



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 27/05

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 34 525.3

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 18. April 2007 durch ...

beschlossen:

1. Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 11. Januar 2005 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen wurde für die Waren und Dienstleistungen

Wissenschaftliche und Vermessungsapparate, -geräte und -instrumente, soweit in Klasse 9 enthalten; fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll- und Unterrichtsapparate, -geräte und -instrumente; Speicher für Datenverarbeitungsanlagen; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Lautsprecher; Modems; Musikautomaten und -boxen; Radios;

Rundfunkwerbung; Aufstellung von Kosten-Preisanalysen; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Beratung in Fragen der Geschäftsorganisation und -führung; Büroarbeiten; Dateienverwaltung mittels Computer; Systematisierung und Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken;

Ausstrahlung von Rundfunksendungen und -programmen;

Erziehung; Ausbildung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Schulung über gesundheitliche Themen; Zusammenstellung von Rundfunkprogrammen; Rundfunkunterhaltung; Veranstaltung und Durchführung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Vermietung von Rundfunk- und Audiogeräten; Rundfunkunterhaltung; Veranstaltung von Wettbewerben zum Zwecke der Erziehung, Ausbildung und Unterhaltung;

Entwicklung von Medienkonzepten hinsichtlich Erziehung, Ausbildung und Unterhaltung.

Gesundheitsberatung

2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

TV-Wartezimmer

ist angemeldet zur Eintragung in das Register für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 9:

Wissenschaftliche, Vermessungs-, elektronische und elektrotechnische Apparate, Geräte und Instrumente, soweit in Klasse 9 enthalten; fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll- und Unterrichtsapparate, -geräte und -instrumente; Geräte, Apparate und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Ton- und Bildaufzeichnungsträger digitaler und analoger Art, insbesondere Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Ton- und Bild-, ROM- und Festspeicher-Compactdiscs, Videobänder, Filmbänder, DVDs, Minidiscs, Disketten und Chips; magnetische, Faser- und optische Datenträger; Speicher für Datenverarbeitungsanlagen; Unterhaltungsapparate zum

Anschluss an Fernsehgeräte; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte, Computer und Computerperipheriegeräte, Dialog- Computersysteme; Computerprogramme und -software, Computerbetriebsprogramme; Computer- und Videospiele als Zusatzgeräte für Fernsehapparate; Ton- und Bildempfangsgeräte; Fernsehapparate; Lautsprecher; Modems; Musikautomaten und -boxen; Radios; herunterladbare und gespeicherte elektronische Publikationen;

Klasse 35:

Werbung; Herausgabe von Werbetexten; Fernsehwerbung, Rundfunkwerbung, Onlinewerbung in einem Computernetzwerk; Verteilung von Werbematerial, insbesondere Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben; Vorführung von Waren für Werbezwecke; Vermietung von Werbematerial; Verkaufsförderung für Dritte; Markt-, Meinungs- und Absatzforschung; Entwicklung von digitalen Werbekonzepten, insbesondere im Gesundheitsbereich; Marketing; Public Relations; Sammeln und Zusammenstellung von themenbezogenen Presseartikeln; Aufstellung von Kosten-Preisanalysen; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Vermietung von Werbezeit in Kommunikations-Medien; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Organisation und Durchführung von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Beratung in Fragen der Geschäftsorganisation und -führung; Büroarbeiten; Dateienverwaltung mittels Computer; Systematisierung und Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken;

Klasse 38:

Telekommunikation; Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernseh-sendungen und -programmen; Ausstrahlung von Tele- und Me-

diendienstprogrammen; elektronische Anzeigenvermittlung; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen auf und des Zugriffs zu einem Computernetzwerk; Bildschirmtextdienst; Sammeln, Liefern und Übermittlung von Nachrichten und Pressemeldungen; Vermietung von Geräten zur Datenübertragung und Telekommunikationsgeräten; Ausstrahlung von Bild- und Tonaufnahmen, insbesondere Filmen, Kurzfilmen, Reportagen, Nachrichtenmagazinen, Werbefilmen und Aufklärungsfilmern, insbesondere über gesundheitliche Themen;

Klasse 41:

Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Fort- und Weiterbildung insbesondere für Ärzte und medizinisches Personal; Schulung über gesundheitliche Themen; Zusammenstellung von Fernsehprogrammen und Rundfunkprogrammen; Rundfunkunterhaltung; Veranstaltung und Durchführung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Bereitstellung von nicht herunterladbaren elektronischen Publikationen; Erstellen von Bildreportagen; Herausgabe, Publikation, Onlinepublikation von Büchern, Texten und Zeitschriften, soweit in Klasse 41 enthalten; Desktop-Publishing; digitaler Bilderdienst; Vermietung von Rundfunk-, Fernseh- und Audiogeräten; Fernseh- und Rundfunkunterhaltung; Vermietung von Bild- und Tonaufnahmen, insbesondere Filmen, Kurzfilmen, Reportagen, Nachrichtenmagazinen, Werbefilmen und Aufklärungsfilmern, insbesondere über gesundheitliche Themen; Veranstaltung, Organisation und Durchführung von Kolloquien, Konferenzen, Kongressen, Seminaren, Symposien, Workshops; Produktion von Shows; Veranstaltung von Wettbewerben zum Zwecke der Erziehung, Ausbildung und Unterhaltung; Entwicklung von Medienkonzepten hinsichtlich Erziehung, Ausbildung und Unterhaltung;

Klasse 44:
Gesundheitsberatung.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 11. Januar 2005 als nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen. Das angesprochene Publikum erfasse die sprachüblich gebildete Wortkombination ohne weiteres als Hinweis auf ein mit Fernsehen ausgestattetes Wartezimmer. In Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen erschöpfe sich das angemeldete Zeichen daher in dem beschreibenden Hinweis auf deren Einsatzbereich bzw. Verwendungszweck.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Zur Begründung verweist er im Wesentlichen auf die Mehrdeutigkeit des Zeichens, das sowohl ein mit Fernsehen ausgestattetes Wartezimmer als auch ein für Wartezimmer konzipiertes Fernsehprogramm beschreibe. Das Zeichen sei nach Art eines Titels gebildet und entspreche damit zahlreichen als Marke eingetragenen Titeln wie „TV-Spielfilm; TV-Movie, TV Rätsel, tv total“. Zur Schutzfähigkeit trage zusätzlich die sprachregelwidrige Wortbildung bei, denn für eine beschreibende Verwendung kämen allenfalls die Bezeichnungen „Wartezimmerfernsehen“ bzw. „Wartezimmer-TV“ in Betracht.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Das Ergebnis der vom Senat durchgeführten Recherche zur beschreibenden Verwendung des Begriffs „TV-Wartezimmer“ und weiterer mit den Bestandteilen „TV“ und „Wartezimmer“ gebildeter Wortkombinationen wurde dem Anmelder übersandt.

II.

Die nach § 66 Abs. 1 und 2 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache nur teilweise Erfolg. Für die Waren und Dienstleistungen

Elektronische und elektrotechnische Apparate und Geräte, soweit in Klasse 9 enthalten; Geräte, Apparate und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Ton- und Bildaufzeichnungsträger digitaler und analoger Art, insbesondere Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Ton- und Bild-, ROM- und Festspeicher-Compactdiscs, Videobänder, Filmbänder, DVDs, Minidiscs, Disketten und Chips; magnetische, Faser- und optische Datenträger; Unterhaltungsapparate zum Anschluss an Fernsehgeräte; Datenverarbeitungsgeräte, Computer und Computerperipheriegeräte, Dialog- Computersysteme; Computerprogramme und -software, Computerbetriebsprogramme; Computer- und Videospiele als Zusatzgeräte für Fernsehapparate; Ton- und Bildempfangsgeräte; Fernsehapparate; herunterladbare und gespeicherte elektronische Publikationen;

Werbung; Herausgabe von Werbetexten; Fernsehwerbung, Onlinewerbung in einem Computernetzwerk; Verteilung von Werbematerial, insbesondere Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben; Vorführung von Waren für Werbezwecke; Vermietung von Werbematerial; Verkaufsförderung für Dritte; Markt-, Meinungs- und Absatzforschung; Entwicklung von digitalen Werbekonzepten, insbesondere im Gesundheitsbereich; Marketing; Public Relations; Sammeln und Zusammenstellung von themenbezogenen Presseartikeln; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Vermietung von Werbezeit in Kommunika-

tions-Medien; Organisation und Durchführung von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke;

