



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 41/12

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2010 046 842.4**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 11. Juli 2012 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie des Richters Reker und des Richters am Landgericht Hermann

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 9. Februar 2012 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I**

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der für die Waren und Dienstleistungen

#### **Klasse 03:**

Parfümeriewaren, ätherische Öle; Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; Mittel zur Reinigung, Pflege und Verschönerung der Haare; Zahnpflegemittel; Deodorants für den persönlichen Gebrauch; Seifen, Waschlotionen, Sonnenschutzmittel (soweit in Klasse 3 enthalten); Kosmetik- und Schminkartikel

#### **Klasse 09:**

elektrische, elektrotechnische und elektronische Apparate, Geräte und Instrumente, soweit in Klasse 9 enthalten; wissenschaftliche Steuer-, Mess-, Signal-, Zähl-, Registrier-, Überwachungs-, Prüf-, Schalt- und Regelgeräte sowie derartige Apparate und Instrumente; Apparate, Instrumente und Geräte für die Telekommunikation soweit in Klasse 9 enthalten; optische Bildbetrachter mit dreidimensionalen grafischen Darstellungen; Geräte zur/zum Aufnahme, Empfang, Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung, Umwandlung, Ausgabe und Wiedergabe von Daten, Sprache, Text, Signalen, Ton und Bild einschließlich Multimedia-Geräte; Waren der Unterhaltungselektronik, nämlich Radio- und Fernsehempfänger, Ton- und/oder Bildaufzeichnungs- und -wiedergabegeräte, auch tragbar und für digitale Bild-

/Tonsignale; Geräte für interaktives Fernsehen; Geräte zum(r) Empfang und Umwandlung von verschlüsselten Sendesignalen (Dekoder); Geräte zur Verbindung und Steuerung, auch multimedial, von Audio--, Video- und Telekommunikationsgeräten sowie Computern und Druckern, auch mit elektronischer Programmführung sowie Steuerung für interaktives Fernsehen und/oder Pay-TV; elektronische Programmführer; Betriebssoftware sowie sonstige Software für die vorgenannten Apparate, Instrumente und Geräte; Datenverarbeitungsgeräte und Computer, Pufferspeicher, Computerships, -discs, -kabel, -laufwerke, -terminals, -drucker, -tastaturen, -sichtgeräte und andere Peripheriegeräte für Computer; Computerspielausrüstungen bestehend aus Speicherdisketten, Handreglern und Fernsehspielgeräten; Video-, Computer- und andere elektronische Spiele zum Anschluss an Fernseh- und andere Geräte; Verkaufsautomaten; Video- und Computerspiele (auch jeton- oder münzbetätigt) als Zusatzgeräte für Fernsehgeräte; Zubehör für Computer soweit in Klasse 9 enthalten; Video- und Computerspiele sowie ähnliche elektronische und elektrotechnische Apparate (als Zusatzgeräte für Fernsehapparate), nämlich Steuerknüppel, Handregler, Steuergeräte, Adapter, Module zur Funktionserweiterung sowie zur Erweiterung der Speicherkapazität; Sprachsynthesizer, Lichtschreiber, elektronische 3-D-Brillen, programmierte und unprogrammierte Programm-Kassetten, -Disketten und -Platten sowie Module; Boxen zum Aufbewahren von Kassetten, Disketten und Platten; Programmrecorder, Zahlentastaturen, Diskettenstationen im Wesentlichen bestehend aus Diskettenlaufwerken, Mikroprozessoren und Steuerelektronik; elektronische Datenverarbeitungsgeräte einschließlich Sichtgeräte, Eingabegeräte, Ausgabegeräte, Drucker, Terminals und Speicher, auch als Zusatzgeräte zu einem Grundgerät; Computerprogramme auf Datenträgern aller Art; elektronische Datenträger, Videospiele (Computerspiele) in Form von auf Datenträgern gespeicherten Computerprogrammen; Computer- und Videospieldisketten, -disketten, -kartuschen, -platten und -bänder sowie andere auf maschinenlesbaren Datenträgern aufgezeichnete Programme und Datenbanken, soweit in Klasse 9 enthalten; bespielte und unbespielte Tonträger, insbesondere Schallplatten, Compact Discs, Tonbänder und Tonkassetten (Compact-Kassetten); bespielte und unbespielte Bildträger (soweit

in Klasse 9 enthalten), insbesondere Videokassetten und DVD; belichtete Filme; Foto-CD; fotografische, Film-, optische und Unterrichtsapparate und -instrumente; bespielte magnetische, magnetooptische und optische Träger für Ton und/oder Bild; codierte Telefonkarten; optische Geräte und Instrumente, soweit in Klasse 9 enthalten, insbesondere Brillen, Gläser, Brillenfassungen; Brillenetuis; Teile aller vorgenannten Waren soweit in Klasse 9 enthalten; gestaltete Video-Leerhüllen; gestaltete Ton- und Bildträger-Leerhüllen

