



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 529/18

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2016 030 156.9**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. Dezember 2018 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Kortge sowie der Richter Jacobi und Schödel

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Februar 2018 wird aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Das Wortzeichen

### **lokalgenau**

ist am 21. Oktober 2016 unter der Nummer 30 2016 030 156.9 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet worden für Dienstleistungen der

Klasse 35: Aktualisierung, Systematisierung und Pflege von Daten in Computerdatenbanken; Aktualisierung von Werbematerial; Dateienverwaltung mittels Computer; Dienstleistungen einer Werbeagentur; Fernsehwerbung; Herausgabe und Verfassen von Werbetexten; Layoutgestaltung für Werbezwecke; Marketing; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Merchandising (Verkaufsförderung); Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Pay-per-Click-Werbung; Produktion von Werbefilmen; Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln; Sponsorsuche; Telemarketing; Verbreitung von Werbeanzeigen; Verfassen von Werbetexten; Vermietung von Werbezeit und Werbeflächen in Kommunikations-Medien; Verkaufsförderung [Sales Promotion] [für Dritte]; Verteilung von Werbematerial [Flugblätter, Prospekte, Drucksachen]; Versand von Werbemate-

rialien per Post, Telefax und auf elektronischem Wege; Werbung, insbesondere Rundfunk-, Hörfunk-, Internet- und Kinowerbung; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken;

Klasse 38: Ausstrahlung und Übermittlung von Rundfunk-, Hörfunk- und Unterhaltungsprogrammen, Videoclips sowie Sendungen, Daten und Datensammlungen im Internet und anderen Telemedien zum Empfang auf stationären oder mobilen Endgeräten; Ausstrahlung und On-Demand-Übermittlung von Laufbildern, Videos und Filmen auf lokalen, regionalen, nationalen und internationalen Computernetzen; Beratung zur Ausstrahlung von Fernseh- und Rundfunksendungen und Datenbanken sowie von Darbietungen im Internet und in anderen audiovisuellen Medien [Telekommunikationsberatung]; Bereitstellung des Zugriffs auf Plattformen und Portale im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet; Bereitstellung von Plattformen im Internet für die Präsentation und Ausstrahlung von Texten, Nachrichten, Fernseh- und Rundfunksendungen sowie Bild- und Tonaufnahmen; Bereitstellung des Zugriffs auf elektronische Programmführer in Datennetzen; Bereitstellung von Internet-Chatrooms; Bereitstellung von Online-Foren; drahtlose Ausstrahlung; elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms und Internetforen; elektronische Nachrichtenübermittlung; Mobiltelefondienste; Sammeln, Liefern, Übermittlung, Übertragung und Verbreitung von Nachrichten und Pressemeldungen [Dienstleistungen von Presseagenturen]; Ton- und Bildübertragung durch Satelliten;

Klasse 41: Aufzeichnung von Videoaufnahmen; Auskünfte über Freizeitaktivitäten; Bereitstellen von elektronischen Publikationen [nicht herunterladbar]; Betrieb von Tonstudios; Bereitstellen von Informationen im Internet in Bezug auf Unterhaltungsveranstaltungen und sportliche und kulturelle Aktivitäten, insbesondere in Bezug auf Konzerte, Par-

tys, Events, Diskotheken, Kinoprogramme; Dienstleistungen eines Tonstudios; Gestaltung und Produktion von Rundfunksendungen und Rundfunk-, Hörfunk- und Unterhaltungsprogrammen; Durchführung von Veranstaltungen unterhaltender, kultureller und sportlicher Art, auch über Internet; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Filmproduktion [ausgenommen Werbefilmproduktion]; Herausgabe von Texten [ausgenommen Werbetexte]; Herausgabe von Verlagsdruck- und Druckereierzeugnissen in elektronischer Form, auch im Internet [ausgenommen für Werbezwecke]; Informationen über Unterhaltungsveranstaltungen; Layoutgestaltung, außer für Werbezwecke; online angebotene Spieldienstleistungen [von einem Computernetzwerk]; Rundfunkunterhaltung; Unterhaltung, nämlich Veranstaltung und Darbietung von Show-, Quiz- und Musikveranstaltungen; Produktion von Shows; Verfassen von Texten [ausgenommen Werbetexte]; Veranstaltung und Durchführung von Spielen aller Art, einschließlich von Gewinnspielen; Zusammenstellung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen;

Klasse 45: Vergabe, Vermittlung sowie sonstige Verwertung von Rechten an Filmen, Fernseh- und Videoproduktionen sowie anderen Bild- und Tonprogrammen durch Lizenzvergabe, soweit in Klasse 45 enthalten; Verwertung von Urheberrechten und gewerblichen Schutzrechten für andere durch Lizenzvergabe.

