



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 22/21

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2020 105 185.5

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 20. Juni 2022 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Akintche und den Richter Posselt

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

aktionaersforum

ist am 20. April 2020 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister angemeldet worden und beansprucht nach entsprechender Klärung des Verzeichnisses Schutz für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen:

Klasse 09: Podcasts, auch herunterladbar; aufgezeichnete Medien; herunterladbare Medien; Computersoftware;

Klasse 16: **Papier und Pappe [Karton] und Waren aus diesen Materialien, soweit sie in Klasse 16 enthalten sind, nämlich** Papierbanner, Papierfähnchen, **Papiertaschentücher, Pergamentpapier,** Plakate aus Papier, Platzkarten, **Untersetzer aus Papier für Biergläser, Untersetzer aus Papier für Trinkgläser,** Wimpel aus Papier; Zeitungen; Zeitschriften; Mitteilungsblätter; Broschüren; Kataloge, Bücher; Kalender; andere Druckereierzeugnisse; **Buchbinderartikel;** Fotografien; Schreibwaren; **Stempel;** Aufkleber; Sticker; **Büroartikel, ausgenommen Möbel;** **Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für**

Haushaltszwecke; Zeichenartikel; Künstlerbedarf; Pinsel;
Lehr- und Unterrichtsmaterial [ausgenommen Apparate]; Wimpel,
Fähnchen, Fahnen und Flaggen aus Papier und Pappe;
Tagebücher; Grußkarten; Lesezeichen; **Bierdeckel; Aktenordner;**
Aktenhüllen; Servietten, Tischdecken aus Papier oder
Zellstoff, [alle vorstehend genannten Waren soweit in Klasse
16 enthalten];

Klasse 35: Öffentlichkeitsarbeit, [Public Relations]; Werbung; Merchandising;
Sponsoring in Form von Werbung; Werbung für Tagungen,
Seminare, Symposien, Konferenzen, Workshops, Wettbewerbe
und ähnliche Veranstaltungen; Werbung, insbesondere
Konzeption, Entwicklung und Erstellung von Werbekonzepten für
Dritte, auch mittels digitaler Medien; Werbung durch
Werbeschriften; Organisation, Veranstaltung und Durchführung von
Werbeveranstaltungen, Messen, Ausstellungen [soweit in Klasse
35 enthalten]; Organisation von Ausstellungen und Messen für
wirtschaftliche und Werbezwecke; Planung und Gestaltung von
Werbemaßnahmen; Aktualisierung von Werbematerial; Aufstellung
von Kosten-Preis-Analysen; Beratung beim Einsatz von
Werbemaßnahmen als Dienstleistung einer Werbeagentur,
insbesondere Platzierung und Realisierung dieser Konzepte bei
Fernseh- und Rundfunksendern, in Printmedien und in
elektronischen Medien; Beschaffungsdienstleistungen für Dritte
[Erwerb von Waren und Dienstleistungen für andere Unternehmen];
Werbevermittlung; Beschaffungsdienstleistungen von Medien;
Planung und Platzierung von Werbung für Dritte, einschließlich
Beschaffung des entsprechenden Medienplatzes;
betriebswirtschaftliche und organisatorische Beratung;
Dienstleistungen einer Werbeagentur, insbesondere Ausarbeitung
textlicher und graphischer Entwürfe für Werbeslogans,

Produktbeschreibungen und Unternehmensdarstellungen; Erstellen von Statistiken; Erstellung von betriebswirtschaftlichen Gutachten; Erstellung von Geschäftsgutachten; Herausgabe von Statistiken; Herausgabe von Werbetexten; Marketing für Dritte, auch in digitalen Netzen; Marktforschung; Meinungsforschung; Beratung bei der Kommunikationsplanung und der Entwicklung von Kommunikationsstrategien als Dienstleistungen einer PR-Agentur zur Verbesserung der Kommunikation eines Unternehmens oder einer Institution mit den verschiedensten Dialoggruppen [Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations]; Beratung bei der Artikulation von Interessen und Herstellung eines Dialogs mit den zuständigen Stellen als Dienstleistungen einer PR-Agentur zur Interessenvertretung eines Unternehmens oder einer Institution gegenüber der öffentlichen Verwaltung und den Gesetzgebungsorganen [Lobbyismus]; Beratung bei der Kommunikation mit Journalisten als Dienstleistungen einer PR-Agentur zur Verbesserung der Darstellung eines Unternehmens oder einer Institution in der Öffentlichkeit [Medienarbeit]; Beratung bei der Kommunikation eines Unternehmens oder einer Institution durch Koordination verschiedener Kommunikationsdisziplinen, insbesondere Public Relations, Marketing, Werbung mit dem Erscheinungsbild des Unternehmens oder der Institution als Dienstleistungen einer PR-Agentur; Organisatorisches Projektmanagement im Rahmen der Entwicklung von Kommunikationskonzepten sowie deren Umsetzung in Text, Bild und Ton; Unternehmensberatung als Dienstleistungen einer Agentur, nämlich betriebswirtschaftliche und organisatorische Beratung im Zusammenhang mit der Nutzung aller, auch digitaler Medien sowie betriebswirtschaftliche und organisatorische Planung;