#### **Klasse 14:**

aus Edelmetallen oder deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Waren, nämlich kunstgewerbliche Gegenstände, Schlüsselanhänger, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Modeschmuck, Manschettenknöpfe Krawattennadeln, Krawattenklammern; aus Edelmetallen oder deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Schnallen und Abzeichen; Armbänder, Arm- und Fußringe und -ketten, Halsschmuckstücke, Broschen, Ohrgehänge; Uhren, insbesondere Armband-, Wand-, Tisch- und Standuhren; Zeitmessinstrumente; Teile aller vorgenannten Waren soweit in Klasse 14 enthalten; angepasste Etuis und Behältnisse (ausgenommen für Brillen) aus Edelmetallen oder damit plattiert für die vorgenannten Waren soweit in Klasse 14 enthalten

#### **Klasse 16:**

Papier, Pappe (Karton), Waren aus Papier und Pappe (Karton), nämlich Papierhandtücher, Papierservietten, Filterpapier, Papiertaschentücher, Pappteller, Pappbecher, Papierschmuck, Briefpapier, Verpackungsbehälter, Verpackungstüten, Einwickelpapier; Druckereierzeugnisse, nämlich die Bereiche Unterhaltung, Musik und Sport betreffende Zeitungen, Zeitschriften, Comic-Hefte, Magazine, Broschüren, Faltblätter, Prospekte, Programmhefte, Pressemappen, Bücher, Buchhüllen, Plakate (Poster), Transparente; Eintrittskarten, Teilnahmekarten, Einladungskarten, Ausweise; Schreibwaren einschließlich Schreib- und Zeichengeräte; Büroartikel, nämlich Stempel, Stempelkissen, Stempelfarbe, Brieföffner, Papiermesser (Büroartikel), Briefkörbe, Aktenordner, Schreibunterlagen, Locher, Hefter, Büro-

und Heftklammern, Aufkleber, auch selbstklebend; unkodierte Telefonkarten; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate) in Form von Druckereierzeugnissen, Spielen, Globen, Wandtafeln und Wandtafelzeichengeräten; Fotografien, Bilder (Drucke und Gemälde); Kalender, Abziehbilder (auch solche aus Vinyl und solche zum Aufbügeln), Papier- und Vinyl-Aufkleber; Sticker; Ausschneidefiguren und -dekorationen aus Pappe, Post- und Grußkarten, Tauschkarten (Sammelkarten), Namensschildchen aus Papier oder Pappe, Notizbücher, Notiztafeln, Adressbücher, Briefmappen, Aktendeckel und -hefter, Folien-Lochverstärker, Kalender, Alben, Briefbeschwerer, Lineale, Radiergummis, Bücher- und Lesezeichen; Schnittmuster und Zeichenschablonen; Rubbelbilder, Geschenkpapier, Geschenkanhänger aus Papier und Pappe; selbstklebende Kunststofffolien für Dekorationszwecke; Verpackungshüllen und -beutel aus Papier und Kunststoff; Kreidetafeln, Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren; Schreibgeräte, insbesondere Kugelschreiber und Füller; Schüleretuis, Schreibunterlagen, Schreibköcher, Schreibschalen, Zettelhalter, Zettelbehälter; Bleistiftdosen, Bleistifthalter, Bleistiftverlängerer, Bleistiftspitzer, Zeichen-, Mal- und Modellierwaren und -geräte, Malpinsel; Künstlerbedarfsartikel, nämlich Farbstifte, Kreide, Malbretter und Malleinwand; Schreibmaschinen und Bürogeräte (ausgenommen Möbel) Abrollgeräte für Klebebänder, Drucklettern, Druckstöcke; Tinten; bemalte Kunstgegenstände aus Papier, Pappe und Textilstoffen; Dekorationen für Partyzwecke aus Papier; Zeichenetuis; Verpackungsmaterial aus Papier oder Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Zierstreifen (Dekorstreifen); Untersetzer aus Pappe; Start- und Zieltransparente für Sportveranstaltungen