Telekommunikation; Ausstrahlung von Fernsehsendungen und -programmen; Ausstrahlung von Tele- und Mediendienstprogrammen; elektronische Anzeigenvermittlung; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen auf und des Zugriffs zu einem Computernetzwerk; Bildschirmtextdienst; Sammeln, Liefern und Übermittlung von Nachrichten und Pressemeldungen; Vermietung von Geräten zur Datenübertragung und Telekommunikationsgeräten; Ausstrahlung von Bild- und Tonaufnahmen, insbesondere Filmen, Kurzfilmen, Reportagen, Nachrichtenmagazinen, Werbefilmen und Aufklärungsfilmen, insbesondere über gesundheitliche Themen;

Unterhaltung; Fort- und Weiterbildung insbesondere für Ärzte und medizinisches Personal; Zusammenstellung von Fernsehprogrammen; Bereitstellung von nicht herunterladbaren elektronischen Publikationen; Erstellen von Bildreportagen; Herausgabe, Publikation, Onlinepublikation von Büchern, Texten und Zeitschriften, soweit in Klasse 41 enthalten; Desktop-Publishing; digitaler Bilderdienst; Vermietung von Fernsehgeräten; Fernsehunterhaltung; Vermietung von Bild- und Tonaufnahmen, insbesondere Filmen, Kurzfilmen, Reportagen, Nachrichtenmagazinen, Werbefilmen und Aufklärungsfilmen, insbesondere über gesundheitliche Themen; Veranstaltung, Organisation und Durchführung von Kolloquien, Konferenzen, Kongressen, Seminaren, Symposien, Workshops; Produktion von Shows

steht der Eintragung das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegen (§ 8 Abs. 2 Nr. 1, § 37 Abs. 1 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. BGH GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard m. w. N.). Sie entspricht der Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2006, 229, Rn. 27 ff. - BioID). Die Beurteilung der Unterscheidungskraft hat sich daher einerseits an den beanspruchten Waren und Dienstleistungen und andererseits an der Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise zu orientieren. Die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt einer Wortmarke nur dann, wenn das Zeichenwort einen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen klaren und ohne weiteres verständlichen beschreibenden Begriffsinhalt aufweist oder es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom angesprochenen Publikum stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl. BGH GRUR 1999, 1089 - YES, GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2006, 850, Tz. 18 f. - FUSSBALL WM 2006). Das gilt auch für Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung zwar nicht unmittelbar betreffen, aber einen so engen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen herstellen, dass der Verkehr den beschreibenden Aussagegehalt auch insoweit ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfasst (vgl. BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006, Tz. 19). Nach diesen Grundsätzen weist die angemeldete Marke für die oben aufgeführten Waren und Dienstleistungen keine hinreichende Unterscheidungskraft auf.

2. Die vom Senat durchgeführte Internetrecherche zeigt für die Wortkombination „TV-Wartezimmer“ zwei unterschiedliche Verwendungen. Einerseits ist der Begriff gebräuchlich für digitales Fernsehen mit Unterhaltungsprogrammen, Nachrichten und Werbesendungen für das ärztliche Wartezimmer, z. B. <http://www.quintessenz.tv/wartezimmer/> - „Quintessenz TV-Wartezimmer bringt Informationen, Unterhaltung und moderne, optisch ansprechende Medien-Technik in

das Wartezimmer“; www.apocon.com - „TV-Wartezimmer bringt Mehrwert für Patient und Arzt“; www.mutmacherdarnation.de - „So kann das TV-Wartezimmer sowohl zur Unterhaltung als auch zur Informationsvermittlung und Erstansprache des Patienten dienen“; www.handelsvertreter.de - „TV-Wartezimmer ist eine hochwertige Kommunikationsplattform im medizinischen Wartezimmer“. Daneben ist „TV-Wartezimmer“ auch belegt als Bezeichnung für das ärztliche Wartezimmer in einer TV-Serie (vgl. <http://wortschatz.informatik.uni.leipzig.de/> - „Fünf Jahre reichte sie Doc Dressler die Spritze, kurvte im sexy Outfit durchs TV-Wartezimmer“).

