



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 253/01

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 19 214.6

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 31. Juli 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richterinnen Sredl und Bayer

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Media meets IT

ist am 22. März 2001 für die Dienstleistungen

"Werbung; Telekommunikation; Erstellen von DV Programmen"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 42 hat die Anmeldung mit Beschluss vom 2. August 2001 durch einen Prüfer des höheren Dienstes zurückgewiesen.

Der angemeldeten Marke fehle jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG). Die sprachüblich gebildete Wortmarke stelle eine beschreibende Sachangabe dar, die auch von den Kreisen verstanden werde, die die englische Sprache, welche auf dem vorliegenden Gebiet zudem Fachsprache sei, nur ungenügend beherrschten. Sie weise - in der wörtlichen Übersetzung: Medien treffen Informationstechnologien - auf das Zusammentreffen von Medien und Informationstechnologie hin. Die zunehmende Verschmelzung von Medien im weiteren Sinne werde durch das Verb "meet" auch in zahlreichen anderen von der Markenstelle ermittelten und dem Beschluss beigefügten Wortkombinationen ausgedrückt, etwa "Media Meets Music", "Media meets Media" "Media meets Marketing" oder "Media meets Hippodrom". Hinsichtlich der Dienstleistung "Werbung" beschreibe die angemeldete Marke, dass die Werbung als eine besondere Medienform durch eine Informationstechnologie produziert werde. So würden zunehmend computeranimierte Sequenzen in der Werbung verwendet. In Bezug auf das "Erstellen von DV Program-

men" werde der Bestimmungszweck der Dienstleistung beschrieben. Die "Telekommunikation" spiele in der Verschmelzung von Medien und der Informationstechnologie eine besondere Rolle, etwa in Form der Datenfernübertragung. Die von der Anmelderin dargelegte Wortbedeutung im Sinne einer Bündelung besonderer unternehmerischer Kompetenz ändere nichts am beschreibenden Charakter des Zeichens. Eine solche Bündelung nähmen viele Unternehmen in Anspruch und diese Aussage sei insoweit nicht geeignet, die Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer zu unterscheiden. Ob dem Zeichen auch das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegenstehe, könne offen bleiben.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin.

Ihrer Ansicht nach werde in der angemeldeten Wortmarke nicht das Antreffen/ Zusammentreffen, sondern das Passen/das zusammengehörende Wirken ausgedrückt. Die im angefochtenen Beschluss genannten Beispiele seien alle auf terminliche Daten abgestellt und damit nicht zutreffend.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, jedoch nicht begründet, da die Bezeichnung "Media meets IT" in Bezug auf die angemeldeten Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft aufweist.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden, wobei nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen ist, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft

reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl BGH GRUR 1999, 1089, 1091 - YES, GRUR 2001,1151 - marktfrisch). Dabei darf die Prüfung jedoch nicht auf ein Mindestmaß beschränkt werden, vielmehr muss sie streng und vollständig sein (EuGH, WRP 2003, 735, 740 – Libertel Groep - Farbe Orange), wobei der Senat "streng" eher im Sinne von "sorgfältig" versteht (Beschl vom 15. Mai 2003 – Az 25 W (pat) 168/01 - High Care).

Die Anwendung von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist dabei nicht nur auf beschreibende Angaben im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG beschränkt, da das gesetzliche Eintragungshindernis fehlender Unterscheidungskraft nicht auf das Vorliegen bestimmter objektiver Merkmalsangaben, sondern auf die Verkehrsauffassung abstellt. Aus der Sicht des Verkehrs kann es verschiedene Gründe geben, ein Zeichen im Einzelfall der konkret zu beurteilenden Waren/Dienstleistungen nicht als herkunftsbezogenen Hinweis zu bewerten, obwohl es weder den Tatbeständen des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG unterfällt, noch zu den allgemein gebräuchlichen Wörtern der Alltagssprache gehört (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl, § 8 Rd 70). Davon können zB mittelbar beschreibende Angaben oder Werbeschlagwörter allgemeiner Art betroffen sein (vgl Ströbele/Hacker, aaO).

Die angemeldete Bezeichnung hat bezüglich der angemeldeten Dienstleistungen einen solchen beschreibenden Sinngehalt, der dazu führt, dass sie nicht als Marke verstanden wird.

Der Begriffsinhalt von "Media meets IT" (Medien treffen Informationstechnologien) erschließt sich ohne weiteres, da es sich um die sprachübliche Verbindung von bekannten Wörtern und Begriffen handelt, die den von den angemeldeten Dienstleistungen angesprochenen Verkehrskreisen bekannt sind, was die Markenstelle bereits zutreffend ausgeführt hat. Angesichts zahlreicher ähnlicher Wortkombinationen, auf die die Markenstelle bereits hingewiesen hat, haben die angesprochenen Verkehrskreise nach der allgemeinen Lebenserfahrung keinen Anlass, im angemeldeten Zeichen ein betriebliches Unterscheidungsmittel zu sehen. Dabei be-

schränken sich die von der Markenstelle dem Beschluss beigefügten Beispiele von Wortkombinationen mit "meet" nicht nur auf ein terminliches Zusammentreffen, sondern wie das Beispiel "Media meets Marketing" zeigt, auch das auf den Inhalt bezogene Zusammentreffen, wenn zB als Mittelpunkt der entsprechenden Veranstaltung "Vernetzung der Medien – Anwendungen und Märkte" herausgestellt wird. Darüber hinaus kann selbst eine gewisse Unschärfe der angemeldeten Marke keine Unterscheidungskraft verleihen, so dass es unerheblich ist, ob die Anmelderin lediglich auf das Zusammentreffen der entsprechenden Kompetenz abstellt, oder zugleich auf eine sachliche Verbindung von Medien zum IT-Bereich. Der Verkehr sieht auch in einer Sachangabe, die eine gewisse Unschärfe aufweist und verschiedene Aspekte umfassen kann, lediglich einen beschreibenden Gehalt und keinen Betriebshinweis (vgl BGH MarkenR 2000, 330 – Bücher für eine bessere Welt", BPatG MarkenR 2002, 201 – BerlinCard).

Die angemeldete Bezeichnung stellt dabei für alle angemeldeten Dienstleistungen eine Sachangabe dar. "Werbung" und "Telekommunikation" können - worauf die Markenstelle bereits hingewiesen hat - durch Zusammentreffen von Medien und Informationstechnologie erbracht werden, indem zB in der Werbung über Medien Elemente der Informationstechnologie eingebaut werden oder die Telekommunikation durch Datenfernübertragung beide Bereiche betreffen kann. Für die Dienstleistung "Erstellen von DV Programmen" kann es sich bei der angemeldeten Bezeichnung um eine Angabe über den Gegenstand der Dienstleistung bzw deren Bestimmungszweck handeln, da die Programme für die Verbindung von Medien mit der Informationstechnologie bestimmt sein können.

Da der angemeldeten Bezeichnung somit bereits jegliche Unterscheidungskraft fehlt, kann dahingestellt bleiben ob es sich auch um eine unmittelbar beschreibende Angabe im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG handelt und einer Eintragung auch die Eintragungshindernisse dieser Bestimmung entgegen stehen.

Die Beschwerde war daher zurückzuweisen.

Vorsitzender Richter
Kliems hat Urlaub
und ist daher verhin-
dert zu unterschreiben.

Sredl

Bayer

Sredl

Pü