**Klasse 18:**

Waren aus Leder und Lederimitationen (soweit in Klasse 18 enthalten); aus gewirkten oder gewebten Naturfasern oder Kunstfasern, aus Leder oder Lederimitationen oder aus Kunststoffen oder aus textilem Material bestehende Einkaufstaschen, Reisetaschen, Sporttaschen, Freizeittaschen, Badetaschen, Strandtaschen, Beuteltaschen, Umhängetaschen, Tragetaschen, Handtaschen, Schultaschen, Schulranzen, Kindertaschen, Aktentaschen, Aktenkoffer, Reisekoffer,

Handkoffer, Kleidersäcke, Rucksäcke, Schuhbeutel, Schuhtaschen, Einkaufsnetze, Einkaufskörbe, Kulturbeutel, Damentäschchen, Schminktäschchen und andere nicht an die aufzunehmenden Gegenstände angepasste Behältnisse soweit in Klasse 18 enthalten; Kleinlederwaren, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen und Schlüsseltaschen; Umhängerriemen (Schulterriemen); Häute und Felle; Sattlerwaren (soweit in Klasse 18 enthalten); Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Reisenecessaires

### **Klasse 25:**

Bekleidungsstücke einschließlich Sport- und Freizeitbekleidung; Trainingsanzüge, Turnhosen und -trikots, Fußballhosen und -trikots, Tennishemden und -shorts, Bade- und Strandbekleidungsstücke, Badehosen und -anzüge, auch Bikinis; Miederwaren, Leibwäsche; Kinderbekleidung, Bekleidungs-Erstausstattungen für Babys; Spielanzüge; Schuhe, Schuhwaren und Stiefel einschließlich Sport- und Freizeitschuhe und -stiefel; Gürtel; Strümpfe, Strumpfhosen, Socken; Krawatten einschließlich Binder; Handschuhe; Kopfbedeckungen einschließlich Stirn- und Schweißbänder; Handschuhe für Skilanglauf und Radfahren

### **Klasse 28:**

Spiele und Spielzeug (auch elektronisch), einschließlich Videospiele, ausgenommen als Zusatzgeräte für externen Bildschirm oder Monitor; geldbetätigte Spiel- und Unterhaltungsautomaten, Video- und Computerspiele (auch jeton- oder münzbetätigt) ausgenommen als Zusatzgeräte für Fernsehapparate; Puzzles, Geduldsspiele; Masken zum Verkleiden für Spielzwecke, Hobby- und Modellbaukästen mit Beschäftigungsmaterial für Spielzwecke, Spielfiguren aus Kunststoff, Holz, Gummi, Porzellan und anderen Materialien; Spielzeugautos und -lastwagen; Spielzeughüte und -kostüme, aufblasbare Schwimmbecken (Spielwaren) und Schwimmspielzeug, Rutschbahnen, Spielsandkästen, Plüsch- und Stoffpuppen und -tiere sowie Spielfiguren aus Webstoffen, Pelz und anderen Materialien; Puppen und Puppenbekleidung; Luftballons; Turn- und Sportgeräte und -artikel (soweit in Klasse 28 enthalten); Trimmgeräte, Ski-, Tennis- und Angelsportgeräte;

Surfgeräte; Skier, Skibindungen, Skisstöcke, Skateboards, Surfbretter, Rollschuhe, Schlittschuhe; Bälle einschließlich Sport- und Spielbälle; Hanteln, Stoßkugeln, Disken, Wurfspeere; Tennisschläger und deren Teile, insbesondere Griffe, Saiten, Griff- und Bleibänder für Tennisschläger; Tischtennis-, Federball-, Squash-, Cricket-, Golf- und Hockeyschläger; Tennis- und Federbälle; Tischtennistische; Gymnastikkeulen, Sportreifen, Netze für Sportzwecke, Tor- und Ballnetze; Sporthandschuhe, insbesondere Torwarthandschuhe; Knie-, Ellbogen-, Knöchel- und Schienbeinschützer für Sportzwecke, angepasste Taschen für Sportgeräte, Golf-taschen, Tennis-, Tischtennis-, Badminton-, Squash-, Cricket- und Hockeyschlägertaschen und -hüllen; Christbaumschmuck; Spielkarten und Kartenspiele

