

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 50/02

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 399 38 286.0**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) am 21. Mai 2003 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Viereck und Richter Rauch

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Anmeldung der Marke

EduTainment

ist durch Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 11. Oktober 2001 teilweise, nämlich für die Waren und Dienstleistungen

Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Form von Disketten, CDs, CD-Roms, Audio- und Videokassetten oder anderer Datenträger, Computer-Software, soweit in Klasse 9 enthalten; magnetische und optische Datenträger; Papier, soweit in Klasse 16 enthalten; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Druckform, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckerzeugnisse; Telekommunikation; Erziehung, Unterhaltung; Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen, Seminaren, Symposien und Kolloquien, Unterricht, schulischer Lese-, Rechtschreib-, Sprach- und Rechenunterricht; Schülerkurse, insbesondere Förderunterricht, Nachhilfeunterricht, Hausaufgabenhilfe, Sprachkurse, Musikunterricht, Examensvorbereitungen; Computer-, Internet- und Informatikkurse; pädagogischer Unterricht aller Art; Erstellung von Konzepten zur Anwendung individuell abgestimmter Lernmethoden,

auch für Legastheniker; sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Kl. 41, auch über Internet; Dienstleistungen eines Verlegers, nämlich Herausgabe und Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen.

wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) zurückgewiesen worden. Zur Begründung wird in dem Beschluss ausgeführt, Edutainment sei aus einer Kombination der Begriffe Education und Entertainment entstanden. Es handele sich um ein im allgemeinen Sprachverständnis etabliertes und im „Duden“ verzeichnetes Kunstwort mit der Bedeutung „Wissensvermittlung auf unterhaltsame und spielerische Weise durch Film, Fernseh- und Computerprogramme“. Im Kontext mit den von der Eintragung zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen vermittele die Marke lediglich die unmittelbar beschreibende Angabe, die Waren und Dienstleistungen seien geeignet und dazu bestimmt, Wissen zu vermitteln und gleichzeitig unterhaltsam zu sein. Daher würden die angesprochenen Verkehrskreise in der Marke keinen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren und Dienstleistungen erkennen. Weil die Marke geeignet sei, als beschreibende Angabe zu dienen, stehe einer Eintragung auch § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen. Dies gelte unabhängig davon, dass derzeit eine beschreibende Verwendung noch nicht erfolge.

Gegen diese Entscheidung hat der Anmelder Beschwerde eingelegt. Er hält es für möglich, dass der Begriff „Edutainment“ erst nach Einführung der angemeldeten Marke von Wettbewerbern nach Art eines Sachbegriffs übernommen worden sei. Das Zeichen der Anmeldung sei auch nicht in üblicher Schreibweise wiedergegeben. Im übrigen handele es sich bei Edutainment um einen Ausdruck der Fachsprache, während sich die beanspruchten Waren an den Endverbraucher richteten. In Bezug auf die Dienstleistung „Telekommunikation“, die sich in der Bereitstellung von Leitungen für Telefonate, Datenübertragungen oder Faxübermittlungen erschöpfe, seien Wissensvermittlung oder Unterhaltung völlig unerheblich. Weil Edutainment starke spielerische Elemente enthalte, könne dieser Begriff nicht

auf die Organisation von Ausstellungen, auf Dienstleistungen im Bereich Unterricht sowie auf die eines Verlegers bei der Herausgabe und Veröffentlichung von Druckerzeugnisse bezogen werden.

Dem Anmelder sind eine Reihe von Nachweisen (aus dem Internet sowie aus diversen Wörterbüchern) über die Verwendung des Begriffs „Edutainment“ zur Stellungnahme übermittelt worden. Nach Meinung des Anmelders betreffen diese Nachweise nicht den inländischen Sprachgebrauch. Aus ihnen ergebe sich auch kein eindeutiger Bedeutungsinhalt des Zeichenwortes.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die Eintragung der angemeldeten Marke kommt im Umfang der von der Markenstelle ausgesprochenen Zurückweisung nicht in Betracht.

Die Markenstelle hat zutreffend dargetan, dass es sich bei Edutainment um eine in den heutigen Sprachschatz eingeführte Bezeichnung für unterhaltsame, spielerische Wissensvermittlung handelt. Dies ist auch den Nachweisen, die dem Anmelder im Beschwerdeverfahren übermittelt worden sind, zu entnehmen (vgl. Horx, Trendwörter, S. 68: „Edutainment...beschreibt eine neue Präsentation, bei der Lerninhalte spielerisch und unterhaltsam präsentiert werden). Häufig erscheint Edutainment als Inhalt von Computer- oder multimedialen Programmen. Eine Einschränkung des Begriffs auf computerunterstütztes Lernen wird aber schon durch die Zusammenstellung von „education“ (= Ausbildung) und „entertainment“ (= Unterhaltung) nicht nahegelegt.

Unmaßgeblich ist, ob sich der Begriff mit dem genannten Bedeutungsinhalt erst nach dem Anmeldetag der Marke etabliert hat. Schutzhindernisse nach § 8 MarkenG sind auch dann zu berücksichtigen, wenn sie erst im Lauf des Eintragungs-

verfahrens aufgetreten sind (vgl. Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn. 11).

Da die mit der Anmeldung beanspruchten, von der Markenstelle jedoch zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen für eine unterhaltsame, spielerische Wissensvermittlung (auch mit Hilfe von Film-, Fernseh- oder Computerprogrammen) bestimmt sein können, ist die Marke nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Dies gilt auch für die Dienstleistung „Telekommunikation“, die insbesondere in der Verbreitung von Rundfunk- oder Fernsehprogrammen besteht (s. die erläuternde Anmerkung zu Klasse 38 gem. Internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen, wiedergegeben im Internet auf der Homepage des DPMA unter [http://www.dpma.de/suche/klass/wd/eintragung\\_anm.html](http://www.dpma.de/suche/klass/wd/eintragung_anm.html)). Ebenso kann die Organisation und Veranstaltung von Messen, die sich mit „Edutainment“ befassen, mit dem angemeldeten Markennamen beschrieben werden. Dasselbe gilt für Unterricht, der dem Edutainment dienen soll, sowie für die Tätigkeit eines Verlegers, wenn sich dessen Druckerzeugnisse auf Edutainment beziehen.

Die Großschreibung des ersten Buchstaben „T“ in der angemeldeten Marke kann deren Eintragbarkeit nicht begründen. In dieser Schreibweise, die die Zusammensetzung des Markennamens aus „Education“ und „Entertainment“ und damit auch dessen Sinngehalt betont, ist die Marke als beschreibender Begriff sogar besonders geeignet.

Ob die Eintragung auch wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke unterbleiben muss, kann dahingestellt bleiben.

Der Senat konnte ohne mündliche Verhandlung entscheiden, nachdem der Anmelder seinen Antrag auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung zurückgenommen hat.

Winkler

Viereck

Rauch

Ju