils um eine Dienstleistung handelt, die rund um das Fahrzeug erfolgt. Auf den Vortrag des Anmelders, dass er seine Dienstleistungen auch für Motorräder und Nutzfahrzeuge erbringt, kommt es dann nicht an. Auch bei den Dienstleistungen „Vermietung von Zugriffszeit auf globale Computernetzwerke; Vermittlung und Vermietung von Zugriffszeiten zu Datenbanken; Vermietung von Speicherplatz im Internet; Zurverfügungstellung von Speicherplätzen im Internet“ besteht ein so enger beschreibender Bezug zwischen der technischen Bereitstellung des Datenzugangs und den bereitgestellten Informationen, dass der Verkehr nur den reinen Sachhinweis, nicht jedoch einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Dienstleistung aus einem Unternehmen erkennen wird.

4. Aus der piktogrammartigen Graphik wird der angesprochene Verkehrskreis nichts anderes entnehmen können. Es handelt sich eindeutig um ein Fahrzeug, weshalb die wörtliche Benennung als „car“ den Eindruck, dass es in der Sache um die Vermittlung von Fahrzeugen in unterschiedlichen Kontexten gehen wird, nur verstärkt, dem Zeichen aber keinen abweichenden Sinngehalt verleiht, der über die Kombination von Wort und Bild hinausgeht. Außerdem ist der Verkehr gerade bei Piktogrammen an deren beschreibende Verwendung im öffentlichen Raum, z. B. auf Flughäfen und Bahnhöfen gewöhnt.

Das Zeichen in seiner Gesamtheit ist daher nicht schutzfähig.

Grabrucker

Fink

Dr. Mittenberger-Huber

Ko