### **Klasse 35:**

Werbung und Marketing; Informationen im Bereich Marketing und Werbung in mündlicher und schriftlicher Form, auch durch Print- und elektronische Medien; organisatorische Beratungsdienstleistungen im Bereich Marketing und Werbung; statistische Auswertung von Marktdaten; Marktforschung; Marktanalysen; Werbeforschung; Meinungsforschung; Verteilung von Katalogen, Mailings und Waren zu Werbezwecken; Rundfunk-, Fernseh- und Kinowerbung, Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations), Verkaufsförderung (Salespromotion), Vermittlung von Handelsgeschäften für andere; Dateienverwaltung mittels Computer; Organisation und Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für wirtschaftliche Werbezwecke; Vermarktung von Werbezeiten im Fernsehen durch Vermittlung entsprechender Verträge für Dritte; Unternehmens- und Organisationsberatung; Werbung, insbesondere Rundfunk-, Fernseh-, Kino-, Print-, Videotext- und Teletextwerbung; Vermarktung von Werbung, insbesondere in vorbenannten Medien und über vorbenannte Medien durch Vermittlung entsprechender Verträge für Dritte; Verbreitung von Werbeprospekten; Werbefilmproduktion; Werbefilmvermietung; Produktion von Teleshopping-Sendungen; telefonische Bestellannahme für Teleshopping-Angebote; Vermittlung von Werbezeiten in allen dafür in Frage kommenden Medien; Telefonantwortdienste für abwesende Teilnehmer; Planung von Werbemaßnahmen; Erstellen, Aktualisieren und Vermieten von Werbeflächen im Internet; Ban-

nerexchange, nämlich Vermietung von Werbeflächen im Internet; Talentförderung durch organisatorische Beratung; Ausgabe von Kunden- und Mitgliederkarten für Dritte ohne Zahlungsfunktion; Sammeln von Marktforschungsdaten; Aktualisieren von Dateninhalten in Computerdatenbanken; Aufbereiten von Daten durch Systematisierung in Computerdatenbanken; Sportförderung durch Werbung; Erfassung, Verarbeitung, Speicherung und Übertragung von Gebührendaten zur Abrechnung von Gebühren soweit in Klasse 35 enthalten; werbemäßige und betriebswirtschaftliche Beratungsdienstleistungen zu den Themen Fernsehwerbung, Fernsehunterhaltung und Sport; Produktion von Fernseh- und Rundfunkwerbesendungen; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten; Schreibdienste; Sekretariatsdienstleistungen; Unternehmensberatung; betriebswirtschaftliche Beratung; Vertretung wirtschaftlicher Interessen gegenüber Dritten; Entwicklung von Werbekonzeptionen, insbesondere zur Vermarktung von Waren und Dienstleistungen über globale elektronische Netzwerke, insbesondere das Internet und andere elektronische Kommunikationsmedien; Vermittlung von Verträgen über die Anschaffung und/oder Veräußerung von Waren für Dritte; Dienstleistungen eines Electronic-Commerce-Abwicklers, nämlich Bestellannahme und Lieferauftragservice sowie Rechnungsabwicklung für elektronische Bestellsysteme; Verbreitung von Werbung auf einem elektronischen Online-Kommunikationsnetz; Preis-Recherchedienste mittels Computer für Dritte; Durchführung von Versteigerungen und Auktionen im Internet; Entwicklung von Franchise-Konzepten durch Vermittlung von wirtschaftlichem und organisatorischem Know-how; Durchführung von Tauschbörsen über die Anschaffung von Waren; Dienstleistungen eines Call-Centers, nämlich Auftrags- und Bestellannahme; Durchführung von Tauschbörsen durch Online-Vermittlung von Verträgen für Dritte über den An- und Verkauf von Waren im Internet; Sammeln und Systematisieren von Daten in Computerdatenbanken

