



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 320/01

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 300 06 522.1**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 4. November 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler sowie der Richter Baumgärtner und Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I.

Die Wortmarke

### **MediaVenture**

soll für die Dienstleistungen der

Klasse 36: Dienstleistungen eines Finanzberaters; Finanzierungen, nämlich Eigenkapitalfinanzierungen, Risikokapitalfinanzierungen, Beteiligungskapitalfinanzierungen, Wachstumskapitalfinanzierungen; Börsenfinanzierungen; Informationsverarbeitung;

Klasse 38: Dienstleistungen einer Media-Agentur; Erstellen von Multimedia-Präsentationen, Dienstleistungen eines Telekommunikationsanbieters

Klasse 41: Ausbildung und Schulung; Organisation von Veranstaltungen zur Schulung, Bildung und Unterhaltung

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 14. August 2001 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Unter einem „Media Venture“ sei ein Unternehmen mit Geschäftstätigkeit auf dem Gebiet der Medien, insbesondere der neuen Medien wie dem Internet, zu verstehen. Da die beanspruchten Dienstleistungen sämtlich in Bezug zu der Planung und Gründung eines „Media Venture“ stünden oder der Information über Media Ventures und damit deren Vorbereitung und Planung dienen, würden die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Marke nicht als einen individuellen Hinweis auf den Anbieter der Dienstleistungen

sehen, sondern sie vielmehr ausschließlich in ihrem allgemeinen Sinngehalt auffassen. Im weiteren spiele es auch keine entscheidende Rolle, dass in dem angemeldeten Zeichen die beiden Wörter „Media“ und „Venture“ zusammengeschrieben seien, da diese, wenn sie überhaupt auffalle, als Stilelement der Werbesprache aufgefasst werde.

Gegen den Zurückweisungsbeschluss hat die Anmelderin form- und fristgerecht Beschwerde eingereicht, diese aber bisher nicht begründet und sich zu dem ihr vom Senat übermittelten Rechercheergebnis ebenfalls nicht geäußert.

Sie beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, da dem Zeichen für die beanspruchten Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr.1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs.2 Nr.1 MarkenG 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. Denn Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Dabei ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshof grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d.h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (stRspr vgl. BGH WRP 2001, 1082 – marktfrisch; GRUR 2002, 540 – OMEPRAZOK, m.w.N.). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Verkehr

ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer geläufigen Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass ihr die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH a.a.O.).

Nach diesen Grundsätzen fehlt der angemeldeten Marke für die beanspruchten Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft, da „MediaVenture“ für sie eine im Vordergrund stehende Sachaussage darstellt.

Das Zeichen setzt sich, auf Grund der Großschreibung des zweiten Wortes ohne weiteres erkennbar, aus den Bestandteilen „Media“ und „Venture“ zusammen. „Media“ ist als Plural von „Medium“ ein im Deutschen aus Zusammensetzungen wie Multimedia, Mediaanalyse, Media Man (vgl. Wahrig Deutsches Wörterbuch 7. Auflage 2000) geläufiger Begriff, der sich auf die im weitesten Sinne technischen Mittel bezieht, über die Meinungen, Informationen, Werbung und Kulturgüter vermittelt werden, nämlich auf die Massenmedien Film, Funk, Fernsehen, Presse (vgl. Duden, das Fremdwörterbuch 7. Auflage 2001) und zunehmend auch auf das Internet. „Venture“ hat grundsätzlich eine Vielzahl von Bedeutungen, das Wort ist den inländischen Verkehrskreisen aber im Wesentlichen aus zwei Zusammensetzungen bekannt, nämlich aus „Jointventure“ oder „Joint Venture“ (vorübergehender oder dauernder Zusammenschluss von Unternehmen zum Zweck der gemeinsamen Ausführung von Unternehmen, vgl. Duden, das Fremdwörterbuch 7. Auflage 2001) mit der Bedeutung „Unternehmen“ und aus „Venturecapital“ oder „Venture-Capital“ (Risikokapital vgl. Duden, a.a.O.) mit der Bedeutung „Risiko“. Dies ergibt aber keine relevante Mehrdeutigkeit des angemeldeten Zei-

