



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 219/04

---

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 302 61 705.1**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 20. September 2005 unter Mitwirkung der Richterin Dr. Hock als Vorsitzender sowie der Richter Kätker und Kruppa

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 36 vom 26. Juli 2004 aufgehoben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen worden ist.

## **Gründe**

### **I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 17. Dezember 2002 die Wortmarke

### **MAM**

für verschiedene Dienstleistungen der Klassen 35 und 36 zur Eintragung in das Register angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 36 hat die Anmeldung durch Beschluss vom 26. Juli 2004 teilweise, nämlich hinsichtlich der Dienstleistungen

„Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung, Unternehmensberatung; Organisationsberatung; betriebswirtschaftliche Beratung, insbesondere in den Bereichen Unternehmensgründung, Wagniskapital und Börseneinführung; Ermittlung in Geschäftsangelegenheiten“

gemäss § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen. Sie hat ausgeführt, dass die Buchstabenfolge MAM“ die Abkürzung für „Media Asset Management“ sei. Dabei handle es sich um die Bezeichnung für Softwarelösungen zur Speiche-

nung von Medien unterschiedlichster Art. In Verbindung mit den zurückgewiesenen Dienstleistungen bringe die Marke zum Ausdruck, dass diese Dienstleistungen unter Verwendung eines „MAM“ erbracht würden oder die Beratung über den Einsatz eines „MAM“ betreffen.

Gegen diese Entscheidung des Patentamts hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben

und legt hinsichtlich der zurückgewiesenen Dienstleistungen folgendes eingeschränktes Dienstleistungsverzeichnis vor:

Klasse 35:

Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Unternehmensberatung; Organisationsberatung; betriebswirtschaftliche Beratung, insbesondere in den Bereichen Unternehmensgründung, Wagniskapital und Börseneinführung; Ermittlung in Geschäftsangelegenheiten; sämtliche vorgenannten Dienstleistungen nicht im Zusammenhang mit Softwarelösungen zur Speicherung von Medien unterschiedlichster Art.

Sie trägt vor, dass „MAM“ als Abkürzung für verschiedenste Begriffe stehen könne. Sie legt dazu entsprechende Internetauszüge vor, aus denen sich die Verwendung der Abkürzung für andere Begriffe ergäbe. Die Beschwerdeführerin selbst würde „MAM“ lediglich als Abkürzung für „Munich Asset Management“ verwenden. Selbst wenn man „MAM“ als Abkürzung für „Media Asset Management“ und damit als Bezeichnung für Softwarelösungen zur Speicherung von Medien unterschiedlichster Art verstehen würde, bestehe kein beschreibender Bezug zu den hier noch streitgegenständlichen Dienstleistungen.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist begründet.

Der Senat hält die angemeldete Marke „MAM“ im Zusammenhang mit dem nunmehr eingeschränkten Dienstleistungsverzeichnis für unterscheidungskräftig und für nicht Freihaltungsbedürftig, so dass ihrer Eintragung gemäss §§ 33 Abs. 2, 41 MarkenG keine absoluten Schutzhindernisse gemäss § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder 2 MarkenG entgegenstehen.

1. 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 grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, d.h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (stRspr vgl. BGH MarkenR 2005, S. 145 - BerlinCard; GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK). 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. Kann demnach einer Wortmarke kein für die beanspruchten Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass einem als Marke verwendeten Wortzeichen die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (stRspr vgl. BGH - BerlinCard aaO; BGH GRUR 1999, 1089 - YES).

Das hier angemeldete Zeichen „MAM“ kann - wie von der Markenstelle zutreffend festgestellt worden ist - als Abkürzung für den Begriff „Media Asset Management“ stehen. So wird beispielsweise auf der Seite [www.nionex.de](http://www.nionex.de) von einem „Lösungsanbieter für Businessprozesse“ folgendes ausgeführt: „Das Media Asset Management (MAM) stellt eine sehr gute Lösung für die unternehmensweite Verwaltung ihrer gesamten Medien dar“; in einer Pressemitteilung der „Visono GmbH“ ([www.visono.de](http://www.visono.de)) heißt es: „Das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung hat sich für die Media Asset Management (MAM) Solution der Visono GmbH Berlin entschieden und unter [www.netz98.de](http://www.netz98.de) ist zu lesen: Als Resultat der gesteigerten Nachfrage nach notwendigen ... hat sich unter dem Begriff „Media Asset Management“ (MAM) ein neues Marktsegment etabliert. Unter „Media Asset Management“ wird in all diesen Veröffentlichungen eine Softwarelösung zur Speicherung und Archivierung von Mediendateien in Unternehmen verstanden. Einen Bezug zu diesem Begriffsinhalt von „MAM“ hat die Anmelderin durch den eingefügten Disclaimer „sämtliche vorgenannten Dienstleistungen nicht im Zusammenhang mit Softwarelösungen zur Speicherung von Medien unterschiedlichster Art“ allerdings ausgeschlossen, so dass insoweit ein in diesem Zusammenhang beschreibender Begriffsinhalt nicht in Betracht kommt.

Eine Täuschungsgefahr gemäß § 8 Abs. 2. Nr. 4 MarkenG besteht diesbezüglich allein deshalb nicht, weil „MAM“ daneben als Abkürzung für verschiedene Begriffe verwendet wird, wie sich aus den von der Anmelderin selbst vorgelegten Unterlagen ergibt. So kann „MAM“ beispielsweise für „Management Akademie München“ ([www.mam.de](http://www.mam.de)), „Marketing AND MORE ...“ ([www.m-a-m.de](http://www.m-a-m.de)) oder auch „Major Account Management“ ([www.marketing-marktplatz.de](http://www.marketing-marktplatz.de)); bzw. „Materiel Acquisition Management“ ([www.almc.army.mil](http://www.almc.army.mil)) stehen.

Insgesamt kann der Wortmarke daher kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden, so dass die angesprochenen Verkehrskreise, hier teils Fachkreise, teils das allgemeine Publikum die verwendete Be-

zeichnung gerade auch im Hinblick auf den eingefügten Disclaimer als Betriebskennzeichen ansehen werden.

2. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind von der Eintragung Marken ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, der geographischen Herkunft oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der in Frage stehenden Dienstleistungen dienen können. Zu diesen Angaben oder Umständen gehört die angemeldete Marke nicht. Eine Verwendung der Bezeichnung als beschreibende Angabe im Zusammenhang mit dem eingeschränkten Dienstleistungsverzeichnis, das sämtliche Bezüge zu „Media Asset Management“ ausdrücklich ausschließt, ist derzeit nicht nachweisbar. Von einem auf gegenwärtiger Benutzung als Sachangabe beruhenden Freihaltungsbedürfnis kann deshalb nicht ausgegangen werden. Ebenso wenig liegen hinreichende Anhaltspunkte dafür vor, dass im Zusammenhang mit dem eingeschränkten Dienstleistungsverzeichnis in Zukunft eine Verwendung der angemeldeten Bezeichnung als Sachangabe erfolgen wird.

Hock

Kätker

Kruppa

CI