- Klasse 38: Telekommunikationsdienste, insbesondere Computerkommunikations- und Internetzugriffsdienste zur Bereitstellung des Zugriffs auf Inhalte, Webseiten und Internetportale; Podcasting; Online-Kommunikationsdienste; Online-Übermittlung von Informationen; Telekommunikation mittels Plattformen im Internet, die eine Kommunikation zwischen Aktionären ermöglicht; Übermittlung von Podcasts;
- Klasse 41: Bildung; Ausbildung; Unterricht; Organisation und Durchführung von Veranstaltungen wissenschaftlicher Art; Organisation, Durchführung und Veranstaltung von Tagungen, Konferenzen, Kongressen, Symposien, Seminaren, Workshops, Wettbewerbe und ähnliche Veranstaltungen; Veröffentlichung und Herausgabe von Verlagsdruck- und Druckereierzeugnissen, insbesondere Informationsmaterialien und Berichten sowie Ton- und Bildträgern aller Art auch in elektronischer Form, auch im Internet; Herausgabe von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form, auch im Internet; Veröffentlichung und Herausgabe von Texten [ausgenommen für Werbezwecke], insbesondere von Datensammlungen in elektronisch reproduzierbarer Form, auch im Internet [nicht herunterladbar] sowie auf elektronischen Medien; Bereitstellen von elektronischen Publikationen [nicht herunterladbar]; Online Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Coaching; Erstellen von Podcasts, auch für Bildungs- und Unterrichtsinhalte; Organisation, Veranstaltung und Durchführung von Kongressen, Tagungen, Seminaren, Konferenzen, Workshops, Symposien;
- Klasse 42: Hosting von Podcasts; Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software.

Mit Beschluss vom 9. März 2021 hat die Markenstelle für Klasse 35 des DPMA die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1, Abs. 5 MarkenG teilweise zurückgewiesen, nämlich mit Ausnahme der oben **fett** gedruckten Waren der Klasse 16. Die gegen die Teilzurückweisung gerichtete Erinnerung wurde durch die Markenstelle für Klasse 35 mit weiterem Beschluss vom 30. Juli 2021 zurückgewiesen.

Zur Begründung der Beschlüsse ist ausgeführt, dass der für die vorwiegend angesprochenen allgemeinen und unternehmerischen Verkehrskreise ohne weiteres verständliche Bedeutungsgehalt des Zeichens im Sinne eines „Forums, bei dem Gegenstand und Themen Aktionäre betreffen bzw. für diese interessant sein können“ sich im Hinblick auf die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen in einer unmittelbar beschreibenden Sachangabe erschöpfe. Die Bezeichnung gebe einen Hinweis auf Thematik, Eignung bzw. Bestimmung oder den Gegenstand der in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen. Auch die konkrete Schreibweise des Begriffs „aktionaersforum“, nämlich die Kleinschreibung und die Ersetzung des Umlauts „ä“ durch „ae“, liege im Rahmen des Werbeüblichen, beeinträchtige die sofortige Erfassbarkeit des Begriffsinhalts nicht und vermöge die Schutzfähigkeit daher nicht zu begründen.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde.

Die Beschwerdeführerin ist der Auffassung, dass der Bezeichnung „aktionaersforum“ nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden könne. Das Amt habe nicht konkret dargetan, warum das Anmeldezeichen im zurückgewiesenen Umfang auf das Abhalten eines Aktionärsforums im Sinne von § 127a AktG ausgerichtet sein oder sein Schwerpunkt darin bestehen solle, eine Plattform für die Interessenvertretung von Aktionären zu bieten. Die angegriffenen Beschlüsse gingen vielmehr pauschal davon aus, dass das Zeichen für jegliche Waren und Dienstleistungen mit Bezug zu Kommunikation nicht eintragungsfähig

sei. Weder könne aber ein unmittelbar beschreibender Bezug bejaht werden, noch lasse sich ein enger sachlicher bzw. funktionaler Zusammenhang herstellen. Es bestehe ein merklicher Unterschied zwischen der Summe der Bestandteile und der angemeldeten Bezeichnung. So ließen die Einzelbegriffe „Aktionär“ und „Forum“ verschiedene Bedeutungen zu, so dass sich schon daraus eine Mehrdeutigkeit und ein Interpretationsaufwand für die Gesamtbezeichnung ergebe. Die Kombination sei zudem sprachunüblich gebildet und ungewöhnlich, weshalb der Gesamteindruck der Kombination von einer bloßen Zusammenfügung der einzelnen Wörter abweiche und die Verkehrskreise ihr keine konkrete Sachangabe entnähmen. Jede gegenteilige Ansicht ignoriere den bei der Anmeldung anzuwendenden wohlwollenden Prüfungsmaßstab. Aus diesen Gründen und auch mit Blick auf die Kleinschreibung und die Ersetzung von „ä“ durch „ae“ seien einzelne gedankliche Schritte erforderlich, um den Sinngehalt der angemeldeten Bezeichnung zu erfassen, so dass diese nicht als beschreibend angesehen werde. Die mehrdeutige Bezeichnung stelle in dieser Form keinen festen Begriff dar und werde auch nicht von Dritten benötigt. Schließlich habe das DPMA es versäumt, die Kennzeichnungsgewohnheiten und die verschiedenen Verwendungsmöglichkeiten der Bezeichnung für jede einzelne Ware und Dienstleistung zu berücksichtigen.