3. Über diese Verwendung des angemeldeten Gesamtbegriffs hinaus ergibt die Recherche verschiedene Treffer für die aus den identischen Zeichenbestandteilen zusammengesetzte Wortkombination „Wartezimmer-TV“, wie z. B. www.vnr.de - „Neues Werbemedium: Wartezimmer-TV“; www.aerzteblatt.de - „Wartezimmer-TV: Berufsrechtliche Risiken bedenken“. Auch entsprechend gebildete Kombinationen wie etwa „Apotheken-TV, Praxis-TV“ sind zur Beschreibung eines auf bestimmte Vertriebsstätten bzw. Erbringungsorte ausgerichteten Fernsehangebots gebräuchlich (vgl. z. B. www.netscreens.de). Angesichts dieser Recherchelage ist davon auszugehen, dass das angesprochene Publikum das Zeichen in seiner Gesamtheit ohne weiteres im Sinne eines Fernsehangebots für das ärztliche Wartezimmer erfasst. Dieser Beurteilung steht nicht entgegen, dass die beiden Begriffe „TV-Wartezimmer“ und „Wartezimmer-TV“ nebeneinander verwendet werden. Denn auf die Verfügbarkeit anderer Bezeichnungen kommt es für die Beurteilung der beschreibenden Bedeutung eines Zeichens nicht an (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, Rn. 57 - POSTKANTOOR).

4. In Verbindung mit den Waren, die den Empfang von Fernsehprogrammen bzw. eine Teilnahme am interaktiven Fernsehen ermöglichen, nämlich „Elektronische und elektrotechnische Apparate und Geräte, soweit in Klasse 9 enthalten; Geräte, Apparate und Instrumente zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Unterhaltungsapparate zum Anschluss an Fernsehgeräte; Datenverarbeitungsgeräte, Computer und Computerperipheriegeräte, Dialog-

Computersysteme; Computerprogramme und -software, Computerbetriebsprogramme; Computer- und Videospiele als Zusatzgeräte für Fernsehapparate; Ton- und Bildempfangsgeräte; Fernsehapparate“ erschöpft sich das Zeichen daher in dem beschreibenden Hinweis, dass diese für den Empfang des TV-Wartezimmers ausgerichtet sind. Dieses Verständnis ist vor allem deshalb nahegelegt, weil die Abkürzung „TV“ mit der Bedeutung von „Fernsehen“ sowohl das Fernsehprogramm als auch das Fernsehgerät beschreibt und das angesprochene Publikum die beschreibende Bedeutung auch hinsichtlich der zum Empfang des TV-Wartezimmers notwendigen technischen Ausstattung ohne weiteres erfasst. Wegen des engen Sachzusammenhangs zwischen Waren und den zugehörigen Vermietungsdienstleistungen erschließt sich der beschreibende Aussagegehalt auch unmittelbar für die Dienstleistungen „Vermietung von Geräten zur Datenübertragung und Telekommunikationsgeräten; Vermietung von Fernsehgeräten“.

5. Entsprechendes gilt für die Dienstleistungen „Telekommunikation; Ausstrahlung von Fernsehsendungen und -programmen; Ausstrahlung von Tele- und Mediendienstprogrammen; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen auf und des Zugriffs zu einem Computernetzwerk; Bildschirmtextdienst; Ausstrahlung von Bild- und Tonaufnahmen, insbesondere Filmen, Kurzfilmen, Reportagen, Nachrichtenmagazinen, Werbefilmen und Aufklärungsfilmern, insbesondere über gesundheitliche Themen; Unterhaltung; Zusammenstellung von Fernsehprogrammen; Bereitstellung von nicht herunterladbaren elektronischen Publikationen; Erstellen von Bildreportagen; Fernsehunterhaltung; Vermietung von Bild- und Tonaufnahmen, insbesondere Filmen, Kurzfilmen, Reportagen, Nachrichtenmagazinen, Werbefilmen und Aufklärungsfilmern, insbesondere über gesundheitliche Themen; Produktion von Shows“. Da sie auf die Ausstrahlung und Produktion von Fernsehprogrammen bzw. auf die elektronische Bereitstellung von Daten und Informationen ausgerichtet sind, weist das Zeichen lediglich darauf hin, dass es sich um Fernsehprogramme bzw. Produktionen und weitere Dienstleistungen, wie Bildschirmtext und Bereitstellen von Online-Texten handelt, die für das ärztliche Wartezimmer angeboten werden.

