



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 158/04

---

(AktENZEICHEN)

Verkündet am  
22. Februar 2005

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 302 56 722.4

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 22. Februar 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler sowie der Richterinnen Pagenberg und Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 19. November 2002 die Wortmarke

### **königstein media**

für folgende Dienstleistungen zur Eintragung in das Register angemeldet worden:

"Werbung, Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Dienstleistungen einer Werbeagentur; Dienstleistungen einer Mediaagentur; Herausgabe von Werbetexten; Verbreitung von Werbeanzeigen; Organisation und Vermittlung bei der Aufstellung von Empfangseinrichtungen und Wiedergabegeräten für von einem gesonderten TV-Übertragungssystem gelieferten Werbe- und Informationssendungen, insbesondere für Sendungen in Wartezimmern von Arztpraxen und Kliniken zur Information der Patienten über industrielle Erzeugnisse und Verlautbarungen der Praxis oder Klinik; Vermittlung der Ausrüstung für den Empfang und die Wiedergabe von von einem gesonderten Übertragungssystem gelieferte TV-Sendungen; Vermittlung von Sendezeiten für TV-Werbesendungen; Erstellung von Konzepten und Programmen zur Patienteninformation in Arztpraxen und Kliniken; Beratung in Fragen der Geschäftsführung; Marketing, Marktforschung, Online-Werbung in einem Computernetzwerk,

Public Relations, Sales Promotion für Dritte; die vorgenannten Dienstleistungen insbesondere im medizinischen Bereich und auf dem Gebiet der Gesundheitspflege".

Die Markenstelle für Klasse 35 hat die Anmeldung durch Beschluss vom 12. März 2004 gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen und diese Entscheidung im Erinnerungsbeschluss vom 16. April 2004 bestätigt. Sie hat ausgeführt, dass der Begriff "media" mit dem Wort "Medien" gleichzusetzen sei und in diesem Zusammenhang auf zahlreiche Entscheidungen verwiesen, die den Begriff "media" enthalten. Der Zeichenbestandteil "königstein" sei Hinweis auf die gleichnamige Stadt im Taunus und unterliege als geographische Angabe einem Freihaltebedürfnis. Die angemeldete Marke könne ein Hinweis auf Mediendienstleistungen für die Stadt Königstein sein und damit im Verkehr als Bestimmungsangabe im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dienen. Zwar sei der Begriff "Königstein" dem Verkehr als Familienname bekannt, wie der Anmeldevertreter vorträgt. Die angeführte Zahl von etwa 400 Telefonanschlüssen erscheine für das ganze Bundesgebiet jedoch nicht besonders hoch. Beachtliche Teile des Verkehrs würden daher die Marke nicht als betriebsindividualisierenden Herkunftshinweis werten.

Mit ihrer hiergegen gerichteten Beschwerde beantragen die Anmelder,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Eintragung der Marke nicht zu versagen.

Hilfsweise beantragen sie die Eintragung des Zeichens lediglich für folgende Dienstleistungen aus dem ursprünglichen Dienstleistungsbereich:

Organisation und Vermittlung bei der Aufstellung von Empfangseinrichtungen und Wiedergabegeräten für von einem gesonderten TV-Übertragungssystem gelieferten Werbe- und Informationssendungen, insbesondere für Sendungen in Warte-

zimmern von Arztpraxen und Kliniken zur Information der Patienten über industrielle Erzeugnisse und Verlautbarungen der Praxis oder Klinik; Vermittlung der Ausrüstung für den Empfang und die Wiedergabe von einem gesonderten Übertragungssystem gelieferten TV-Sendungen; Vermittlung von Sendezeiten für TV-Werbesendungen; Erstellung von Konzepten und Programmen zur Patienteninformation in Arztpraxen und Kliniken."

Insbesondere die speziellen, beruflich und technisch anspruchsvollen Dienstleistungen würden sich an Personen gehobenen Berufsstandes richten. Gerade dieser Personenkreis würde "königstein media" als einen betrieblichen Hinweis auf die Dienstleister auffassen.

Zu berücksichtigen sei auch, dass der Begriff "media" mehrdeutig sei. Darunter seien "Druckereierzeugnisse", "Informations- bzw. Kommunikationsträger allgemein" oder auch "Medien", "Kommunikationsmittel" zu verstehen. Außerdem liege keine konventionelle Wortkombination vor. Grammatikalisch richtig wäre allenfalls der Begriff "königssteiner media".

Die Anmelder haben im Erinnerungsverfahren die Rückzahlung der Erinnerungsgebühr begehrt. Zur Begründung haben sie ausgeführt, dass ein eingereichter Schriftsatz vom 15. März 2004 im Erstprüferbeschluss keine Berücksichtigung gefunden habe. Dieser Antrag wurde jedoch im Beschwerdeverfahren nicht mehr weiter verfolgt.

Der Senat hat den Anmeldern mit der Ladung zum Termin vom 22. Februar 2005 Ermittlungsunterlagen zugesandt und auf Bedenken hinsichtlich der Erfolgsaussichten hingewiesen.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet.