Die Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom
9. März 2021 und vom 30. Juli 2021 aufzuheben.

Der Senat hat mit gerichtlichem Schreiben vom 8. April 2022 darauf hingewiesen, dass die angemeldete Bezeichnung im beschwerdegegenständlichen Umfang nicht für schutzfähig erachtet werde.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung „**aktionaersforum**“ als Marke steht im beschwerdegegenständlichen Umfang das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat dem Anmeldezeichen insoweit daher gemäß § 37 Abs. 1, Abs. 5 MarkenG zu Recht die Eintragung versagt.

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen zukommende Eignung, die von der Anmeldung erfassten Waren bzw. Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und so diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2020, 411 Rn. 10 – #darferdas? II; GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2008, 608 Rn. 66 Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 229 Rn. 27 – BioID AG/HABM [BioID]; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 565 Rn. 12 – smartbook).

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 GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI). Die Prüfung selbst, ob das erforderliche (Mindest-)Maß an Unterscheidungskraft vorliegt, darf sich dabei aber nicht auf ein Mindestmaß beschränken oder – wie es

die Beschwerdeführerin formuliert - „wohlwollend“ erfolgen, sondern muss streng, vollständig, eingehend und umfassend sein (vgl. EuGH GRUR 2019, 1194 Rn. 28 AS/DPMA – #darerdas? unter ausdrücklicher Bezugnahme auf EuGH GRUR 2003, 604 Rn. 59 – Libertel).

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 Rn. 53 – Henkel KGaA; BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 10 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 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 2019, 1194 Rn. 20 – AS/DPMA [#darferdas?]; GRUR 2008, 608 Rn. 67 – Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [MATRATZEN]; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 – grill meister).

Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Zeichen, die einen beschreibenden Begriffsinhalt enthalten, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland NV/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2020, 411 Rn. 11 – #darferdas? II). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder die Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein en-

ger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard). 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 Rn. 32 – DOUBLEMINT; BGH GRUR 2014, 569 Rn. 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 Rn. 77 f. – CELLTECH; BGH GRUR 2014, 1204 Rn. 16 – DüsseldorfCongress).

2. Nach diesen Grundsätzen ist die Unterscheidungskraft der angemeldeten Bezeichnung „aktionaersforum“ im hier relevanten Waren- und Dienstleistungszusammenhang zu verneinen. Die angesprochenen Verkehrskreise werden die Bezeichnung als beschreibende Sachangabe auffassen, nicht aber als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Betrieb bzw. Unternehmen. Denn das Anmeldezeichen wird auch in der konkreten Schreibweise zwanglos als Kombination der Wörter „Aktionär“ und „Forum“ wahrgenommen; beide Begriffe sind für sich genommen beschreibend und dieser beschreibende Charakter geht durch die Zusammenfügung der Bestandteile nicht verloren, sondern führt auch in der Gesamtheit zu einer Sachangabe.

a) Angesprochener Verkehrskreis der beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen der Klassen 35 und 42 ist in erster Linie ein unternehmerisch tätiges Publikum, während sich die in den Klasse 9, 16, 38 und 41 beanspruchten beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen sowohl an Fachkreise als auch an Endverbraucher richten.

b) Die angemeldete Wortbildung „aktionaersforum“ setzt sich aus den deutschen Begriffen „aktionaer/Aktionär“ und „forum/Forum“ zusammen. Bei solchen aus mehreren Bestandteilen kombinierten Zeichen ist es zulässig, zunächst die Bestandteile getrennt zu betrachten, sofern die Beurteilung des Schutzhindernisses auf einer sich anschließenden Prüfung der Gesamtheit dieser Bestandteile beruht (vgl. EuGH GRUR 2004, 943 - SAT.2; GRUR 2006, 229 – BioID; BGH, Beschluss vom 10.09.2020, I ZB 13/20 - Lichtmiete).

Der Begriff „Aktionär“ bedeutet „Gesellschafter einer Aktiengesellschaft; Aktieninhaber“ (vgl. DUDEN Online unter www.duden.de); insofern eignet sich die Angabe als Zielgruppenhinweis. Eine Mehrdeutigkeit – wie sie die Beschwerdeführerin offensichtlich auch diesem Wort beimisst, ohne aber die vermeintlich verschiedenen Bedeutungen konkret zu benennen – ist nicht erkennbar.