### **Klasse 38:**

Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehsendungen/-programmen über drahtlose oder drahtgebundene Netze; Ausstrahlung von Film-, Fernseh-, Rundfunk- und Bildschirmtext-, Videotext-Programmen oder -Sendungen; Telekommunikation; Sammeln, Liefern und Übermittlung von Nachrichten und Pressemeldungen (auch auf elektronischem Wege und/oder mittels Computer); Ton-, Bild- und Datenübertragung durch Kabel, Satellit, Computer (-Netzwerke), Telefon- und sonstige Leitungen sowie jegliche weitere elektronische Übertragungsmedien; Übertragung eines Abonnementen-Fernsehdienstes (Pay-TV) einschließlich Video-on-Demand, auch für Dritte als digitale Plattform; Verbreitung von Informationen über drahtlose oder leitungsgebundene Netze; Online-Dienste und -Sendungen, nämlich Übermittlung von Informationen und Nachrichten einschließlich E-Mail; Bereitstellung von Telekommunikationskanälen für Teleshopping-Dienste; Bereitstellung des Zugriffs auf ein weltweites Computernetzwerk, insbesondere für Internet-Zugang, Teleshopping, auch zur Anwendung auf dem Fernsehbildschirm; Vermittlung und Vergabe von Zugangsberechtigungen für Benutzer zu unterschiedlichen Kommunikationsnetzen; Übertragung von Daten und datenverarbeitenden Programmen in elektronischen Netzwerken, insbesondere im Internet und anderen elektronischen Kommunikationsmedien mit Informationsangeboten aller Art, vor allem aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Finanzen, Recht, Soziales, Sport, Kultur, Kirche, Technik, Computer, Internet; Übertragungs- und Übermittlungsleistungen für Ton, Sprache Bild und/oder Daten; Fernsprechdienste, Mobilfunk; Übermitteln von Daten für den Betrieb von Datenbanken zwecks Durchführung eines Teledienstes; Bereitstellung von Plattformen im Internet; E-Mail-Datendienste, Telekopiedienste, SMS-Dienste; Bereitstellen des Zugriffs und Übermitteln von auf Datenbanken gespeicherten Informationen, insbesondere auch mittels interaktiv kommunizierender (Computer-) Systeme; Bereitstellen einer Plattform für Angebote und Nachfrage von Waren/Dienstleistungen; Dienstleistungen eines Online-Anbieters, nämlich Bereitstellen des Zugriffs auf und Übermitteln von Informationen, Texten, Zeichnungen und Bildern in elektronischen Netzen; Internet-Dienstleistungen, nämlich Bereitstellen des Zugriffs auf Informationen und Unterhal-

tungsprogramme im Internet; Bereitstellen einer E-Commerce-Plattform im Internet und anderen Medien; Bereitstellung eines elektronischen Internetforums für den Informationsaustausch und für den Gedankenaustausch über Themen aller Art; Betrieb eines globalen virtuellen Marktplatzes zum interaktiven Informationsaustausch; Bereitstellen von Internetplattformen; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen zum Abruf aus dem Internet und anderen Medien; Datenübertragung; Übermittlung von Daten über Telekommunikationsnetze; Vermittlung und Vergabe von Zugangsberechtigungen für Benutzer zu unterschiedlichen Kommunikationsnetzen; Dienstleistungen einer Presseagentur, nämlich Sammeln und Liefern von Informationen, Texten, Zeichnungen und Bildern; Ausstrahlung von Web-TV-Sendungen, interaktiven Sendungen und Internet-TV-Sendungen; Datenübertragungsdienste zwischen vernetzten Computersystemen; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet, insbesondere auch im Rahmen von Internet-Communities und Websites und einschließlich SMS (Short Message System); Telekommunikation; Ausstrahlung von Film-, Fernseh-, Rundfunk-, BTX-, Videotext-, Teletext- und Internet-Programmen oder -Sendungen, insbesondere Werbespots; Ton-, Bild- und Datenübertragung durch Kabel, Satellit, Computer (-Netzwerke), Telefon- und ISDN-Leitungen sowie jegliche weitere Übertragungsmedien; Übermittlung von Kurznachrichten (SMS) sowie Bildern, Sprach-, Ton-, Musik- und Textmitteilungen zwischen Mobiltelekommunikationsgeräten; Bereitstellen des Zugriffs auf Klingeltöne, Musik, Sprache, MP3-Dateien, Spieldateien, Bilder, Animationen, Filme, Video-Sequenzen, Informationen und Nachrichten über Telekommunikationsnetzwerke, insbesondere zum jeweiligen Herunterladen aus dem Internet; Web-Messaging, nämlich Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internet-Adressen; Bereitstellen einer digitalisierten Medienplattform für den Austausch von Nachrichten und Informationen aller Art im Internet, auch unter Umwandlung von Formaten in Sprache, Ton, Bild, Text, Daten oder anderen Ausgabemedien; Ausstrahlung von Teleshopping-Sendungen

