



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 107/12

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2011 001 799.9

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Kruppa und die Richterin Hartlieb am 8. Januar 2013

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 1. August 2012 wird insoweit aufgehoben, als der Anmeldung der Schutz versagt wurde.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der Wortmarke

Fidelio

mit Beschluss vom 1. August 2012 für folgende Dienstleistungen nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen:

41: Auskünfte über Freizeitaktivitäten; Auskünfte über Veranstaltungen (Unterhaltung); Bereitstellen von Karaokeeinrichtungen; Betrieb von Tonstudios; Betrieb von Vergnügungsparks; Betrieb von Varieteetheatern; Dienste von Unterhaltungskünstlern; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Dienstleistungen eines Ton- und Fernsehstudios; Durchführung von Spielen im Internet; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Fernsehunterhaltung; Komponieren von Musik; Musikdarbietungen (Orchester); Organisation und Durchführung von kulturellen sportlichen Veranstaltungen; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen; Organisation und Veranstaltung von Kongressen; Organisation und

Veranstaltung von Konzerten; Organisation und Veranstaltung von Symposien; Partyplanung (Unterhaltung); Produktion von Shows; Schulung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Theateraufführungen; Training; Unterhaltung; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Veranstaltung und Durchführung von Workshops (Ausbildung); Veranstaltung und Leitung von Kolloquien; Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Veranstaltung von Unterhaltungsshows (Künstleragentur); Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung).

Das ist damit begründet, der angemeldeten Marke fehle insoweit die erforderliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). „Fidelio“ werde das Publikum dahingehend verstehen, dass es sich um Dienstleistungen handle, die mit der gleichnamigen Oper von Ludwig van Beethoven zu tun hätten. Zumindest der Titel der Oper sei weithin bekannt. Alle in Frage stehenden Dienstleistungen könnten sich thematisch mit der Oper beschäftigen. Folglich gebe der Markenbegriff keinen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen, sondern weise in beschreibender Form auf Art und Thema der in Frage stehenden Dienstleistungen hin.

Dieser Beschluss wurde der Anmelderin am 22. August 2012 zugestellt.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin vom Montag, dem 24. September 2012. Die Anmelderin führt hierzu aus, „Fidelio“ sei ein Personennamenname, der nicht unbedingt auf eine Oper verweise.

Die Anmelderin hat das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis in Klasse 41 wie folgt beschränkt:

41: Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung; Ausbildung; Betrieb von Sportanlagen; Betrieb von Feriencamps (Unterhaltung); Betrieb von Gesundheits-Clubs; Betrieb von

Kindergärten (Erziehung); Betrieb von Sportcamps; Bücherverleih (Leihbücherei); Coaching; Demonstrationsunterricht in praktischen Übungen; Dienstleistungen eines Fitnessstudios; Dienstleistungen eines Verlages, ausgenommen Druckarbeiten; Dolmetschen der Gebärdensprache; Durchführung von pädagogischen Prüfungen; Durchführung von Tanzveranstaltungen; Erziehung auf Akademien; Erziehung und Unterricht: Fernkurse; Fernunterricht; Fotografieren; Gymnastikunterricht; Herausgabe von Texten, ausgenommen Werbetexte; Online-Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Organisation und Veranstaltung von Kongressen, nämlich mit Bezug zum Thema Pädagogik, Erziehung und/oder Bewegungs-, Koordinations- und Entspannungstraining für Babys und Kinder; Organisation und Veranstaltung von Konzerten, nämlich mit Bezug zum Thema Pädagogik, Erziehung und/oder Bewegungs-, Koordinations- und Entspannungstraining für Babys und Kinder; Organisation und Veranstaltung von Modeschauen für Unterhaltungszwecke; Organisation und Veranstaltung von Symposien, nämlich mit Bezug zum Thema Pädagogik, Erziehung und/oder Bewegungs-, Koordinations- und Entspannungstraining für Babys und Kinder; pädagogische Beratung; Personalentwicklung durch Aus- und Fortbildung; Publikation von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form, auch im Internet: religiöse Erziehung; sportliche und kulturelle Aktivitäten, nämlich mit Bezug zum Thema mit Bezug zum Thema Pädagogik, Erziehung und/oder Bewegungs-, Koordinations- und Entspannungstraining für Babys und Kinder; Training, nämlich Bewegungs-, Koordinations- und Entspannungstraining für Babys und Kinder; Turnunterricht; Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe; Veranstaltung und Durch-

führung von Seminaren, nämlich mit Bezug zum Thema Pädagogik, Erziehung und/oder Bewegungs-, Koordinations- und Entspannungstraining für Babys und Kinder; Veranstaltung und Durchführung von Workshops [Ausbildung], nämlich mit Bezug zum Thema Pädagogik, Erziehung und/oder Bewegungs-, Koordinations- und Entspannungstraining für Babys und Kinder; Veranstaltung und Leitung von Kolloquien, nämlich mit Bezug zum Thema Pädagogik, Erziehung und/oder Bewegungs-, Koordinations- und Entspannungstraining für Babys und Kinder"; Veranstaltung von Lotterien; Veranstaltung von Schönheitswettbewerben; Zirkusdarbietungen.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle insoweit aufzuheben, als er den Markenschutz versagt.

II

Die zulässige Beschwerde hat nach Einschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses in Klasse 41 in der Sache Erfolg.

Zu Recht und mit eingehender sowie zutreffender Begründung hat die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung für die zunächst streitgegenständlichen Dienstleistungen die Eintragung nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG versagt, soweit diese mit einer Aufführung der Oper Fidelio in Zusammenhang stehen können.

Die Unterscheidungskraft ist aber im Hinblick auf die angemeldeten Dienstleistungen zu beurteilen. Durch die Beschränkung auf den Bereich Pädagogik, Erziehung, Bewegungs-, Koordinations- und Entspannungstraining für Babys und Kinder hat die Anmelderin Bezüge zur Oper bei den versagten und noch beanspruchten Dienstleistungen beseitigt, da selbst eine Gesangsausbildung nicht für eine Oper bestimmt ist und nach dieser benannt wird.

Für Sportanlagen, Ferien- und Sportcamps, Gesundheits-Clubs sowie Kindergärten, Bücherverleih, Fitnessstudios, Turn- und Gymnastikunterricht, Verlagdienstleistungen, das Dolmetschen der Gebärdensprache, Fotografieren, Modeschauen, die Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe, Lotterien und Schönheitswettbewerbe sowie für Zirkusdarbietungen ist ein Hinweis auf eine Oper nur über zu viele Gedankenschritte beschreibend, als dass dies Markenschutz verhindern könnte.

Damit fehlt „Fidelio“ insoweit als die Beschwerde beschränkt wurde nicht mehr jegliche Unterscheidungseignung und Unterscheidungskraft.

Das angesprochene Publikum wird „Fidelio“ für die noch strittigen Dienstleistungen auch keine lediglich sachliche oder im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG beschreibende Aussage entnehmen.

Dr. Albrecht

Kruppa

Hartlieb

Hu