Das Wort „Forum“ bezeichnet, je nach Sachzusammenhang, einen geeigneten Personenkreis, der eine sachverständige Erörterung von Problemen und Fragen garantiert (z. B. ein internationales Forum) oder eine Plattform, einen geeigneten Ort für etwas (z. B. eine Zeitschrift als Forum für bestimmte Fragen) oder auch eine öffentliche Diskussion, Aussprache, beispielsweise ein literarisches Forum, ein Forum zu Umweltfragen usw. (vgl. DUDEN Online). Dieser Begriff ist daher eine geeignete und verbreitete Kurzbeschreibung für eine Gelegenheit/Plattform unterschiedlicher Art zu einer eher anspruchsvollen, fachkundigen Behandlung bzw. Diskussion bestimmter Themen. Die Angabe findet schon seit Jahrzehnten in diesem beschreibenden Sinne Verwendung, was im Übrigen bereits in zahlreichen

Beschlüssen des Bundespatentgerichts ausgeführt wurde (vgl. die bereits von der Markenstelle aufgeführten Entscheidungen; so z. B. BPatG, Beschluss vom 12.05.2005, 25 W (pat) 267/03 – Forum PET).

c) Die Verbindung der beiden Wörter zu dem Gesamtbegriff „aktionäersforum“ stellt eine sprach- und werbeüblich zusammengesetzte Wortkombination dar; sie weist keine ungewöhnliche Struktur oder weitere Besonderheiten syntaktischer oder semantischer Art auf, die von einem rein sachbezogenen Aussagegehalt wegführen könnten. Das Anmeldezeichen wird vielmehr ohne weiteres und zwanglos in seinem Begriffsgehalt im Sinne von „Plattform für Informationen, Diskussionen und Kommentare für Aktionäre/von Aktionären“ erfasst.

Das Forum für die Erörterung, Diskussion oder Darstellung eines Aktionäre interessierenden Themas kann dabei aus einem Kreis von Personen, aber auch aus einer Zeitschrift oder einem virtuellen Ort, einer Internet-Seite bzw. -Portal, mithin aus jeder Art von Kommunikationsebene bestehen (vgl. auch BPatG, Beschluss vom 17.09.1997, 29 W (pat) 198/96 - Deutsches Medizin Forum; Beschluss vom 22.07.1998, 29 W (pat) 23/98 - Bauforum; Beschluss vom 28.06.2000, 32 W (pat) 73/00 - forum bürowirtschaft; HABM, Entscheidung vom 31.01.2001, R0018/00-1 - EXHIBITOR FORUM).

Der Auffassung der Beschwerdeführerin, es handle sich um eine sprachunüblich gebildete, mehrdeutige, ungewöhnliche, neue und mit Blick auf die Kleinschreibung und die Ersetzung von „ä“ durch „ae“ interpretationsbedürftige Begriffskombination, ist sowohl die Erstprüferin wie auch der Erinnerungsprüfer mit zutreffenden Erwägungen und unter Verweis auf die insoweit jeweils einschlägige Rechtsprechung des EuGH, des BGH und des Bundespatentgerichts entgegengetreten; auf diese Ausführungen wird vollumfänglich Bezug genommen. In ihrer Beschwerdebegündung wiederholt die Anmelderin lediglich ihr Vorbringen aus dem Erst- und Erinnerungsverfahren ohne sich in der Sache mit den

Argumenten der Markenstelle auseinanderzusetzen und ohne auf die zitierte Rechtsprechung einzugehen. Zudem passt der Einwand der Anmelderin, die Bezeichnung „aktionärsforum“ erschöpfe sich aus Verbrauchersicht nicht in der Aussage, es „handle sich um die Stimme der Investoren“, ersichtlich nicht zu dem hier verfahrensgegenständlichen Anmeldezeichen.

Im Hinblick auf gängige und auch lexikalisch erfasste Begriffskombinationen mit dem Bezugswort „Aktionärs-“, – wie „Aktionärskreis“, „Aktionärsstruktur“, „Aktionärstreffen“, „Aktionärsgruppe“, „Aktionärsversammlung“, „Aktionärsbrief“, „Aktionärsschützer/in“ oder „Aktionärsvertreter/in“ (vgl. DUDEN Online) – sowie angesichts des Umstands, dass der Verkehr mit einer Vielzahl von Foren zu unterschiedlichsten Themen konfrontiert wird, bei denen Zielgruppe, Gegenstand oder Thema des jeweiligen Forums schlagwortartig durch eine mit dem Begriff „Forum“ gebildete Wortkombination herausgestellt wird, vermag die Auffassung der Beschwerdeführerin auch in keiner Hinsicht zu überzeugen, zumal die Kleinschreibung und die Ersetzung des Umlauts „ä“ durch „ae“ werbeüblich sind und die Erfassbarkeit der Bezeichnung überhaupt nicht beeinträchtigen (vgl. hierzu BPatG, Beschluss vom 08.01.2003, 29 W (pat) 171/01 – art; Beschluss vom 14.09.2005, 26 W (pat) 34/04 – touristikboerse; Beschluss vom 12.11.2020, 30 W (pat) 509/19 – Metropolitan Aesthetics; Beschluss vom 07.05.2008, 32 W (pat) 23/07 – PRAESSENZ-Training; Beschluss vom 03.05.2005, 27 W (pat) 299/04 – Fahrradeder).

