

# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 16/01

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 397 49 583.8**

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 31. Juli 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Dr. Hacker und der Richterin Werner

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I**

Die Marke

Media Perfomance

ist zur Eintragung angemeldet worden für folgende Waren und Dienstleistungen:

"Entwurf, Planung, Beratung, Wartung, Reparatur, Auf-, Ein- und Abbau, Bedienung und Vermietung von Bühnen für öffentliche Veranstaltungen, Theater, Film- und Fernsehaufnahmen, Messe- und Ausstellungsstände, Diskotheken, Restaurants und Freizeitparks, von ton- und lichttechnischen Anlagen und Geräten für obige Bühnen;

Tontechnische Anlagen und deren Teile, nämlich Lautsprecher, Mischpulte, Verstärker, Mikrophone, Ton-Aufzeichnungsgeräte, Kabel und Stromversorgungsgeräte für tontechnische Anlagen;

Lichttechnische Anlagen und deren Teile, nämlich Scheinwerfer, Regler für Scheinwerfer, Bühnenlaser, Kabel und Stromversorgungsgeräte hierfür;

Bühnen und deren Teile, insbesondere Stellwände, Podeste, auch bewegliche und fahrbare Podeste, Requisiten für Bühnen (soweit

in Klasse 20 enthalten), Bühnenüberdachungen, Traversen für Bühnen".

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung mit Beschluß vom 16. Juli 1999 zurückgewiesen mit der Begründung, daß die angemeldete Marke freihaltungsbedürftig iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG und nicht unterscheidungskräftig iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG sei. Zwar handle es sich bei der angemeldeten Marke um eine neue, derzeit nicht nachweisbare Wort-Kombination. Die beiden Markenbestandteile "Media" und "Performance" seien jedoch im Deutschen bekannt. Bezogen auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen müsse "Media" als Plural von "Medium" im Sinne einer technischen oder organisatorischen Einrichtung für die Vermittlung von Meinungen, Informationen und von Kunst verstanden werden und "performance" als der englische Ausdruck für "Vorführung". Mit diesen Bedeutungen würden beide Begriffe in einer Fülle von Veröffentlichungen verwandt, so daß sie für die angesprochenen Verkehrskreise ohne weiteres verständlich seien. Die sprachregelmäßige Verbindung beider Begriffe bringe zum Ausdruck, daß die beanspruchten Waren und Dienstleistungen für die organisatorische oder technische Durchführung solcher künstlerischen Aktionen bestimmt seien, bei denen akustische und optische Medien eingesetzt würden. Als Ausdruck für diese konkrete Bestimmungsangabe müsse die angemeldete Marke für die Mitbewerber der Anmelderin iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG freigehalten werden. Aus demselben Grund sei die Marke auch nicht unterscheidungskräftig iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG; denn die angesprochenen Verkehrskreise würden sie als Bestimmungsangabe auffassen und nicht als Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen.

Gegen diesen Beschluß richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Im patentamtlichen Verfahren hat die Anmelderin mitgeteilt, daß die angemeldete Wortmarke als Firma der Anmelderin in das Handelsregister eingetragen worden sei. Weiter hat die Anmelderin vorgetragen, beide Markenbestandteile - "Media" und

"Performance" - könnten eine Reihe verschiedener Bedeutungen annehmen. Das Wort "Performance" sei im übrigen englisch, während es im Deutschen nur den Ausdruck "Performanz" gebe, der ein sprachwissenschaftlicher Fachausdruck sei und "Sprachverwendung in einer bestimmten Situation" bedeute. Der Gesamtausdruck "Media Performance" lasse sich weder im Deutschen noch im Englischen nachweisen und sei für die angesprochenen Verkehrskreise unverständlich. Da es keinen bekannten Gesamtbegriff darstelle und seine beiden Bestandteile jeweils mehrdeutig seien, enthalte das angemeldete Markenwort unter keinem Gesichtspunkt eine konkrete Beschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Es handele sich vielmehr um einen Phantasiebegriff, der nicht freihaltungsbedürftig sei und über die erforderliche Unterscheidungskraft verfüge.

Im Beschwerdeverfahren vor dem Bundespatentgericht hat die Anmelderin nicht weiter vorgetragen; sie hat auch nicht mitgeteilt, inwieweit sie die Begründung des angefochtenen Beschlusses für unzutreffend hält.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluß der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 16. Juli 1999 aufzuheben.

Zu den weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, aber nicht begründet, weil die angemeldete Marke als konkrete Beschreibung für alle Waren und Dienstleistungen geeignet ist, für die sie eingetragen werden soll. Die Marke ist deswegen freihaltungsbedürftig iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG und kann nicht in das Register eingetragen werden.