### **Klasse 41:**

Produktion, Reproduktion, Vorführung und Vermietung von Filmen, Video- und sonstigen Fernsehprogrammen; Vorführung und Vermietung von Video- und/oder Audiokassetten, -bändern und -platten sowie von Videospiele (Computerspielen); Vermietung von Fernsehempfangsgeräten und Dekodern; Ausbildung, Erziehung; Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Organisation und Durchführung von Sport-, Show-, Quiz- und Musikveranstaltungen sowie Veranstaltung von Wettbewerben im Unterhaltungs- und Sportbereich, auch zur Aufzeichnung oder als Live-Sendung im Rundfunk oder Fernsehen; Produktion von Gewinnspielsendungen; Veranstaltung von Wettbewerben im Bildungs-, Unterrichtsbereich; Veranstaltung und Durchführung von Schönheitswettbewerben; Talentförderung durch Ausbildung; Veranstaltung von Fernkursen; Veröffentlichung und Herausgabe von die Bereiche Unterhaltung, Musik und Sport betreffenden Büchern, Zeitschriften und anderen Druckereierzeugnissen sowie entsprechenden elektronischen Medien; Organisation und Durchführung von Konzert- und Theaterveranstaltungen sowie von Sportwettbewerben; Produktion von Film-, Rundfunk- und BTX-, Videotext-Programmen oder -Sendungen; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Produktion von Bild- und Tonprogrammen bildender, unterrichtender und unterhaltender Art, auch für Kinder und Jugendliche; Theateraufführungen, Musikdarbietungen; künstlerische, Freizeit- und sportliche Aktivitäten; Organisation und Durchführung von Kultur-, Unterhaltungs- und Sportveranstaltungen sowie Kongressen, Seminaren, Vortragsveranstaltungen und Multimedia-Schauen (Unterhaltung); Produktion von Web-TV-Sendungen, interaktiven Sendungen und Internet-TV-Sendungen; Vermietung von Zugriffszeiten auf Online-Spiele im Internet und anderen elektronischen Medien; Online-Unterhaltung, insbesondere über Computer-Netzwerke, namentlich das Internet; Betrieb von Sport-schulen; Betrieb von Einrichtungen für Kinder, Jugendliche und Heranwachsende mit dem Ziel der Freizeitgestaltung, insbesondere im Sportbereich, nämlich in Kindergärten (Unterhaltung und sportliche Aktivitäten), in Sportstätten (Unterhaltung und sportliche Aktivitäten) und in Feriencamps, soweit in Klasse 41 enthalten; Sportunterricht; Sportförderung durch Ausbildung; Organisation und Veranstaltung

von Karten für Konzerte, Shows und andere Veranstaltungen; Ticketvorverkauf einschließlich Reservierungsdienstleistungen für kulturelle, wirtschaftliche und sportliche Veranstaltungen; Veranstaltung von Hörfunk- und Fernsehsendungen/-programmen über drahtlose oder drahtgebundene Netze; Betrieb eines Fernsehstudios und eines Tonstudios; Vermietung von Sportstätten; Organisation und Veranstaltung von Seminaren, Vortragsveranstaltungen und Multimediaschauen für Werbe- und/oder gewerbliche Zwecke; Vermittlung von Veranstaltungsangeboten sowie Angeboten für Port- und Freizeitaktivitäten soweit in Klasse 41 enthalten; redaktionelle Betreuung von Internetauftritten

**Klasse 42:**

Installation und Wartung von Software; technische Beratung auf dem Gebiet von Multimedia, interaktivem Fernsehen und Pay-TV (soweit in Klasse 42 enthalten) Entwicklung von Software; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung einschließlich Video- und Computerspielen; Entwicklung elektronischer Fernsehprogrammführer; Dienstleistungen eines Ingenieurs, insbesondere auf dem Gebiet von Multimedia, digitalem und/oder interaktivem Fernsehen sowie der Telekommunikation; Dienstleistungen eines Internet-Providers, nämlich Installation und Pflege von Computersoftware (für Internetzugänge); Einstellen von Homepages in das Internet; Vermietung von Speicherplatz auf Computeranlagen mit Internetanschluss; Design von Webseiten; technische Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation; Dienstleistungen eines Grafikers und Designers; Dienstleistungen im Bereich der Wissenschaft und der Technologie sowie diesbezügliche Forschungs- und Entwicklungsdienstleistungen; technische Beratungsdienstleistungen im Bereich Marketing und Werbung; Serveradministration; Grafikdesign, nämlich Gestaltung von Druckmedien; Grafikdesign, nämlich Gestaltung von Druck- und Verlagserzeugnissen einschließlich entsprechender elektronischer Medien; Internetdesign; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; elektronische Datenspeicherung; Grafikdesign, nämlich Gestaltung von Internetwerbung; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich elektronische Datenspeiche-

rung; technische Entwicklung elektronischer Fernsehprogrammführer; Erstellen von Webseiten