Nicht zuletzt handelt es sich – ohne dass dies für die Verneinung der Unterscheidungskraft erforderlich wäre - bei der Angabe „Aktionärsforum“ um eine bereits bekannte und sachbeschreibend verwendete Bezeichnung. Denn der Begriff „Aktionärsforum“ findet sich seit November 2005 – also schon lange vor dem hier maßgeblichen Anmeldezeitpunkt April 2020 - im Aktiengesetz, vgl. § 127a AktG und bezeichnet, wie die Begriffsbildung ohnehin nahelegt, eine auf den Internetseiten des elektronischen Bundesanzeigers eingestellte (dort rein elektronische) Kommunikations- und Informationsplattform für Aktionäre; ferner gibt es eine

Aktionärsforumsverordnung. Auf der Seite des Bundesanzeigers wird im Übrigen im Wörter-Buch in einfacher Sprache das Aktionärs-Forum wie folgt erläutert: „Ein Forum ist ein Treffpunkt. Das Aktionärs-Forum ist ein Treffpunkt für Aktionäre. Und für Aktien-Gesellschaften. Die Besucher vom Forum können Infos austauschen....“.

Nach alledem wird der hier angesprochene Verkehr die angemeldete Bezeichnung unschwer als Hinweis auf (irgend)ein Forum für (künftige) Aktionäre oder von Aktionären und damit als sachbezogenen Begriff wahrnehmen.

Der Umstand, dass dem Zeichen in zweierlei Hinsicht eine Sachaussage zukommen kann - nämlich dass Aktionären ein Forum gegeben wird oder es sich um das Forum der Aktionäre handelt -, führt nicht zu einer die Schutzzfähigkeit begründenden Mehrdeutigkeit. Denn beide möglichen Aussageinhalte sind beschreibend. Von einem beschreibenden und mithin nicht unterscheidungskräftigen Begriff kann nämlich auch dann ausgegangen werden, wenn das angemeldete Zeichen verschiedene Bedeutungen hat, sein Inhalt vage und nicht klar umrissen ist oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Dienstleistungen beschreibt (BGH GRUR 2014, 872 Rn. 25 - Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 18 – HOT). Der allein durch die verschiedenen Deutungsmöglichkeiten hervorgerufene Interpretationsaufwand des Verkehrs reicht für die Bejahung einer Unterscheidungskraft nicht aus (BGH, a.a.O., Rn. 24 - HOT). Ebenso wenig steht die mit einer sehr allgemein gehaltenen Aussage wie „aktionärsforum“ einhergehende Unbestimmtheit der Angabe wie auch die Unkenntnis der durch den Begriff im Einzelfall repräsentierten tatsächlichen Inhalte einem Verständnis als bloße Sachangabe entgegen (vgl. BGH MarkenR 2000, 330, 332 – Bücher für eine bessere Welt).

d) In der dargelegten allgemein verständlichen Bedeutung werden die angesprochenen Verkehrskreise die Bezeichnung „aktionärsforum“ für die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen als Sachhinweis auffassen.

aa) Zwar mag „aktionärsforum“ in Bezug auf die bespielten Medien der Klasse 9 *„Podcasts, auch herunterladbar; aufgezeichnete Medien; herunterladbare Medien“* weder unmittelbar deren Merkmale und Eigenschaften beschreiben noch insoweit einen hinreichend konkreten Sachhinweis auf bestimmte Eigenschaften der so bezeichneten Waren unter Gesichtspunkten wie Bestimmungs- und Verwendungszweck enthalten. Allerdings handelt es sich insoweit um Waren, welche neben ihrem Charakter als handelbare Güter auch einen bezeichnungsfähigen gedanklichen Inhalt aufweisen können. Unbeschadet eines etwaigen Werktitelschutzes nach § 5 Abs. 3 MarkenG ist bei solchen Waren aus dem Medienbereich die markenrechtliche Unterscheidungskraft zu verneinen, wenn die betreffende Bezeichnung geeignet ist, diesen gedanklichen Inhalt zu beschreiben (vgl. BGH GRUR 2000, 882 – Bücher für eine bessere Welt), so dass der Verkehr die Bezeichnung in Zusammenhang mit den Waren insoweit nur als Inhaltsangabe, nicht aber als betrieblichen Herkunftshinweis auffasst (vgl. BPatG GRUR 1998, 145, 146 – Klassentreffen; BPatG GRUR 2006, 593 – Der kleine Eisbär). Die vorgenannten Waren können sich auf die sachverständige Erörterung von Problemen, Anliegen und Fragen von Aktionären beziehen oder eine Auflistung von Anteilseignern verschiedener Unternehmen enthalten, so dass das Anmeldezeichen einen inhaltlich-thematischen Hinweis gibt.

bb) Entsprechendes gilt für die in Klasse 16 beanspruchten Waren *„Zeitungen; Zeitschriften; Mitteilungsblätter; Broschüren; Kataloge, Bücher; Kalender; andere Druckereierzeugnisse; Lehr- und Unterrichtsmaterial [ausgenommen Apparate]“*.

