

# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 173/00

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 398 64 576.0**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 23. Oktober 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richters v. Zglinitzki und der Richterin am Amtsgericht Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 9. November 1998 die Wortmarke

### **Stadtwelt**

für die Dienstleistungen

"Klasse 35: Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten;

Klasse 41: Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten"

zur Eintragung in das Register angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 35 des Patentamts hat die Anmeldung durch Beschluß vom 19. Oktober 1999 sowie die Erinnerung des Anmelders durch Beschluß vom 26. Juni 2000 gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft und eines Freihaltungsbedürfnisses an einer beschreibenden Angabe mit der Begründung zurückgewiesen, die Bezeichnung "Stadtwelt" bedeute Lebenskreis/Lebensbereich der Stadt und weise auf verständliche Weise auf Sinn und Zweck der beanspruchten Dienstleistungen hin.

Der Anmelder hat gegen diese Entscheidung des Patentamts Beschwerde eingelegt. In der Sache hat er sich weder vor dem Patentamt noch im Beschwerdeverfahren geäußert.

## II.

Die Beschwerde ist unbegründet.

Der Senat schließt sich der Beurteilung der Markenstelle des Patentamts jedenfalls insoweit an, als der angemeldeten Marke "Stadtwelt" jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG fehlt. Die Markenstelle hat die Anmeldung somit schon deshalb zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist die konkrete Eignung einer Marke, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden, wobei jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft grundsätzlich ausreicht (vgl BGH GRUR 2000, 722, 723 – LOGO; BGH GRUR 1999, 1089, 1091 – YES; BGH GRUR 1999, 1093, 1094 – FOR YOU). Die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft mangelt einer Wortmarke aber regelmäßig dann, wenn ihr hinsichtlich der betroffenen Waren oder Dienstleistungen ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann oder es sich sonst um ein gebräuchliches Wort handelt, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl BGH aaO).

Die Bezeichnung "Stadtwelt" wird den angesprochenen Verkehrskreisen lediglich als sprachüblicher und ohne weiteres verständlicher Begriff erscheinen können, der allgemein beschreibend bloß auf den örtlichen und gegenständlichen Bereich der beanspruchten Dienstleistungen in einer spezifisch urbanen Umwelt mit bekanntlich vielfältigen Lebensverhältnissen, Arbeitsbedingungen, Angeboten und Betätigungen hinweist. Denn das Grundwort "-welt" bezeichnet in zahlreichen Komposita, insbesondere "in sich geschlossener (Lebens-)Bereich; Sphäre" (vgl Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 3. Auflage 1996, S 1729; Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Auflage, Bd 10, 1999, S 4479 f), wie

beispielsweise die geläufigen Begriffe "Lebenswelt", "Arbeitswelt", "Staatenwelt", "Sportwelt", "Theaterwelt", "Geschäftswelt", "Bergwelt", "Inselwelt", "Finanzwelt" zeigen. Da in Städten charakteristische Lebensbedingungen herrschen, gibt es unzählige Begriffe mit dem Bestimmungswort "Stadt-". Die jeweils angesprochenen Verkehrskreise werden die Bezeichnung "Stadtwelt" daher in erster Linie als Sachhinweis auffassen, daß die beanspruchten Dienstleistungen im Stadtgebiet erbracht werden sowie im einzelnen "Werbung" das Spektrum der städtischen Angebote umfaßt, "Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung", die in der Stadt ansässigen Unternehmen ansprechen, "Büroarbeiten" auf städtischem Niveau mit entsprechender Servicebreite ausgeführt werden, "Erziehung, Ausbildung" städtische Themengebiete beinhalten und "Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten" in stadtypischer Vielfalt und Konzentration eine anspruchsvolle Ereignisauswahl offerieren.

Der Senat neigt zwar auch zur Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses an dem Begriff "Stadtwelt" gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, dies bedarf hier jedoch keiner abschließenden Entscheidung mehr.

Winkler

Dr. Hock

v. Zglinitzki

Hu