



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 28/11

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 307 29 209.6

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. Oktober 2011 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie des Richters Reker und der Richterin Dr. Schnurr

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Bezeichnung

### **MediaBusinessSuite**

für die Waren und Dienstleistungen:

"Klasse 9: Computersoftware

Klasse 35: organisatorisches Projektmanagement im EDV- Bereich; Systematisierung und Zusammenstellung von Daten im Computerdatenbanken; Aktualisierung und Pflege von Daten im Computerdatenbanken; Werbung, insbesondere Online-Werbung in einem Computernetzwerk

Klasse 38: Bereitstellen des Zugriffs auf Computerprogramme in Datennetzen; Telekommunikation

Klasse 42: Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Design von Computersoftware; Computersoftwareberatung“.

In zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft und eines bestehenden Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen, weil das Zeichen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen objektiv beschreibenden Sachhinweis auf ein "Medien Business Programmpaket“ darstelle und vom angesprochenen Verkehr ausschließlich in dieser Bedeutung, jedoch nicht als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden werde.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie hält mit näheren Ausführungen die ihrer Ansicht nach nicht freihaltebedürftige Bezeichnung als nicht sprachübliche Wortneuschöpfung für schutzfähig. Insbesondere kämen dem Zeichen mehrere Bedeutungsinhalte wie „mediales Geschäfts-/Arbeitszimmer“, „Internetprogramm für den Beruf“, „Programmpaket für das mediale Geschäftsleben“, „die richtigen Töne im medialen Geschäftsverkehr treffen“ und „Medien-Business-Programmpaket“ zu.

Die Anmelderin beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. April 2009 und 10. März 2011 aufzuheben.

## II.

Die gem. § 66 Abs. 1, 2 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, ist die angemeldete Marke „MediaBusinessSuite“ in ihrer Bedeutung "Mediengeschäftsprogrammpaket“ für die beanspruchten Waren der Klasse 9 als objektiv beschreibende Sachangabe sowie für die Dienstleistungen der Klasse 42 als Bestimmungsangabe freihaltebedürftig, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Darüber hinaus besteht zwischen den in den Klassen 35 und 38 beanspruchten Dienstleistungen, die jeweils mit einem spezifischen Bezug zu „Computersoftware“ in das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis aufgenommen worden sind, und der für diese Ware beschreibenden Sachangabe ein enger sachlicher beschreibender Bezug mit der Folge, dass dem Zeichen insgesamt auch jegliche Unterscheidungskraft fehlt, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

1.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen können.

Die angemeldete Marke setzt sich aus den Bestandteilen "Media", „Business“ und "Suite" zusammen. "Media" - der Plural von "Medium" - ist zwar lateinischen Ursprungs (wörtlich: „Mittel“), hat jedoch seit langem als Fremdwort in die deutsche Sprache Eingang gefunden (vgl. bereits Duden, Das große Fremdwörterbuch, 2. Aufl. 2000, S. 851). "Media" sind allgemein die Mittel, die der Vermittlung von Informationen, Unterhaltung und Belehrung dienen, z. B. Film, Funk, Fernsehen, Presse, Foto, Video (vgl. Wahrig, Deutsches Wörterbuch 2000, S. 859); diese sind speziell auch die für die Werbung benutzten Kommunikationsmittel (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl. 2001 S. 1063). "Media" begegnet breiten Verkehrskreisen häufig in Begriffen wie "Mediaanalyse" (vergleichende Auswertung verschiedener Werbemedien im Hinblick auf ihre Wirksamkeit, vgl. Wahrig a. a. O.), "Mediaforschung" (Untersuchungen über Einsatz und Wirkung von Werbeträgern u. a. Hörfunk, Fernsehen, Presse, vgl. Der Brockhaus in fünf Bänden, Band 3 S. 2974), "Mediakombination" oder "Mediamix" (Heranziehung verschiedener Medien für eine Werbung, vgl. Duden, Das große Fremdwörterbuch a. a. O.), "Mediamann" (Fachmann der Werbewirtschaft, vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, a. a. O. S. 1063).

