



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 108/06

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 20 961.2/9

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. Februar 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Vogel von Falckenstein sowie der Richterin Hartlieb und des Richters Paetzold

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortmarke

MediaRange

für die Waren und Dienstleistungen der Klassen 2, 9, 16, 17, 38 und 41

„Datenträger, insbesondere bespielte und unbespielte Ton- und Bildtonträger sowie On- und Offlinedatenträger jeden Formats, insbesondere Video-Compactdiscs, Bildplatten, CDs (CD-R, CD-ROM und CD-RW), DVDs; Speicher für Datenverarbeitungsanlagen in Form von Netzwerkdatenbanken; Magnetaufzeichnungsträger (insbesondere Kassetten, Videos); Teile und Bestandteile für alle vorstehend genannten Waren; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); für Verpackungszwecke; Tintenstrahl- und Laserfolien; Tinte; Tintenpatronen; Tonerpatronen; nachfüllbare Patronen; Flaschen mit Tinte zum Nachfüllen; Vorrichtungen zum Einfüllen von Tinte in Tintenpatronen; Tintenfüllstationen; Waren aus Papier; Federhalter und Bleistifte; Tonerpatronen für Laserdrucker; Druckernachfüllkits; Druckerpatronen; Druckfolienbögen; behandeltes Druckerpapier; Druckertoner, Teile und Bestandteile für alle vorstehend genannten Waren; Waren aus Kunststoffen (Halbfabrikate), soweit in Klasse 17 enthalten, insbesondere Schutzfolien für CDs oder DVDs; Telekommunikation; Kommunikationsdienste; Videotext- und Teletextübertragungen; Übertragung von Informationen;

Dienstleistungen in Bezug auf die Übertragung und Darstellung von Informationen per Computer oder durch elektronische Medien; Kommunikationsleistungen mit Hilfe elektronischer Medien; interaktive Kommunikation; E-Mail-Dienste; Unterhaltung, insbesondere das Veröffentlichen bespielter Bildton- sowie Datenträger jeden Formats, auf welchen Informationen jeglicher Art gespeichert sind, insbesondere von bespielten Video-Compactdiscs, Bildplatten, CDs, DVDs, Magnetaufzeichnungsträgern (insbesondere Kassetten, Videos), Videokassetten; Veröffentlichen in elektronischer Form; Veröffentlichung von Druck- und Zeitschriften sowie sonstigen Druckerzeugnissen (insbesondere Magazinen, Büchern, Postern, Plakaten)“.

Die Markenstelle hat die Anmeldung durch eine Beamtin des höheren Dienstes gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG mit der Begründung zurückgewiesen, die aus einfachen englischen Wörtern sprachüblich gebildete Marke werde von den beteiligten Verkehrskreisen in ihrem Aussagegehalt „Mediensortiment, Medienangebot“ ohne weiteres verstanden, zumal auch der erste Bestandteil bereits in den deutschen Sprachschatz übergegangen sei. Ob die beanspruchte Wortmarke auch im einschlägigen Waren- und Dienstleistungsgebiet beschreibend verwendet werde, könne dahinstehen, da sie sich insoweit zur Beschreibung eigne. Sie weise nämlich lediglich darauf hin, dass es sich um Waren aus einem Mediensortiment handele, auf welches sich gleichermaßen die beanspruchten Dienstleistungen beziehen könnten.

Gegen diesen Beschluss wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde, ohne diese näher zu begründen. Einen Antrag auf mündliche Verhandlung hat sie nicht gestellt.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist nicht begründet.

Auch nach Ansicht des Senats unterliegt die angemeldete Wortmarke den Schutzhindernissen des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG, denn es handelt sich, wie schon die juristische Erstprüferin der Markenstelle ausführlich und gestützt auf zahlreiche Fundstellen im Internet überzeugend dargelegt hat, letztlich um eine bloße Sachangabe, die für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jeder Unterscheidungskraft entbehrt und die zugunsten der Mitbewerber der Anmelderin freigehalten werden muss.

Über diese Erkenntnisse der Markenstelle gehen auch die Feststellungen des Senats nicht hinaus. Auf die bereits von der Markenstelle übermittelten Fundstellen und Senatsentscheidungen ist die Anmelderin, da sie keinen Terminantrag gestellt hat, noch einmal ausdrücklich in einem Schreiben vom 23. Dezember 2008 mit der Gelegenheit zur Stellungnahme bis zum 30. Januar 2009 hingewiesen worden, ohne dass die Anmelderin sich hierzu in irgendeiner Weise geäußert hat.

Nachdem auch keine sonstigen Bedenken gegen den Beschluss der Markenstelle bestehen, konnte die Beschwerde der Anmelderin keinen Erfolg haben.

Dr. Vogel von Falckenstein

Hartlieb

Paetzold

CI