

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 174/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 66 771.3

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 4. April 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richters v. Zglinitzki und der Richterin Pagenberg

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Marken-

amtes vom 6. Juli 1999 teilweise aufgehoben, nämlich insoweit die Anmeldung im Umfang der Waren und Dienstleistungen

"Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Schreibwaren; Büro- und Schreibartikel; Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen; sportliche Aktivitäten; Verpflegung; Beherbergung von Gästen"

zurückgewiesen worden ist.

2. Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 12. November 1998 die Wortbildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

für zahlreiche Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 27, 28, 30, 32 - 42 zur Eintragung in das Register angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 35 hat die Anmeldung durch den von einem Hilfsmittglied des Patentamts erlassenen Beschluß vom 6. Juli 1999 teilweise gemäß §§ 37 Abs 1, 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen, nämlich im Umfang der Waren und Dienstleistungen

"Filme und Videobänder; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; CDs; Videos bzw Videofilme; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse; Photographien; Schreibwaren; Spielkarten; Lehr- und Unterrichtsmittel; Büro- und Schreibartikel; Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen; Spiele, Spielzeug; Werbung; beratende Fernsehwerbung; Telekommunikation; Veranstaltung von Reisen; Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Verpflegung; Beherbergung von Gästen; wissenschaftliche Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung."

In den Gründen ist von der Markenstelle ausgeführt worden, die Wortbestandteile der Anmeldemarke wiesen einen rein beschreibenden Sinngehalt auf, denn sie gäben lediglich das Thema an, das inhaltlicher Gegenstand der betroffenen Waren und Dienstleistungen sei. Die graphische Gestaltung sei nicht geeignet, herkunftshinweisend zu wirken. Die Verwendung derartiger Klammern sei werbeüblich, wie einige anliegende Werbebeispiele zeigten.

Die Anmelderin hat gegen diese Entscheidung des Patentamts Beschwerde eingelegt. Sie beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben,

und trägt vor, der Zusatz "Geschichten einer Metropole" besitze nachweislich Unterscheidungskraft. Im laufenden Betrieb, bei fortschreitender Vermarktung

sowie Zunahme des Bekanntheitsgrades der Ausstellung unterscheidet sich die Anmeldemarke zudem sehr konkret von weiteren oder ähnlichen Slogans oder Zeichen. Den Wiedererkennungs- und Unterscheidungswert der Marke unterstütze gleichzeitig ein spezifisches Farbspektrum sowie die Schriftart.

II

Die Beschwerde ist teilweise begründet.

Der Senat folgt der Beurteilung der Markenstelle des Patentamts im Ergebnis nur insoweit, als der angemeldeten Wortbildmarke hinsichtlich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen

"Filme und Videobänder; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; CDs; Videos bzw Videofilme; Druckereierzeugnisse; Photographien; Spielkarten; Lehr- und Unterrichtsmittel; Spiele, Spielzeug; Werbung; beratende Fernsehwerbung; Telekommunikation; Veranstaltung von Reisen; Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; wissenschaftliche Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung"

jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG fehlt. In diesem Umfang hat die Markenstelle daher die Anmeldung zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen.

Die angesprochenen Verkehrskreise - jedenfalls auch das allgemeine Publikum - werden die Anmeldemarke im Zusammenhang mit diesen Waren und Dienstleistungen lediglich als rein beschreibende Angabe auffassen, sie aber von Hause aus nicht für ein betriebskennzeichnend individualisierendes Unterscheidungsmerkmal halten können, wobei die Rechtsfrage der ursprünglichen Unterschei-

dungskraft im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG - abweichend von der Ansicht der Anmelderin - ohne Berücksichtigung eines etwaigen durch Benutzung erworbenen Bekanntheitsgrades der unter der nahezu identischen Bezeichnung in Berlin veranstalteten Ausstellung zu beurteilen ist. Wie die Markenstelle bereits zutreffend ausgeführt hat und die Anmelderin auch nicht in Frage stellt, nennen die wörtlichen Aussagen der angemeldeten Marke allgemein verständlich und in sprachüblicher Weise nur unmittelbar die inhaltliche Thematik hinsichtlich der (historischen) Geschichte Berlins. Da insbesondere eckige Klammern in der Werbegraphik als gebräuchliches Stilmittel zur Hervorhebung eines wesentlichen Teiles verwendet werden - wie die Markenstelle anhand einiger Beispiele auch belegt hat -, stellen die eckigen Klammern in der angemeldeten Bezeichnung offensichtlich keine herkunftskennzeichnende graphische Eigentümlichkeit dar, sondern gliedern den oberen, in größerem und fetterem Druck wiedergegebenen englischen Wortbestandteil "A [STORY OF BERLIN]" lediglich in dem ohne weiteres verständlichen Sinne von "(eine) Geschichte Berlins" in eine Aussagealternative mit der Betonung gerade auf der Variante "STORY OF BERLIN". Der weitere Wortbestandteil "GESCHICHTEN EINER METROPOLE" nimmt wie ein erläuternder Untertitel ebenso inhaltsbeschreibend Bezug auf den vorangegangenen englischsprachigen.

Im übrigen vermag sich der Senat der Auffassung der Anmelderin, Farbgebung und Schriftbild verliehen der Anmeldemarke Unterscheidungskraft, nicht anzuschließen. Denn einerseits ist die Farbgebung der eingereichten Markenwiedergabe schon deshalb unbeachtlich, weil mit der Anmeldung ausdrücklich die schwarz-weiße Eintragung beantragt worden ist, und andererseits erscheint die Darstellung der Anmeldemarke in völlig normalen Druckbuchstaben.

Soweit die Anmelderin auf die zunehmende Bekanntheit der historischen Ausstellung in Berlin mit dem der angemeldeten Bezeichnung sehr ähnlichen Titel hinweist, wäre dieser Aspekt allenfalls im Rahmen der - von der Anmelderin nicht geltendgemachten - Verkehrsdurchsetzung gemäß § 8 Abs 3 MarkenG bedeut-

sam. Wegen der hohen Anforderungen - insbesondere der in einem Meinungsforschungsgutachten nachzuweisenden Bekanntheit der angemeldeten Marke gerade für die betreffenden beanspruchten Waren und Dienstleistungen in einem überwiegenden Anteil der angesprochenen Verkehrskreise auf dem gesamten Gebiet Deutschlands - dürfte eine Verkehrsdurchsetzung aber auch kaum in Betracht kommen.

Die Beschwerde ist jedoch begründet, soweit die Markenstelle die Anmeldung darüber hinaus im Umfang der im Tenor dieser Entscheidung genannten Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen hat. Denn der Senat vermag insofern kein absolutes Schutzhindernis gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 oder 2 MarkenG festzustellen. Hinsichtlich dieser beanspruchten Waren und Dienstleistungen ist die Anmelde-
marke nämlich nicht geeignet, vom Verkehr als unmittelbar beschreibende Angabe angesehen zu werden. Zwar können die Waren und Dienstleistungen etwa mit typisch berlinerischen historischen Bildern oder sonstigen Aufmachungen versehen sein, solche sind aber nicht fähig, dem Text der angemeldeten Bezeichnung entsprechend inhaltlich die Geschichte oder Geschichten Berlins wiederzugeben.

Winkler

Pagenberg

v. Zglinitzki

CI

Abb. 1