cc) Auch für die Dienstleistungen der Klasse 41, die sich jeweils auf die Erstellung, Veröffentlichung und Herausgabe der vorgenannten Druckschriften und digitalen Medien beziehen – nämlich *„Veröffentlichung und Herausgabe von Verlagsdruck- und Druckereierzeugnissen, insbesondere Informationsmaterialien und Berichten sowie Ton- und Bildträgern aller Art auch in elektronischer Form, auch im Internet; Herausgabe von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form,*

auch im Internet; Veröffentlichung und Herausgabe von Texten [ausgenommen für Werbezwecke], insbesondere von Datensammlungen in elektronisch reproduzierbarer Form, auch im Internet [nicht herunterladbar] sowie auf elektronischen Medien; Bereitstellen von elektronischen Publikationen [nicht herunterladbar]; Online Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Erstellen von Podcasts, auch für Bildungs- und Unterrichtsinhalte“ –, verfügt die angemeldete Bezeichnung nicht über die erforderliche Unterscheidungskraft. Da die Angabe „aktionäersforum“ geeignet ist, einen weiten Themenbereich abzudecken, wird der Verkehr wegen der Nähe der in Rede stehenden Dienstleistungen zum Inhalt der Druckschriften/Medien unmittelbar und ohne weiteres diesen produktbeschreibenden Begriffsinhalt auf die insoweit korrespondierenden (Verlags)Dienstleistungen selbst beziehen (vgl. BGH GRUR 2014, 483 Rn. 18 und 47 – test; GRUR 2013, 522 - Deutschlands schönste Seiten; GRUR 2009, 949 Rn. 20 - My World GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHOEN).

dd) Da für das Betreiben eines Forums bzw. einer Kommunikations- und Informationsplattform im Internet entsprechende Software erforderlich ist, kann „aktionäersforum“ in Bezug auf die „*Computersoftware*“ der Klasse 9 deren Bestimmungszweck beschreiben. Damit eng einher gehen die in Klasse 42 beanspruchten Dienstleistungen „*Hosting von Podcasts; Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und –software*“, die ihrer Eignung und Bestimmung nach speziell darauf ausgerichtet sein können, ein (virtuelles) Forum mit entsprechender Kommunikationsausrüstung in Form eines Internet-Portals, einer Internet-Seite oder eines abrufbaren Beitrags bzw. einer Mediendatei (Podcast) zu Aktionärsthemen zu entwickeln, einzurichten, bereitzustellen oder zu betreiben.

ee) Ein die Unterscheidungskraft ausschließender enger beschreibender Bezug besteht ferner hinsichtlich der in Klasse 38 beanspruchten Dienstleistungen „*Telekommunikationsdienste, insbesondere Computerkommunikations- und Internetzugriffsdienste zur Bereitstellung des Zugriffs auf Inhalte, Webseiten und Internetportale; Podcasting; Online-Kommunikationsdienste; Online-Übermittlung*

von Informationen; Telekommunikation mittels Plattformen im Internet, die eine Kommunikation zwischen Aktionären ermöglicht; Übermittlung von Podcasts“. Zu diesen alle Formen der Nachrichtenübertragung mit Anlagen und technischen Mitteln der Informationstechnik umfassenden Telekommunikationsdienstleistungen gehört neben der rein technischen Komponente auch die inhaltliche Bereitstellung und Übermittlung von Daten. Zwischen der technischen Dienstleistung und der Contentvermittlung besteht ein so enger Bezug, dass das entsprechende Verkehrsverständnis zwischen Technik und Inhalt insoweit nicht mehr trennt (vgl. BGH GRUR 2010, 1100 Rn. 22 - TOOOR! sowie BPatG, Beschluss vom 13.12.2017, 26 W (pat) 58/16 – partnerguide24; Beschluss vom 14.07.2016, 30 W (pat) 548/14 – DRIVE & TRACK; Beschluss vom 15.02.2016, 26 W (pat) 67/13 – BWnet; Beschluss vom 03.06.2015, 26 W (pat) 3/15 – dateformore; Beschluss vom 11.05.2015, 26 W (pat) 72/14 – Shopping Compass). Diesbezüglich gibt das Anmeldezeichen „aktionäersforum“ somit einen Hinweis auf den Gegenstand und Thema der Dienstleistungen. In Bezug auf die Dienstleistung „*Telekommunikation mittels Plattformen im Internet, die eine Kommunikation zwischen Aktionären ermöglicht*“ ergibt sich der beschreibende Inhalt sogar unmittelbar aus dem Dienstleistungsbegriff selbst.

ff) Die in Klasse 41 auf Aus- und Fortbildung gerichteten Dienstleistungen „*Bildung; Ausbildung; Unterricht; Organisation und Durchführung von Veranstaltungen wissenschaftlicher Art; Organisation, Durchführung und Veranstaltung von Tagungen, Konferenzen, Kongressen, Symposien, Seminaren, Workshops, Wettbewerben und ähnlichen Veranstaltungen; Coaching; Organisation, Veranstaltung und Durchführung von Kongressen, Tagungen, Seminaren, Konferenzen, Workshops, Symposien*“ können sich ihrem Gegenstand und Inhalt nach auf die Vorbereitung, Durchführung und Organisation eines Aktionärsforums beziehen. Solche – oft auch virtuellen - Veranstaltungen und Angebote bieten den Rahmen und die Gelegenheit für (potenzielle) Aktionäre zu einer fachkundigen Behandlung bestimmter Themen oder bieten Unterstützung für Aktionäre im Aktiengeschäft, wie beispielsweise bei Fragen der Investment- und