**Klasse 45:**

persönliche, soziale und gesellschaftliche Dienstleistungen zur Befriedigung persönlicher Bedürfnisse; Sicherheitsdienstleistungen für den Schutz von Sachwerten und Personen; Begleitung von Personen als Gesellschafter, Sicherheitsbegleitung (Eskorte); Vergabe, Vermittlung, Vermietung sowie sonstige Verwertung von Rechten durch Lizenzvergabe an Filmen, Fernseh- und Hörfunkproduktionen und anderen Bild- und Tonprogrammen sowie von Printmedien und anderen Verlags-erzeugnissen; Verwaltung und Verwertung von Urheberrechten und gewerblichen Schutzrechten durch Lizenzvergabe für andere; Handel mit Film-, Fernseh- und sonstigen urheberrechtlichen Nebenrechten; Rechtsberatung und -vertretung; Schlichtungsdienste; Beratung auf dem Gebiet der Verwaltung von geistigem Eigentum und von Urheberrechten; Verwertung und Verwaltung von Fernsehübertragungsrechten durch Lizenzvergabe, insbesondere von Rechten für die Übertragung von Sportveranstaltungen; Vermittlung, Verwertung und Verwaltung von Rechten durch Lizenzvergabe an Presse-, Rundfunk-, Fernseh- und Filmbeiträgen zur Verwendung auf Ton- und Bildträgern; Vermittlung, Verwertung und Verwaltung von Rechten durch Lizenzvergabe an Zeitungs- und Zeitschriftenbeiträgen; rechtliche Beratung zu den Themen Fernsehwerbung, Fernsehunterhaltung und Sport

bestimmten Wortmarke 30 2010 046 842.4

**Hand aufs Herz**

mit dem angefochtenen Beschluss nach vorangegangener Beanstandung zurückgewiesen.

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, der angemeldeten Marke fehle jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Bei der angemeldeten Marke handele es sich um eine weithin bekannte Redewendung, die stets nur als solche verstanden werde und keine unternehmenskennzeichnende Hinweisfunktion übernehmen könne.

Dagegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Ansicht, das von der Markenstelle angeführte Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG läge in Bezug auf die versagten Waren und Dienstleistungen nicht vor. Dem angemeldeten Zeichen komme für diese Waren und Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft zu. Bei der Wendung "Hand aufs Herz" handele es sich um gebräuchliche Worte, die aber nicht ausschließlich als solche, sondern durchaus als Herkunftshinweis verstanden würden und auch keine allgemeinen Werbeaussagen enthielten. Die Anmelderin beantragt,

den angegriffenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

## II

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin erweist sich als begründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke steht für die versagten Waren und Dienstleistungen das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne der in Frage stehenden Vorschrift 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 (vgl. BGH, Beschl. v. 8.12.1999 - I ZB 25/97, GRUR 2000, 502, 503 = WRP 2000, 520 - St. Pauli Girl; Beschl. v. 10.2.2000 - I ZB 37/97, GRUR 2000, 720, 721 = WRP 2000, 739 - Unter Uns). Denn Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der

gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 1998, 922, 924 Tz. 28 - Canon; BGH GRUR 1999, 245, 246 - LIBERO; GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt). Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d. h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass ihr die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl. BGH GRUR 2001, 162, 163 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Davon ist auch bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft von Wortfolgen (hier einer Redensart) auszugehen, ohne dass unterschiedliche Anforderungen an die Unterscheidungskraft von Wortfolgen gegenüber anderen Wortmarken gerechtfertigt sind. Vielmehr ist in jedem Fall zu prüfen, ob die Wortfolge einen ausschließlich produktbeschreibenden Inhalt hat oder ihr über diesen hinaus eine, wenn auch noch so geringe Unterscheidungskraft für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen zukommt. Von mangelnder Unterscheidungskraft ist deshalb bei einer Wortfolge lediglich bei beschreibenden Angaben oder Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art auszugehen. Grundsätzlich nicht unterscheidungskräftig werden des Weiteren in der Regel längere Wortfolgen sein. Indizien für die Eignung, die Waren und Dienstleistungen eines bestimmten Anbieters von denen anderer zu unterscheiden, können dagegen Kürze, eine gewisse Originalität und Prägnanz einer Wortfolge sein. Auch die Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit einer Werbeaussage kann einen Anhalt für eine hinreichende Unterscheidungskraft bieten. Dabei dürfen die Anforderungen an die Eigenart im Rahmen der Bewertung der Unterscheidungskraft von Wortfolgen nicht überspannt werden. Auch einer für sich genommen eher einfachen Aussage kann nicht von vornherein die Eignung zur Produkt-

identifikation abgesprochen werden (vgl. BGH WRP 2001, 692, 693, 2001, 209 - Test it; BGH GRUR 2001, 1043 Gute Zeiten - Schlechte Zeiten).