chens. Zwar kommen für die angemeldete Wortfolge die Bedeutungen „Medienunternehmen“ und „Medienrisiko“ in Betracht. Letztere ist aber nur theoretisch, denn sie ergibt keinen Sinn, zumal die Bedeutung „Risiko“ regelmäßig mit dem Begriff „Kapital“ verbunden ist. Wie die Internetrecherche zwar auch ergeben hat, taucht die angemeldete Wortfolge als Teil einer Wortkombination noch in [www.berlinnews](#) auf. Dort wird über einen Risikokapitalgeber berichtet, der „durch ... Media-Venture-Deals ...sich ... etabliert“ hat. Im Kontext mit diesem Unternehmen wird „Media-Venture“ zwar als Risikokapital für Medienunternehmen zu verstehen sein (ähnlich der Selbstdarstellung auf der Web-Site der Anmelderin: „Media Venture – Venture Capital for New Media). Aber diese Bedeutung erschließt sich nur auf Grund des Kontextes und kann nicht als allgemeinverständlicher Inhalt der Wortfolge „Media Venture“ angesehen werden. Für „Media Venture“ in Alleinstellung steht die Bedeutung „Medienunternehmen“ im Vordergrund, was auch folgende Fundstellen belegen: Im Impressum der „automarken. info“: „A **metaspinner media Venture**“ bedeutet die Wortfolge „Medienunternehmen“ Dieselbe Bedeutung hat sie in der Web-Site der European School of Economics: „Students research possibilities for creating a media venture“. Bei dem Bericht über das Projekt [SETI@home](#) handelt es sich bei der dortigen „New-Media-Venture-Unternehmung“ um die Unternehmung einer Arbeitsgemeinschaft neuer Medienunternehmen. Im Zusammenhang mit den Dienstleistungen der Klasse 36 fehlt der Anmeldung daher jedenfalls die Unterscheidungskraft, weil das angesprochene Publikum „MediaVenture“ bei den Dienstleistungen eines Finanzberaters als Hinweis auf dessen Spezialisierung auf Medienunternehmen und nicht als Herkunftshinweis auffasst. Dies gilt auch bei den folgenden Finanzierungsdienstleistungen und der Informationsverarbeitung, bei denen ebenfalls der wirtschaftliche bzw. fachliche Schwerpunkt beschrieben ist. Der Begriff „MediaVenture“ beschreibt in der Bedeutung „Medienunternehmen“ für die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 38 sowie für die Dienstleistung „Unterhaltung“ die Art des Unternehmens, in dem sie erbracht werden oder aus dem sie stammen und ist daher ebenfalls nicht zur Unternehmenskennzeichnung geeignet. Bei den übrigen Dienstleistungen der Klasse 41 bezeichnet die Wortfolge lediglich als rein beschreibende Be-

stimmungsangabe die Zielgruppe der mit den beanspruchten Dienstleistungen angesprochenen Auftraggeber und Abnehmer.

Die angesprochenen Verkehrskreise werden daher „MediaVenture“ in Verbindung mit den betroffenen Dienstleistungen nur im oben dargestellten Sinn verstehen und nicht als Herkunftshinweise auf einen bestimmten Anbieter ansehen.

Die Zusammenschreibung von „Media“ und „Venture“ führt nicht zu einer Verfremdung der angemeldeten Wortmarke, die die erforderliche Unterscheidungskraft begründen könnte. Zum einen wird die Verbindung der beiden Zeichenbestandteile durch die Großschreibung des Wortes „venture“ wieder aufgehoben, zum anderen ist diese Art der Wortbildung allgemein werbeüblich, so dass von ihr kein Hinweischarakter ausgeht.

Winkler

Baumgärtner

Kätker

CI