



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 99/05

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 304 58 621.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
24. Januar 2007 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 18. April 2005 die Anmeldung der Wortmarke

CineVision2006

für die Waren und Dienstleistungen

„Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, elektrische, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Meß-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Daten, Ton und Bild, insbesondere hochauflösende Kameras und Highspeed-Kameras für die Produktion von Kino- und Fernsehmaterial, hochauflösende Projektionssysteme für digitale Projektionen und Übertragungssysteme für digitales (hoch)auflösendes Videomaterial (Videodaten); Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; (un)beschriebene maschinenlesbare Datenträger aller Art, wie optische und magnetische Aufzeichnungsträger oder mit Programmen versehene maschinenlesbare Datenträger aller Art; downloadbare Software; alles Vorgenannte insbesondere im Kinobereich; Werbung, insbes. Präsentationsveranstaltungen; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Erziehung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Unterhaltung, Ausbil-

derung, insbesondere Veranstaltung von Seminaren und Vorträgen zur Einführung von Videodatenpräsentationen; Veranstaltungen zu Meisterschaften mit Technologien und Systemen eines digitalen Kinos; wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -Software, insbesondere im Kinobereich“

nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe mit der Begründung zurückgewiesen, die von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne Weiteres im Sinne von „Kino-Zukunftsbild/Ideen für das Kino für das Jahr 2006“ verständliche Bezeichnung weise schlagwortartig nur auf die Eignung und Modernität der angemeldeten Waren und Dienstleistungen hin, einem Zukunftsbild im Bereich des Kinos und Films für die nähere Zukunft zu genügen. Wegen des damit im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalts sei die Kennzeichnung somit mangels Unterscheidungskraft nicht schutzfähig.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders, mit der er beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 vom 18. April 2005 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Er hält die Anmeldemarke weiterhin für schutzfähig, weil die angemeldete Bezeichnung nicht beschreibend sei, vom geschäftlichen Verkehr nicht benötigt werde und Unterscheidungskraft besitze. Nach Ablauf des Jahres 2006 beinhalte sie sogar einen inneren Widerspruch, weil sie nicht mehr auf die Modernität der Waren und Dienstleistungen hinweisen könne.

II

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde ist unbegründet. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen anschließt, hat die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt. Die Beschwerdebegründung bietet für eine abweichende Beurteilung keinen Anlass.

Mit der Markenstelle geht auch der Senat davon aus, dass der angemeldeten Bezeichnung jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt, also nach der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington) und des Bundesgerichtshofs (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns) die Eignung, von den Abnehmern, an welche sich die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen richten, als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) ist nämlich davon auszugehen, dass die durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Abnehmer (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 - Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2) in ihr keinen Hinweis mehr auf die Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aus einem *bestimmten* Unternehmen sehen, sondern ihr nur einen für diese Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt entnehmen werden (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH GRUR 2001, 162, 163 m. w. N. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat und auch der Anmelder nicht in Abrede stellt, wird die angemeldete Bezeichnung vom Durchschnittsverbraucher

ohne Weiteres als „Kinovision 2006“ verstanden, weil es sich bei dem Bestandteil „Cine“ um einen weitverbreiteten Begriff für „Kino“ handelt, der weitere Bestandteil „Vision“ sowohl in der englischen wie auch in der deutschen Sprache für „Vision, Zukunftsbild“ steht und die Ziffer „2006“ ohne Weiteres als schlichter Hinweis auf das entsprechende Kalenderjahr verstanden wird. In Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen, die sämtlich mit dem Bereich des Kinos in Zusammenhang stehen können, werden die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Bezeichnung somit nur als schlichten Sachhinweis darauf ansehen, dass sie dem Zukunftsbild des Kinos entsprechen, wie es für das Jahr 2006 beabsichtigt oder entworfen war. Soweit der Anmelder meint, nach Ablauf des Jahres 2006 beinhalte die Marke einen inneren Widerspruch, übersieht er, dass die Bezeichnung „CineVision2006“ auch in diesem Fall noch einen Sinn ergibt, indem sie darauf hinweist, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen dem entsprechen, was zu einem vor dem Jahr 2006 liegenden beliebigen Zeitpunkt als Zukunftsbild für das Jahr 2006 gedacht war; auch dass der Verkehr, je weiter das Jahr 2006 in der Vergangenheit liegt, die Bezeichnung nicht mehr als Hinweis auf die Aktualität der betroffenen Waren und Dienstleistungen, sondern auf deren Alter ansehen wird, ändert nichts an der Verständlichkeit und dem (beschreibenden) Begriffsinhalt der angemeldeten Bezeichnung, die ihrer Schutzfähigkeit mangels der nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderlichen Unterscheidungskraft entgegensteht.

Da die Markenstelle somit im Ergebnis der Anmeldemarke zutreffend die Eintragung wegen des Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt hat, war die Beschwerde zurückzuweisen.

gez.

Unterschriften