Nach Auffassung des Senats fehlt der als Marke angemeldeten Bezeichnung "königstein media" hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft, so dass sie bereits wegen des absoluten Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher im Ergebnis zu Recht gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft als der einer Marke innewohnenden konkreten Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden, ist bislang grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (stRspr vgl BHG WRP 2001, 1082 - marktfrisch; GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK; zu den Anforderungen an die Unterscheidungskraft s.a. Ströbele, GRUR 2005, 93 ff, 96). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Enthalten die Wortbestandteile einer Bezeichnung jedoch einen beschreibenden Begriffsinhalt, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfaßt wird, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (stRspr BGH aaO - marktfrisch; BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK; BGH MarkenR 2005, 145 - BerlinCard).

Die angemeldete Marke ist aus den beiden Begriffen "königstein" und "media" zusammengesetzt. Entgegen der Auffassung der Anmelder ist im vorliegenden Fall in der deutschen Sprache grammatikalisch auch die Nebeneinanderstellung zweier Substantive möglich und sprachüblich.

Aus der lateinischen Sprache stammend ist der Begriff "media" als Plural von "medium" - sowohl ins Englische als auch ins Deutsche mit der Bedeutung "Medien", "Kommunikationsmittel" eingegangen (vgl BPatG 30 W (pat) 130/99 - CARMEDIA; BPatG 33 W (pat) 419/02 - young media"; BPatG 29 W (pat) 84/01 - contentmedia; BPatG 33 W (pat) 328/01 - digiMedia; s. ferner von Eichborn, Die Sprache unserer Zeit, Englisch - Deutsch, Band 2, Seite 42; Duden, Deutsches Universalwörterbuch 1989, 1000 f. unter "Media", "Medien", "Medium").

Zwar tragen die Anmelder insoweit zutreffend vor, dass "media" ein breit gefächertes Begriff mit mehreren Bedeutungsinhalten sei. Im Zusammenhang mit den hier begehrten Dienstleistungen kommt dem Ausdruck jedoch ein jeweils spezifischer Bedeutungsgehalt zu. So werden die angesprochenen Verkehrskreise, hier teils Fachkreise, teils das allgemeine Publikum, beispielsweise bei der Dienstleistung "Vermittlung von Sendezeiten für die TV-Werbesendungen", "Media" in Zusammenhang mit der Übertragung von Fernsehsendungen bringen; soweit "Online-Werbung" in einem Computernetzwerk angeboten wird, werden die angesprochenen Verkehrskreise unter Medien digitale Dienste verstehen.

Dies gilt insbesondere deshalb, weil sich ein erheblicher Anteil der Dienstleistungen, wie auch von den Anmeldern selbst vorgetragen, an Personen richtet, die beruflich bedingt über Kenntnisse im Bereich des Medienwesens verfügen. Gerade diese Personenkreise werden ohne weiteres je nach angebotener Dienstleistungen den Begriff "media" in seinem beschreibenden Begriffsinhalt erkennen und daher nicht als Herkunftshinweis sehen.

Der weitere Bestandteil "Königstein" weist als Ortsangabe auf die Stadt "Königstein im Taunus" hin. Dieser im Taunus gelegene Ort dürfte einem Großteil der angesprochenen Verkehrskreise ohne weiteres bekannt sein und daher auch als entsprechende Ortsangabe aufgefasst werden.

Das Gesamtzeichen bringt daher zum Ausdruck, dass die so genannten Dienstleistungen entweder in Königstein im Taunus erbracht werden oder für diesen Ort bestimmt sind. In beiden Fällen werden die angesprochenen Verkehrskreise das begehrte Zeichen bezogen auf sämtliche angemeldete Dienstleistungen jedoch nicht als betriebliches Kennzeichen auffassen. Aus diesem Grund kann auch dem Hilfsantrag, der nur einen Teil der ursprünglich beanspruchten Dienstleistungen enthält, nicht stattgegeben werden.

Der Senat neigt im übrigen zur Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, was jedoch keiner abschließenden Beurteilung mehr bedarf.

Der Antrag auf Rückzahlung der Erinnerungsgebühr wegen Verletzung des rechtlichen Gehörs wurde im Beschwerdeverfahren nicht mehr explizit aufrechterhalten. Selbst wenn der Antrag der Anmelder vom 26. Mai 2004, in denen sie die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses begehren, so auszulegen wäre, dass damit auch die Rückzahlung der Erinnerungsgebühr verlangt wird, könnte diesem Antrag nicht stattgegeben werden. Unabhängig von der Frage, ob tatsächlich eine Verletzung des rechtlichen Gehörs im vorliegenden Fall bejaht werden kann, ist jedenfalls die Kausalität zwischen der Nichtberücksichtigung des Schriftsatzes und der Entscheidung des Erstprüfers zu verneinen. Die Markenstelle kam in ihrem Erinnerungsbeschluss

ebenso wie der erkennende Senat zu der Auffassung, dass die begehrte Marke nicht eintragungsfähig ist.

Winkler

Pagenberg

Dr. Hock

CI