



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 84/01

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
18. Juni 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 80 253

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) auf Grund der mündlichen Verhandlung vom 18. Juni 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richterin Pagenberg und den Richter Voit

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

soll für die Dienstleistungen

"Gestaltung von Werbemitteln; Marketing, Organisationsberatung; Onlinedienst für die Vermittlung von Verträgen über den Erwerb und die Veräußerung von Waren; über Netzwerke laufende Werbeangebote für Waren und Dienstleistungen in Form von Daten, Texte, Bild, Ton oder sämtliche Kombinationen dieser Elemente; Betrieb einer elektronischen Datenbank, insbesondere im Onlinebetrieb; Telekommunikation; Dienstleistungen eines Informationsanbieters über Telekommunikation; Dienstleistungen eines Informationsanbieters über Telekommunikationseinrichtungen; Dienstleistungen eines Datenbankanbieters über Netzwerke im Rahmen eines Betreibers einer Datenbank, nämlich das Bereitstellen und Kommunizieren von einer Datenbank gespeicherten Informationen"

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes, besetzt mit einem Beamten des höheren Dienstes, hat die Anmeldung mit Beschluss vom 11. Januar 2001 wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und wegen eines bestehenden Freihaltebedürfnisses im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen.

Dagegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders, in der ausgeführt wird, dass die Empfänger der Dienstleistungen in dem Wortbestandteil des angemeldeten Zeichens ein Fantasiewort sähen und die grafische Gestaltung lediglich als Hervorhebung des prägenden Wortbestandteils aufgefasst werde. Auch bei einer zergliedernden Betrachtung stehe kein Begriffsinhalt im Vordergrund, da einerseits "media" vom Verkehr nicht zur Bezeichnung von Medien verwendet werde und im übrigen "content" sowohl "zufrieden" oder auch "Inhalt" bedeuten könne und beides keinen sinnvollen Gesamtbegriff ergebe. Im übrigen sei keine Art von Medien oder Kommunikationsmitteln geeignet, die beanspruchten Dienstleistungen zu beschreiben. Ein Freihaltebedürfnis bestehe schon deswegen nicht, da die grafischen Elemente des angemeldeten Zeichens nicht geeignet seien, zur Bezeichnung der beanspruchten Dienstleistungen dienen zu können.

Der Anmelder beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 11. Januar 2001 aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Dem angemeldeten Zeichen steht zumindest das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

Einer Marke fehlt jegliche Unterscheidungskraft, wenn ihr ein für die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann oder wenn sie ansonsten keine konkrete Unterscheidungseignung entfalten kann, weil es sich etwa um einen verständlichen Ausdruck der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, der vom Verkehr stets nur als solcher und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (st. Rspr. vgl. BGH GRUR 1999, 1089 – YES; GRUR 2001, 1151 - marktfrisch). Das hier angemeldete Zeichen weist einen Wortbestandteil "contentmedia" und daneben grafische Elemente auf, die in Form einer Umrandung des Wortbestandteils mit zwei verschiedenen farbigen dünnen Linien und in einer unterschiedlichen Farbgestaltung der beiden Wortbestandteile "content" und "media" bestehen. Bei dem Wortbestandteil "contentmedia" handelt es sich um eine beschreibende Angabe, wobei "content" im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen allein als "Inhalt" zu verstehen ist. In dieser Bedeutung wird die fragliche Bezeichnung auch verwendet, so etwa auf der Webseite www.ffga.org/fffga/mediacenter.html, auf der Webseite www.perfecthit.com/talent, www.mediaprofessionals.de/de/unternehmen/presse oder auch auf www.rmit.edu.au/browse/Our%20organisation%20. Da sich die Mehrheit der beanspruchten Dienstleistungen an bestimmte Verkehrskreise richtet und nur Gewerbetreibende ein Interesse an der Gestaltung von Werbemitteln, Marketing, Organisationsberatung, Onlinediensten für die Vermittlung von Verträgen über den Erwerb und die Veräußerung von Waren, über Netzwerk laufende Werbeangebote für Waren und Dienstleistungen in Form von Daten, Text, Bild, Ton oder sämtlicher Kombinationen dieser Elemente und den Betrieb einer elektronischen Datenbank haben, ist davon auszugehen, dass diese angesprochenen Verkehrskreise die aktuellen Entwicklungen im Bereich der Telekommunikations- bzw. Computertechnik wenigstens in groben Umrissen kennen und der angemeldete Ausdruck "contentmedia" nichts anderes als eine beschreibende Angabe für "inhaltstragende Medien" darstellt. Wie die Internetfundstellen belegen, handelt es sich bei dem Wortbestandteil des angemeldeten Zeichens um eine sprachübliche Kombination aus Wortbestandteilen des englischen Grundwortschatzes, in einem Bereich, der

vielfach deutsche Fachwörter gar nicht erst hat aufkommen lässt und in dem die angesprochenen Verkehrskreise an den Gebrauch der englischen Sprache gewöhnt sind (BPatG; Mitt 2003, 47 – INNOVA).

Auch die grafischen Elemente des angemeldeten Zeichens vermögen eine Unterscheidungskraft nicht zu begründen, da es sich um einfachste grafische Gestaltungen in Form einer Umrandung des Wortbestandteils und einer verschieden farbigen Gestaltung der beiden Wortbestandteile "content" und "media" handelt, die der Verkehr als werbemäßige Verwendung auffasst und nicht als Herkunftshinweis (vgl. BGH GRUR 2001, 1153 – antiKALK). Dies zeigen auch die Rechercheergebnisse des Senats zur mündlichen Verhandlung vom 18. Juni 2003, so dass das angemeldete Zeichen die sehr niedrig anzusetzende Schwelle der Unterscheidungskraft nicht zu überschreiten vermag.

Grabrucker

Pagenberg

Voit

Ko

Abb. 1