Unter Berücksichtigung dieser Anforderungen kann dem angemeldeten Zeichen "Hand aufs Herz" eine ausreichende Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden. Denn wie die Beschwerde zutreffend ausführt handelt es sich bei der Redewendung gerade nicht um eine allgemeine Werbeaussage oder Kaufaufforderung, sondern um eine Wortfolge, die einem Werbeslogan vergleichbar ist.

Für Werbeslogans gilt nach ständiger Rechtsprechung (z. B. BGH GRUR 2000, 321 - Radio von hier), dass der Verkehr zwar auch eine Werbeaussage annehmen wird, die nicht in erster Linie der Identifizierung der Herkunft des Produktes, sondern ausschließlich seiner Beschreibung dient (vgl. Ingerl/Rohnke a. a. O. § 8 Rdn. 36). Dies rechtfertigt es aber nicht, von unterschiedlichen Anforderungen an die Unterscheidungskraft von Werbeslogans gegenüber anderen Wortmarken auszugehen. Denn bei einer Marke schließen sich die Identifizierungsfunktion und die Werbewirkung nicht gegenseitig aus (vgl. Begr. zum Regierungsentwurf BT-Drucks. 12/6581, S. 82 = BIPMZ 1994, Sonderheft, S. 76). Vielmehr ist in jedem Fall zu prüfen, ob der Werbeslogan einen ausschließlich produktbeschreibenden Inhalt hat oder ob ihm über diesen hinaus eine, wenn auch noch so geringe Unterscheidungskraft für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen zukommt (vgl. Fezer MarkenG, 4. Aufl. § 8 Rdn. 97a). Von mangelnder Unterscheidungskraft ist deshalb auch bei Werbeslogans lediglich bei beschreibenden Angaben oder Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art auszugehen. Grundsätzlich nicht unterscheidungskräftig werden des weiteren in der Regel längere Wortfolgen sein. Indizien für die Eignung, die konkret angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines bestimmten Anbieters von denen anderer zu unterscheiden, können dagegen Kürze, eine gewisse Originalität und Prägnanz einer Wortfolge sein und diese damit zu einem eingängigen und aussagekräftigen Werbeslogan machen. Auch die Mehrdeutigkeit und daher Interpretationsbedürftigkeit der Werbeaussage kann einen Anhalt für eine hinreichende Unterscheidungskraft

bieten. Dabei dürfen die Anforderungen an die Eigenart im Rahmen der Bewertung der Unterscheidungskraft von Werbeslogans nicht überspannt werden. Auch einer für sich genommen eher einfachen Aussage kann nicht von vornherein die Eignung zur Produktidentifikation abgesprochen werden (vgl. zur Frage der wettbewerblichen Eigenart im Rahmen des § 1 UWG: BGH GRUR 1997, 308, 310 - Wärme fürs Leben).

Diesen nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG an die Unterscheidungskraft zu stellenden Anforderungen genügt die Wortfolge "Hand aufs Herz". Sie enthält schon - in Übereinstimmung mit dem angefochtenen Beschluss - keinen beschreibenden Sinngehalt für die begehrten Waren und Dienstleistungen. Die Wendung ist kurz und prägnant und hebt sich von einer längeren Wortfolge ab. Sie ist aufgrund der einfachen, geläufigen Aussage besonders eingängig.

Es liegt entgegen der nicht näher begründeten Ansicht in dem angefochtenen Beschluss auch nicht nahe, dass der Verkehr diese Wendung niemals in einer Funktion als Herkunftshinweis verstehen wird. Das scheint inzwischen auch die Markenstelle so zu sehen, wie sich aus der erfolgreichen Anmeldung 302011021451 vom 14. April 2011 betreffend die Wortmarke "Hand aufs Herz" ergibt.

Der angemeldeten Marke kann nach alledem der zur Überwindung des Schutzhindernisses des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Grad an Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden, weshalb der Beschwerde der Anmelderin stattzugeben war.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Hermann

Bb/Me/Bb