6. Für die im Bereich der Werbung und Marktforschung beanspruchten Dienstleistungen „Werbung; Herausgabe von Werbetexten; Fernsehwerbung, Onlinewerbung in einem Computernetzwerk; Verteilung von Werbematerial, insbesondere Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben; Vorführung von Waren für Werbezwecke; Vermietung von Werbematerial; Verkaufsförderung für Dritte; Markt-, Meinungs- und Absatzforschung; Entwicklung von digitalen Werbekonzepten, insbesondere im Gesundheitsbereich; Marketing; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Vermietung von Werbezeit in Kommunikations-Medien; elektronische Anzeigenvermittlung“ ist das Zeichen ebenfalls reiner Sachhinweis. Dem Verkehr ist bekannt, dass jegliche Art von Privatfernsehen über Werbesendungen finanziert wird, und demzufolge erfasst er die Angabe „TV-Wartezimmer“ in Verbindung mit den genannten Dienstleistungen als rein beschreibenden Hinweis auf das Werbemedium, für das diese Dienstleistungen erbracht werden. Mit dem TV-Wartezimmer als Werbeträger in engem Zusammenhang stehen auch die weiteren Dienstleistungen „Public Relations; Sammeln und Zusammenstellung von themenbezogenen Presseartikeln; Sammeln, Liefern und Übermittlung von Nachrichten und Pressemeldungen“, so dass der Verkehr das Zeichen auch insoweit nur als Hinweis auf deren thematischen Schwerpunkt versteht.

7. Reine Inhaltsangabe ist das Zeichen darüber hinaus für die Waren, die ihrem thematischen Inhalt nach beschrieben werden können, nämlich „Ton- und Bildaufzeichnungsträger digitaler und analoger Art, insbesondere Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Ton- und Bild-, ROM- und Festspeicher-Compactdiscs, Videobänder, Filmbänder, DVDs, Minidiscs, Disketten und Chips; magnetische, Faser- und optische Datenträger; herunterladbare und gespeicherte elektronische Publikationen“. Wegen des engen beschreibenden funktionellen Bezugs zwischen den genannten Waren und den Dienstleistungen, mittels derer diese Waren entstehen, erfasst das angesprochene Publikum den thematischen Hinweis auf das TV-Wartezimmer auch hinsichtlich der Dienstleistungen „digitaler Bilderdienst; Herausgabe, Publikation, Onlinepublikation von Büchern, Texten und Zeitschriften, soweit in Klasse 41 enthalten; Desktop-Publishing“ (vgl. BGH GRUR 2003, 342,

344 - Winnetou). Diesem Verständnis der angemeldeten Marke als einer inhaltsbeschreibenden Angabe steht im Übrigen nicht entgegen, dass sich dem Begriff „TV-Wartezimmer“ keine näheren Einzelheiten zu dem damit beschriebenen Fernsehangebot entnehmen lassen. Denn der thematische Bereich eines Fernsehangebots für das Wartezimmer ist mit der Angabe „TV-Wartezimmer“ hinreichend präzisiert, die deshalb vom Verkehr lediglich als titelartiger Sachhinweis und nicht als betriebliches Unterscheidungsmittel erfasst wird (vgl. BGH GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt).

8. Bei den Dienstleistungen „Fort- und Weiterbildung insbesondere für Ärzte und medizinisches Personal; Organisation und Durchführung von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Veranstaltung, Organisation und Durchführung von Kolloquien, Konferenzen, Kongressen, Seminaren, Symposien, Workshops“ kann es sich um solche handeln, die sich thematisch mit dem Konzept des TV-Wartezimmers und seiner Möglichkeiten befassen, so dass auch für diese Dienstleistungen der beschreibende Aussagegehalt des Zeichens im Vordergrund steht.

9. Die vom Anmelder geltend gemachten Voreintragungen geben keinen Anlass zu einer anderen Beurteilung der Schutzfähigkeit, da es sich um Wort-/Bildmarken handelt, die bereits aufgrund der zusätzlichen grafischen Elemente mit der angemeldeten Marke nicht vergleichbar sind. Die Tatsache, dass einige der vom Senat ermittelten Recherchebelege auf das Angebot des Anmelders verweisen, steht der Annahme eines beschreibenden Begriffsinhalts ebenso wenig entgegen. Denn auch eine beschreibende Verwendung durch den Anmelder selbst kann dazu führen, dass eine ursprünglich schutzfähige Bezeichnung eine beschreibende Funktion entfaltet (vgl. BGH GRUR 2003, 436, 439 - Feldenkrais).