Trading-Strategien, des Portfolio-Managements oder vermitteln Grundlagen des Wertpapierhandels (z. B. wie funktioniert die Börse, wie werde ich Aktionär, was ist in steuerrechtlicher Hinsicht zu beachten etc.). Der Verkehr wird der angemeldeten Bezeichnung auch insoweit lediglich einen Hinweis auf den Gegenstand und die thematische Ausrichtung der Veranstaltung entnehmen.

gg) Gleiches gilt für die Dienstleistungen der Klasse 35 „*Organisation, Veranstaltung und Durchführung von Werbeveranstaltungen, Messen, Ausstellungen, Kongressen, Tagungen, Seminaren, Konferenzen, Workshops, Symposien [soweit in Klasse 35 enthalten]; Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke*“. Auch diese werden themen- bzw. inhaltsbezogen angeboten (siehe u. a.: BPatG, Beschluss vom 27.01.2021, 29 W (pat) 508/18 – Die Getränke Könner; Beschluss vom 23.06.2015, 29 W (pat) 582/12 – Managing Trust; Beschluss vom 25.02.2015, 29 W (pat) 54/14 – Produkte suchen Produzenten; Beschluss vom 11.09.2013, 29 W (pat) 544/12 – WoMenPower; Beschluss vom 08.02.2012, 29 W (pat) 535/10 – MicroNanoTec).

hh) In Bezug zu den übrigen verfahrensgegenständlichen Waren der Klasse 16 „...nämlich *Papierbanner, Papierfähnchen, Plakate aus Papier, Platzkarten, Wimpel aus Papier; Fotografien; Schreibwaren; Aufkleber; Sticker; Wimpel, Fähnchen, Fahnen und Flaggen aus Papier und Pappe; Tagebücher; Grußkarten; Lesezeichen*“ wird das angesprochene Publikum der Angabe „aktionäersforum“ einen engen beschreibenden bzw. funktionalen Bezug zu den diesbezüglichen Veranstaltungen, nämlich einem Aktionärsforum/-treffen bzw. einer -versammlung beimessen. Insoweit bleibt das Anmeldezeichen stets nur ein Hinweis auf die Art und das Thema der Veranstaltung als solche, nicht aber auf den Anbieter einer so gekennzeichneten Ware. Zu berücksichtigen ist nämlich, dass der beschreibende Charakter eines Veranstaltungsnamens nicht nur die Durchführung der Veranstaltung betrifft, sondern auch die hierfür eingesetzten Hilfsmittel und -leistungen umfasst. Auch wenn die Angabe die betroffenen Waren selbst nicht unmittelbar beschreibt, wird durch sie doch ein „enger beschreibender Bezug“ zu

den Waren - bei denen es sich vorliegend um solche handelt, die üblicherweise dort Anwendung finden bzw. eingesetzt werden - hergestellt (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 13. Aufl., § 8 Rn. 323 m.w.N.).

ii) Für die konkret beanspruchten Werbe- bzw. Marketingdienstleistungen der Klasse 35 „*Öffentlichkeitsarbeit, [Public Relations]; Werbung; Merchandising; Sponsoring in Form von Werbung; Werbung für Tagungen, Seminare, Symposien, Konferenzen, Workshops, Wettbewerbe und ähnliche Veranstaltungen; Werbung, insbesondere Konzeption, Entwicklung und Erstellung von Werbekonzepten für alle, auch digitalen Medien; Werbung durch Werbeschriften; Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen; Aktualisierung von Werbematerial; Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen; Beratung beim Einsatz von Werbemaßnahmen als Dienstleistung einer Werbeagentur, insbesondere Platzierung und Realisierung dieser Konzepte bei Fernseh- und Rundfunksendern, in Printmedien und in elektronischen Medien; Werbevermittlung; Planung und Platzierung von Werbung für Dritte, einschließlich Beschaffung des entsprechenden Medienplatzes; Dienstleistungen einer Werbeagentur, insbesondere Ausarbeitung textlicher und graphischer Entwürfe für Werbeslogans, Produktbeschreibungen und Unternehmensdarstellungen; Herausgabe von Werbetexten; Marketing für Dritte, auch in digitalen Netzen*“ steht ebenfalls eine Sachaussage im Vordergrund. Marketing- und Werbedienstleistungen werden in der Regel entweder nach der Branche oder der Art des Mediums beschrieben (vgl. BGH, GRUR 2009, 949 – My World). Das Anmeldezeichen „aktionaersforum“ gibt insoweit nur einen Sachhinweis auf die Art des Mediums, in dem die Werbeanzeigen geschaltet bzw. Produktangebote präsentiert werden können sowie auf deren Produktausrichtung. Diese Angabe der konkreten Werbepattform wie auch der Ausrichtung bzw. Branche ist für den Werbetreibenden wegen der erreichbaren Zielgruppe ein entscheidendes Auswahlkriterium (vgl. BPatG, Beschluss vom 20.01.2015, 29 W (pat) 122/12 – akku-net).