Auch die Worte „Business“ im Sinne von „Geschäftsleben“ und „Suite" (französisch wörtlich: „Folge“) sind Bestandteil der deutschen Sprache geworden (vgl. Duden, Das große Fremdwörterbuch, a. a. O. Stw. „Business“; Suite“). „Business“ ist dem allgemeinen inländischen Endverbraucher aus Wortkombinationen „Business-Class“, „Business-TV“ und Wirtschaftsfachkreisen als Bezeichnung für den Handel zwischen Unternehmen („Business to Business“, kurz „BtoB“) bekannt. Im Bereich der EDV bezeichnet "Suite" ein Programmpaket (vgl. Fachwörterbuch der

EDV-Begriffe 2001, S. 304; Der Brockhaus, Computer und Informationstechnologie, 2003, Stw. „Suite“, „Officepaket“; BPatG PAVIS PROMA 30 W (pat) 124/01 - MEDIA SUITE, sowie die von der Markenstelle zur Akte gereichten Nachweise).

Das danach sprachüblich gebildete Markenwort „MediaBusinessSuite“ bedeutet wörtlich übersetzt "Mediengeschäftsprogrammpaket". Es handelt sich dabei nicht um eine eigenartige, phantasievolle Zusammensetzung verschiedener Begriffe. Vielmehr ergibt auch die Wortzusammenfügung nur ein sprachübliches Wort, das für die in Klasse 9 beanspruchte Ware „Computersoftware“ eine Beschaffenheitsangabe mit einer Bestimmungsangabe kombiniert und für die Dienstleistungen der Klasse 42 eine Bestimmungsangabe darstellt.

2.

Zugleich fehlt dem Markenwort für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Da die den Klassen 35 und 38 beanspruchten Dienstleistungen mit einem spezifischen Bezug zu „Computersoftware“ in das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis aufgenommen wurden, besteht zwischen ihnen und der für diese Ware beschreibenden Sachangabe ein enger sachlicher beschreibender Bezug. Insbesondere den hier angesprochenen Fachverkehrskreisen für Computersoftware, deren Verständnis für sich gesehen für die Frage der Unterscheidungskraft von ausschlaggebender Bedeutung sein kann (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., Rn. 81 zu § 8; EuGH GRUR 2004, 428, 431 (Nr. 50) – Henkel; EuGH GRUR 2004, 674, 677 (Nr. 77) - POSTKANTOOR), ist die genannte, lexikalisch nachweisbare Bedeutung von „Suite“ i. S. e. Programmpakets bekannt. Auch Markenneubildungen, die von vornherein sprachüblich gebildet sind und, wie „MediaBusinessSuite“, ausschließlich sachbezogene Angaben enthalten, fehlt das notwendige Mindestmaß an Unterscheidungskraft (vgl. BGH GRUR 2005, 578, 580 - LOKMAUS; BPatGE 37, 44; - VHS; BPatG GRUR 2007, 1078, 1079 - MP3 Surround.; Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., Rn. 90 zu § 8). Für eine Schutzversagung i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG reicht es schließlich bereits aus, dass ein Wortzeichen in einer seiner

möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (vgl. EuGH GRUR 2003, 58, 59 (Rdn. 21) - Companyline; MarkenR 2003, 450, 453 (Rdn. 32) - Doublemint, MarkenR 2004, 99, 109 (Rdn. 97) - Postkantoor; MarkenR 2004, 111, 115 (Rdn. 38) - Biomild). Einen Hinweis auf einen bestimmten Hersteller wird daher der angesprochene Verkehr „MediaBusinessSuite“ nicht entnehmen, sofern das Zeichen zur Kennzeichnung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen verwendet wird.

Aus diesen Gründen war die Beschwerde zurückzuweisen.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Dr. Schnurr

Bb