

# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 124/01

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 399 26 522.8**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. Dezember 2001 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Buchetmann, die Richterin Winter und den Richter Schramm

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Bezeichnung

MEDIASUITE

für die Waren:

"Computerprogramme, insbesondere Programme zur Bildbe-  
und verarbeitung".

Die Markenstelle für Klasse 9 des Patentamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und eines bestehenden Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen, weil die angemeldete Marke lediglich beschreibend auf ein "Softwarepaket für Medien" hinweise.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie hält mit näheren Ausführungen die angemeldete Bezeichnung in ihrer Gesamtheit insbesondere als nicht sprachübliche Wortneuschöpfung für schutzfähig.

Die Anmelderin beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Ergänzend wird auf das schriftsätzliche Vorbringen und den Inhalt der patentamtlichen Beschlüsse Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache ohne Erfolg. Die angemeldete Marke MEDIASUITE ist für die beanspruchten Waren nach den Vorschriften des Markengesetzes von der Eintragung ausgeschlossen. Sie ist gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG eine beschreibende Angabe, die im Verkehr zur Bezeichnung der Bestimmung der beanspruchten Waren dienen kann; ihr fehlt auch jegliche Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG.

Die angemeldete Marke setzt sich aus den Bestandteilen "Media" und "Suite" zusammen. "Media" - der Plural von "Medium" - ist zwar lateinischen Ursprungs (wörtlich: Mittel), hat jedoch seit langem als Fremdwort in die deutsche Sprache Eingang gefunden (vgl zB Duden, Das große Fremdwörterbuch, 2. Aufl, S 851). "Media" sind allgemein die Mittel, die der Vermittlung von Informationen, Unterhaltung und Belehrung dienen, z.B. Film, Funk, Fernsehen, Presse, Foto, Video (vgl Wahrig, Deutsches Wörterbuch 2000, S 859); diese sind speziell auch die für die Werbung benutzten Kommunikationsmittel (vgl Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl S 1063). "Media" begegnet breiten Verkehrskreisen häufig in Begriffen wie "Mediaanalyse" (vergleichende Auswertung verschiedener Werbemedien im Hinblick auf ihre Wirksamkeit, vgl Wahrig aaO), "Mediaforschung" (Untersuchungen über Einsatz und Wirkung von Werbeträgern ua Hörfunk, Fernsehen, Presse, vgl Der Brockhaus in fünf Bänden, Band 3 S 2974), "Mediakombination" oder "Mediamix" (Heranziehung verschiedener Medien für eine Werbung, vgl Duden, Das große Fremdwörterbuch aaO), "Mediamann" (Fachmann der Werbewirtschaft, vgl Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl S 1063). Der Senat vermag daher nicht der von der Anmelderin vertretenen Auffassung zu folgen, daß es sich bei "Media" um ein extrem seltenes, sprachunübliches Wort handelt.

Auch das Wort "Suite" (französisch wörtlich: Folge) ist Bestandteil der deutschen Sprache (vgl Duden, Das große Fremdwörterbuch aaO S 1289). Im Bereich der EDV bezeichnet "Suite" ein Programmpaket (vgl Fachwörterbuch der EDV-Begriffe 2001, S 304 sowie die der Anmelderin von der Markenstelle übersandten Nachweise).

Das danach sprachüblich gebildete Markenwort MEDIASUITE bedeutet wörtlich übersetzt "Mediaprogrammpaket". Es handelt sich dabei nicht um eine eigenartige, phantasievolle Zusammensetzung zweier verschiedener Begriffe. Vielmehr ergibt auch die Wortzusammenfügung nur ein sprachübliches Wort beschreibenden Inhalts, weil die beiden Wörter nur entsprechend ihrem ursprünglichen, rein beschreibenden Wortsinn verwendet werden (BGH GRUR 1996, 68 – COTTON LINE). In bezug auf die beanspruchten "Computerprogramme, insbesondere Programme zur Bildbe- und verarbeitung", die zB Text-, Musik-, Bild-, Videobearbeitung oder Mediaanalyse und -planung betreffen und Gegenstand eines Programmpakets sein können, stellt das Markenwort eine knappe, aber dennoch ausreichend deutliche Sachangabe in der Form einer Bestimmungsangabe dar.

Der genannten beschreibenden Bedeutung steht nicht entgegen, daß das Wort "Suite" auch eine Folge von zusammengehörenden Zimmern in Hotels bezeichnet (Duden, Das große Fremdwörterbuch aaO S 1289). Denn ein beschreibender Gehalt einer Marke kann nicht abstrakt ohne Bezug zu den beanspruchten Waren beurteilt werden (vgl BGH BIPMZ 1995, 36, 37 liSp - VALUE). Diese potentielle Mehrdeutigkeit nimmt der angemeldeten Wortkombination damit nicht von vornherein die Eignung, als konkrete Beschreibung der einschlägigen Waren zu dienen. Insoweit ist entscheidend, ob sie gerade im Hinblick auf die von der Anmeldung erfaßten Waren mehrdeutig ist (vgl BPatG GRUR 2001, 741, 743 – Lichtenstein). Das ist nicht der Fall; im Zusammenhang mit den hier beanspruchten Computerprogrammen sind andere Deutungen als die genannte nicht nahegelegt.

Der angemeldeten Bezeichnung fehlt auch jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG, da die bei den hier maßgeblichen Waren angesprochenen Verkehrskreise das Wort MEDIASUITE ohne weiteres verstehen und wegen des beschreibenden Inhalts der Bezeichnung darin eine Sachangabe, nicht aber einen Hinweis auf die Herkunft der damit gekennzeichneten Erzeugnisse aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb sehen werden.

Dr. Buchetmann

Winter

Schramm

Fa