jj) Auch in Bezug auf die kaufmännischen Dienstleistungen der Klasse 35 „*Beschaffungsdienstleistungen für Dritte [Erwerb von Waren und Dienstleistungen für andere Unternehmen]; Beschaffungsdienstleistungen von Medien*“ ist zu berücksichtigen, dass Informations- und Diskussions-Portale vor allem im Internet häufig nicht nur reine Informationen und die Möglichkeit des Informationsaustausches anbieten, sondern ebenso weitere, im Zusammenhang mit dem jeweiligen Thema stehende Waren und Dienstleistungen. Der Verkehr wird daher auch bei einer mit „aktionärsforum“ gekennzeichneten Dienstleistung die Bezeichnung nicht als auf ein bestimmtes Unternehmen hinweisendes Unterscheidungsmittel auffassen, sondern lediglich als naheliegenden Sachhinweis auf die Erbringungsstätte des Dienstleistungsangebots (vgl. BPatG, Beschluss vom 12.05.2005, 25 W (pat) 267/03 – Forum PET; Beschluss vom 02.03.2004, 24 W (pat) 178/03 – Werkzeugforum).

kk) Entsprechendes gilt schließlich für die weiteren unternehmensbezogenen und administrativen Dienstleistungen der Klasse 35 „*betriebswirtschaftliche und organisatorische Beratung; Erstellen von Statistiken; Erstellung von betriebswirtschaftlichen Gutachten; Erstellung von Geschäftsgutachten; Herausgabe von Statistiken; Marktforschung; Meinungsforschung; Beratung bei der Kommunikationsplanung und der Entwicklung von Kommunikationsstrategien als Dienstleistungen einer PR-Agentur zur Verbesserung der Kommunikation eines Unternehmens oder einer Institution mit den verschiedensten Dialoggruppen [Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations]; Beratung bei der Artikulation von Interessen und Herstellung eines Dialogs mit den zuständigen Stellen als Dienstleistungen einer PR-Agentur zur Interessenvertretung eines Unternehmens oder einer Institution gegenüber der öffentlichen Verwaltung und den Gesetzgebungsorganen [Lobbyismus]; Beratung bei der Kommunikation mit Journalisten als Dienstleistungen einer PR-Agentur zur Verbesserung der Darstellung eines Unternehmens oder einer Institution in der Öffentlichkeit [Medienarbeit]; Beratung bei der Kommunikation eines Unternehmens oder einer Institution durch Koordination verschiedener Kommunikationsdisziplinen, insbesondere Public*

Relations, Marketing, Werbung mit dem Erscheinungsbild des Unternehmens oder der Institution als Dienstleistungen einer PR-Agentur; Organisatorisches Projektmanagement im Rahmen der Entwicklung von Kommunikationskonzepten sowie deren Umsetzung in Text, Bild und Ton; Unternehmensberatung als Dienstleistungen einer Agentur, nämlich betriebswirtschaftliche und organisatorische Beratung im Zusammenhang mit der Nutzung aller, auch digitaler Medien sowie betriebswirtschaftliche und organisatorische Planung. So hat bereits die Markenstelle zutreffend darauf hingewiesen, dass diese die Einrichtung und Durchführung eines Aktionärsforums zum Ziel haben, hierbei eingesetzt werden oder ein solches als Plattform nutzen können.

e) Angesichts der schon lange bestehenden Bezeichnungsgepflogenheiten und des daraus resultierenden Verkehrsverständnisses ist bei der sprachüblichen Kombination des Bestandteils „forum“, als allgemein verständliche Bezeichnung für jede Art von Kommunikationsebene, verbunden mit einer zielgruppen- und damit inhalts- und themenbezogenen Angabe wie „aktionär“ der sachbezogene Aussagegehalt der Bezeichnung für die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen so deutlich und unmissverständlich, dass seine Funktion als sachbezogener Begriff nahe gelegt ist.

Dies gilt – anders als die Beschwerdeführerin meint - unabhängig von der konkreten Verwendungsform des Zeichens. Auch bzw. gerade bei der unmittelbaren Anbringung des Zeichens auf den beanspruchten Waren der Klasse 9 und 16 oder in Bezug zu den Dienstleistungen bei einer Verwendung des Zeichens bei Werbemaßnahmen, als Aufdruck auf Geschäftspapieren, Prospekten oder Schildern, wird das Anmeldezeichen wegen der im Vordergrund stehenden Sachaussage vom Verkehr nicht als Hinweis auf die Herkunft der Waren und Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen erfasst.

Der Bezeichnung „aktionärsforum“ fehlt es daher im beschwerdegegenständlichen Umfang an der erforderlichen Unterscheidungskraft.

3. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob die angemeldete Bezeichnung darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die fraglichen Waren und Dienstleistungen freihaltebedürftig ist.
4. Der Senat konnte ohne mündliche Verhandlung entscheiden, da die Beschwerdeführerin die Durchführung einer solchen nicht beantragt (§ 69 Nr. 1 MarkenG) und der Senat sie auch nicht für geboten erachtet hat (§ 69 Nr. 3 MarkenG).

R e c h t s m i t t e l b e l e h r u n g

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe durch eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt einzulegen.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Posselt