10. Keine Schutzhindernisse bestehen hingegen für die Waren und Dienstleistungen

Wissenschaftliche und Vermessungsapparate, -geräte und -instrumente, soweit in Klasse 9 enthalten; fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll- und Unterrichtsapparate, -geräte und -instrumente; Speicher für Datenverarbeitungsanlagen; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Lautsprecher; Modems; Musikautomaten und -boxen; Radios;

Rundfunkwerbung; Aufstellung von Kosten-Preisanalysen; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Beratung in Fragen der Geschäftsorganisation und -führung; Büroarbeiten; Dateienverwaltung mittels Computer; Systematisierung und Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken;

Ausstrahlung von Rundfunksendungen und -programmen;

Erziehung; Ausbildung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Schulung über gesundheitliche Themen; Zusammenstellung von Rundfunkprogrammen; Rundfunkunterhaltung; Veranstaltung und Durchführung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Vermietung von Rundfunk- und Audiogeräten; Rundfunkunterhaltung; Veranstaltung von Wettbewerben zum Zwecke der Erziehung, Ausbildung und Unterhaltung; Entwicklung von Medienkonzepten hinsichtlich Erziehung, Ausbildung und Unterhaltung.

Gesundheitsberatung

11. Hinsichtlich der Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Empfang und der Ausstrahlung von Rundfunkprogrammen fehlt es am engen beschreibenden Bezug, weil diese üblicherweise nicht mit dem Begriff „TV“ beschrieben werden. Der Begriff Rundfunk ist zwar lexikalisch belegt als die drahtlose Ver-

breitung von Informationen und Darbietungen durch elektromagnetische Wellen (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]) und umfasst damit grundsätzlich auch die Übertragung von Fernsehsignalen. Im Verständnis der angesprochenen Endverbraucher und Endabnehmer, auf deren Auffassung es hier ankommt, ist der Begriff Rundfunk aber ein Synonym für „Hörfunk“ (vgl. <http://wortschatz.informatik.uni-leipzig.de/> zum Eintrag „Rundfunk“) und wird daher nicht vom Begriffsinhalt der Abkürzung „TV“ erfasst.

12. Auch für die Waren „Wissenschaftliche und Vermessungsapparate, -geräte und -instrumente, soweit in Klasse 9 enthalten; fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll- und Unterrichtsapparate, -geräte und -instrumente; Speicher für Datenverarbeitungsanlagen; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Lautsprecher; Modems; Musikautomaten und -boxen“ ist kein hinreichend enger Bezug zur Angabe „TV-Wartezimmer“ erkennbar. Sie können unter Umständen an ein Fernsehgerät angeschlossen werden und damit mittelbar auch dem Empfang von Fernsehprogrammen dienen, sind aber in ihrer Funktionsweise nicht auf ein Fernsehgerät bezogen, so dass unklar bleibt, welches Merkmal mit der Angabe „TV-Wartezimmer“ konkret beschrieben werden soll.

13. Bei den Dienstleistungen „sportliche und kulturelle Aktivitäten“ ist es zwar durchaus üblich, sie nach ihrem thematischen Schwerpunkt zu bezeichnen. Das TV-Wartezimmer im Sinne eines Werbemediums und einer Informationsplattform ist aber kein Thema, das für eine sportliche oder kulturelle Aufbereitung in Betracht kommt. Entsprechendes gilt für die Dienstleistungen im Bereich der Erziehung und Ausbildung sowie der Gesundheitsberatung. Anders als die Dienstleistung der beruflichen Fort- und Weiterbildung, die auf den praktischen Umgang und die Handhabung des TV-Wartezimmers ausgerichtet sein kann, erschließt sich die Bedeutung von TV-Wartezimmer im Sinne eines Erziehungs- oder Ausbildungsinhalts bzw. als Gegenstand einer Gesundheitsberatung nicht unmittelbar. Ein Verständnis dahingehend, dass es sich um Erziehungs-, Ausbildungsmaßnahmen oder Beratungsangebote handeln könnte, die über das Fernsehen im Wartezim-

mer vermittelt werden, erfordert eine analysierende Betrachtungsweise des angemeldeten Zeichens, die der Verkehr regelmäßig nicht vornimmt. Insbesondere die Inanspruchnahme von Erziehungs- und Ausbildungsangeboten setzt typischerweise eine zeitliche und inhaltliche Kontinuität voraus, die bei den Besuchern eines ärztlichen Wartezimmers regelmäßig nicht gegeben ist.

gez.

Unterschriften