Mit Beschluss vom 15. Februar 2018 hat die Markenstelle für Klasse 38 des DPMA die Anmeldung wegen Freihaltebedürftigkeit und fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG teilweise zurückgewiesen, nämlich für alle Dienstleistungen der Klassen 35, 38 und 41. Zur Begründung hat sie ausgeführt, das Anmeldezeichen setze sich aus den allgemein bekannten Adjektiven „lokal“ und „genau“ zusammen. Das Eigenschaftswort „lokal“ bedeute „örtlich [beschränkt], für einen bestimmten Ort oder Bereich geltend;

den Ort, die räumliche Erstreckung ausdrückend, begrenzt, [ein]heimisch, hiesig, regional, von hier“. Das Artwort „genau“ habe die Bedeutung „mit einem Muster, Vorbild, einer Vergleichsgröße [bis in die Einzelheiten] übereinstimmend; einwandfrei stimmend, exakt; gründlich, gewissenhaft ins Einzelne gehend; sorgfältig“. Da es in der Werbe-, Unterhaltungs- und Verlagsbranche üblich sei, Dienstleistungen zielgerichtet lokal zu erbringen, würden die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Wortkombination in ihrer Gesamtheit als „örtlich/räumlich/regional genau“, „genau in diesem Raum“, „genau an dem Ort“, ortsbezogen nur hier, genau in dieser Region/Lokalität“ verstehen. Die beanspruchte Wortverbindung bezeichne Art, Beschaffenheit oder Zweck der beanspruchten Dienste. Die so gekennzeichneten Telekommunikationsdienstleistungen der Klasse 38 könnten „präzise/exakt auf einen bestimmten Ort/eine bestimmte Region ausgerichtet“ sein oder sich inhaltlich auf eine genau bestimmte Lokalität beziehen. Alle angemeldeten Dienstleistungen der Klassen 35 und 41 könnten ebenfalls lokalgenau erbracht werden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie ist der Ansicht, bei dem Anmeldezeichen handele es sich um eine interpretationsbedürftige Wortneuschöpfung. Die beanspruchte Wortverbindung sei schon ihrer Struktur nach ungewöhnlich und kein bekannter Ausdruck der deutschen Sprache. Der Bestandteil „lokal“ könne auch als „modern“ kleingeschriebenes Substantiv mit den Bedeutungen „Restaurant, Gaststätte, Kneipe, Geschäft, Geschäftslokal oder Vereins- oder Veranstaltungsort“ verstanden werden. Ferner komme noch eine adverbiale Verwendung in Betracht. Eine Vielzahl der beanspruchten Dienstleistungen könne gar nicht lokal im geografischen Sinne erbracht werden oder es sei unsinnig, sie genau auf eine Lokalität zu begrenzen. Das Element „genau“ könne auch als Ausdruck der Zustimmung aufgefasst werden. Ferner werde nicht zwischen der positiven und der negativen Bedeutung des Wortes „genau“ unterschieden. Das Zeichen rege zum Nachdenken an, weil auch die unterschiedlichen Deutungen „Kneipen/Gaststätten bejahend“, „penibel auf begrenzte Lösungen setzend“ oder „[nur] in eng umgrenzten Bereichen präzise“ möglich seien. Hinzu kommt, dass

mehrere Marken mit den Bestandteilen „lokal“ und „genau“ für teilweise ähnliche Klassen eingetragen worden seien.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Februar 2018 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die nach §§ 64 Abs. 6, 66 Abs. 1 MarkenG statthafte Beschwerde ist zulässig und begründet.

Der Eintragung des Wortzeichens „**lokalgenau**“ für die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen der Klassen 35, 38 und 41 stehen keine Schutzhindernisse entgegen, insbesondere fehlt dem Anmeldezeichen weder jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, noch stellt es eine Freihaltebedürftige beschreibende Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar.

1. a) Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2015, 1198 Rdnr. 59 f. – Nestlé/Cadbury [Kit Kat]; BGH GRUR 2018, 932 Rdnr. 7 – #darferdas?; GRUR 2018, 301 Rdnr. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rdnr. 9 – OUI). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder

Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2010, 228 Rdnr. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. – OUI). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rdnr. 53 – Henkel; BGH a. a. O. Rdnr. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rdnr. 15 – Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rdnr. 24 – Matratzen Concord/Hukla; BGH GRUR 2014, 376 Rdnr. 11 – grill meister).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH a. a. O. Rdnr. 8 – #darferdas?; GRUR 2012, 270 Rdnr. 11 – Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. Rdnr. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rdnr. 21 – Gute Laune Drops). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die beanspruchte Ware oder

Dienstleistung zwar selbst nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt ohne Weiteres erfasst und in der Bezeichnung kein Unterscheidungsmittel für deren Herkunft sieht (BGH a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146 Rdnr. 32 – DOUBLEMINT; BGH GRUR 2014, 569 Rdnr. 18 – HOT); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe jedoch dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH MarkenR 2007, 204 Rdnr. 77 f. – CELLTECH; BGH GRUR 2014, 1204 Rdnr. 16 – DüsseldorfCongress).

b) Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG genügt das Wortzeichen „**lokalgenau**“, weil es weder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt noch einen engen beschreibenden Bezug zu den versagten Dienstleistungen der Klassen 35, 38 und 41 aufweist.

aa) Von den Datenverwaltungs- und Werbedienstleistungen der Klasse 35 und den Verlagsdienstleistungen der Klasse 41 werden Unternehmer und Angehörige der unternehmerischen Führungsebene angesprochen, während sich die Telekommunikationsdienstleistungen der Klasse 38 und die Unterhaltungsdienstleistungen der Klasse 41 auch an Endverbraucher richten.



bb) Das Anmeldezeichen setzt sich aus den beiden Wörtern „lokal“ und „genau“ zusammen.

aaa) Dem Adjektiv „lokal“ kommt die Bedeutung „örtlich [beschränkt], für einen bestimmten Ort oder Bereich geltend“ oder im Bereich der Sprachwissenschaft „Ort, die räumliche Erstreckung ausdrückend“ zu ([www.duden.de](http://www.duden.de)).

Das vom lateinischen „locus“ für „Ort, Stelle, Platz“ abstammende Substantiv „Lokal“ bezeichnet einen „Raum oder Örtlichkeit, wo man gegen Bezahlung essen und trinken kann; Gaststätte, [Schank]wirtschaft“ oder einen „Raum für verschiedene Zwecke der Zusammenkunft; fester Versammlungsraum eines Vereins, Klubs, der örtlichen Organisation einer Partei u. Ä.“ ([www.duden.de](http://www.duden.de)).

bbb) Das Adjektiv „genau“ bedeutet entweder „mit einem Muster, Vorbild, einer Vergleichsgröße [bis in die Einzelheiten] übereinstimmend; einwandfrei stimmend, exakt“ oder „gründlich, gewissenhaft ins Einzelne gehend; sorgfältig“ ([www.duden.de](http://www.duden.de)).

Als Adverb betont es „die Exaktheit einer Angabe; drückt bestätigend aus, dass etwas gerade richtig, passend für etwas ist; gerade, eben“, „dient als Ausdruck der Hervorhebung, der reinen Verstärkung einer Aussage“ oder „als Ausdruck bestätigender Zustimmung“ ([www.duden.de](http://www.duden.de)).

cc) In seiner Gesamtheit kommt dem Anmeldezeichen die Bedeutung „für einen exakt bestimmten Ort oder Bereich geltend“, „örtlich einwandfrei passend“ oder „konzentriert auf einen bestimmten Punkt oder Ort“ zu. Schon aufgrund der Kleinschreibung und der Nachstellung des Wortes „genau“ kommt das Element „lokal“ nicht als Substantiv in Betracht. Zudem würde den Gesamtbedeutungen „sorgfältige Gaststätte“ oder „gewissenhafter Versammlungsraum“ die Sinnhaftigkeit fehlen.

dd) Der Senat konnte nicht feststellen, dass das lexikalisch nicht nachweisbare Kompositum „lokalgenau“ im allgemeinen Sprachgebrauch mehr als nur ganz vereinzelt benutzt wird. Bei einer Internetrecherche vor dem Anmeldezeitpunkt fanden sich nur sehr wenige Belege in der Massage-, Medizin- und Vermessungstechnik sowie der Meteorologie, zudem meist in der getrennt geschriebenen Form „lokal genau“. Der Senat konnte auch keine Anhaltspunkte dafür finden, dass der Begriff als Werbeschlagwort Verwendung findet (<https://www.slogans.de/slogans.php?GInput=lokalgenau>; <https://www.slogans.de/slogans.php?GInput=lokal+genau>).

ee) Abgesehen davon, dass die über das Internet angebotenen Dienste weltweit und nicht nur für einen bestimmten Ort erbracht werden, enthält der Ausdruck „lokalgenau“ ohne einen Zusatz, um welchen exakt bestimmten Ort es sich handeln soll, oder eine weitere sinngebende Ergänzung weder eine Sach- noch eine Werbeaussage über Gegenstand, Inhalt oder Bestimmungszweck der zurückgewiesenen Datenverwaltungs- und Werbedienstleistungen der Klasse 35, der Telekommunikationsdienstleistungen der Klasse 38 sowie der Verlags- und Unterhaltungsdienstleistungen der Klasse 41. Solche Ergänzungen verändern aber das beanspruchte Wortzeichen, das ausschließlich in seiner angemeldeten Gesamtheit Gegenstand der Prüfung im Eintragungsverfahren ist (BGH GRUR 2011, 65 Rdnr. 10 – Buchstabe T mit Strich).

Deshalb kann der ungebräuchlichen Wortkombination „lokalgenau“ in Alleinstellung nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden.

2. Wegen der fehlenden Eignung des Wortzeichens zur unmittelbaren Beschreibung der beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen kann auch ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht bejaht werden.

Kortge

Jacobi

Richter Schödel ist  
urlaubsbedingt an der  
Unterzeichnung  
gehindert.

Kortge

prä