Die angemeldete Marke setzt sich aus den beiden Wörtern "Media" und "Performance" zusammen, die beide zum aktuellen deutschen Sprachschatz gehören. Es trifft zu, daß beide Begriffe verschiedene Bedeutungen annehmen können. Diese potentielle Mehrdeutigkeit nimmt der angemeldeten Wortkombination jedoch nicht von vornherein die Eignung, als konkrete Beschreibung der einschlägigen Waren und Dienstleistungen zu dienen. Insoweit ist entscheidend, ob die Wortkombination gerade im Hinblick auf die von der Anmeldung erfaßten Waren und Dienstleistungen mehrdeutig ist (vgl BPatG GRUR 2001, 741, 743 "Lichtenstein"). Das ist nicht der Fall.

Das Wort "Media" ist der Plural von "Medium", das einen lateinischen Ursprung hat und inzwischen eingedeutscht wurde. Neben anderweitigen Bedeutungen im Bereich der Physik, der Medizin und der Sprachwissenschaften wird es im einschlägigen Waren- und Dienstleistungsbereich als konkreter Fachausdruck für "technische oder organisatorische Apparate zur Vermittlung von Meinungen, Informationen und von Kulturgütern" verwendet (vgl DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl 2001, S 1063). Insoweit sind nicht nur Presse, Funk und Fernsehen "Media", sondern auch Ton und Bild im weitesten Sinne sowie Licht, Texte und Computeranimationen. In diesem Sinne sind im Deutschen auch kombinierte Ausdrücke mit "media" etabliert. "Multimedia" bedeutet zB das Zusammenwirken von verschiedenen Medien (vgl DUDEN Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl 2001, S 1063, 1105). Dementsprechend gibt es auch Multimediashows und Multimedia-Veranstaltungen (vgl DUDEN Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Aufl 1999, S 2653, 2654). In dieser Bedeutung kommt "Media" als konkrete Beschreibung für die von der Anmeldung erfaßten Waren und Dienstleistungen in Frage. Bei den betreffenden Waren und Dienstleistungen geht es im wesentlichen um Bühnen für öffentliche Veranstaltungen und um die Ausrüstung dieser Bühnen mit ton- und lichttechnischen Anlagen. Alle diese Waren und Dienstleistungen sind für die Organisation und für die technische Durchführung von Veranstaltungen mit verschiedenen Media geeignet.

Auch der ursprünglich englische Begriff "Performance" ist heute Bestandteil der deutschen Sprache (vgl DUDEN Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Aufl 1999, S 2887, 2888). Im maßgeblichen Bereich der einschlägigen Waren und Dienstleistungen bezeichnet "Performance" eine künstlerische Aktion und ist insoweit zu einem allgemeinen Modewort geworden, das jede für ein Publikum bestimmte Vorführung meint (vgl DUDEN, aaO, und DUDEN, Wörterbuch der Szenesprachen, Mannheim 2000, S 65, 195, 205). In dieser Bedeutung ist es als konkrete Beschreibung aller von der Anmeldung erfaßten Waren und Dienstleistungen geeignet, denn jede davon kann für die Durchführung einer solchen Vorführung bestimmt sein.

Die Kombination "Media Performance" steht sowohl mit den deutschen als auch mit den englischen Sprachregeln im Einklang. Sie bildet einen Gesamtbegriff, der "Vorführung mit verschiedenen Media" bedeutet. Damit wird ein konkreter Zweck beschrieben, für den alle von der Anmeldung erfaßten Waren und Dienstleistungen eingesetzt werden können. Die Wortkombination ist für die angesprochenen Verkehrskreise ohne weiteres verständlich, denn beide Markenbestandteile sind im Deutschen geläufig und ihre Kombination ist angelehnt an den ebenfalls etablierten deutschen Begriff von der "Multimediaveranstaltung". Daß "Media Performance" bereits von Dritten in eben diesem Sinne benutzt wird, belegen verschiedene Internetanzeigen, die der Senat vor seiner Entscheidung der Anmelderin zur Kenntnisnahme zugeleitet hat. Abgesehen davon kommt es nach Sinn und Wortlaut des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG ("dienen können") ausschließlich darauf an, ob eine Angabe zur beschreibenden Verwendung geeignet ist. Nicht erforderlich ist, daß sie in diesem Sinne bereits von Mitbewerbern eingesetzt wird (vgl EuGH GRUR 1999, 723, 726 "Chiemsee", BGH GRUR 2000, 882, 883 "Bücher für eine bessere Welt").

Aus diesen Gründen kann die angemeldete Wortkombination nicht zugunsten der Anmelderin markenrechtlich monopolisiert werden. Sie muß vielmehr für die Mit-

bewerber iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG freigehalten werden. Die Beschwerde der Anmelderin ist daher zurückzuweisen.

Dr. Ströbele

Dr. Hacker

Werner

Bb