

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 149/01

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 300 41 165.0**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 14. November 2001 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richterin Klante

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Klas-

se 41 - vom 22. Februar 2001 insoweit aufgehoben, als der angemeldeten Marke der Schutz für folgende Waren und Dienstleistungen versagt wurde:

Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate) in Form von Druckereierzeugnissen; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Turn- und Sportartikel (so weit in Klasse 28 enthalten); computergestützte Übertragung von Musik, sämtliche vorgenannten Dienstleistungen auch über Internet; Ausbildung, Erziehung und Unterricht; Darbietung von Schauspielen; kulturelle Aktivitäten.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Anmeldung der Wortmarke

#### **SPIEL DER WOCHE**

vom 5. Mai 2000 für ein umfangreiches Waren- und Dienstleistungsverzeichnis hat die Markenstelle für Klasse 41 mit Beschluss vom 22. Februar 2001 für folgende Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen.

Videofilme und Videokassetten; Magnetaufzeichnungsträger, CD's; Druckereierzeugnisse, insbesondere Zeitungen und Periodika; Fotografien; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate) in Form von Druckereierzeugnissen; Beklei-

dungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Spiele, Spielzeug, Turn- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten); Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, Kommunikation durch Computer-Terminals, soweit in Klasse 38 enthalten, Übertragung von Daten, Text, Ton und Bild; computer-gestützte Übertragung von Nachrichten, Bildern, Musik und Filmen, sämtliche vorgenannten Dienstleistungen auch über Internet;

Herausgabe von Informationen über Veranstaltungen mittels schmalbandigen (insbesondere PC mit Modem) und breitbandigen (insbesondere TV-Anschluß) Online-Diensten; Veröffentlichung und Herausgabe von ergänzenden Printmedien (Kataloge); sämtliche vorgenannten Dienstleistungen auch über Internet; Ausbildung, Erziehung, Unterhaltung und Unterricht; Verlegung von Büchern und Zeitschriften;

Darbietung von Schauspielen; Produktion, Veröffentlichung und Herausgabe von Videokassetten und -filmen, CD's und Magnetaufzeichnungsträgern, soweit in Klasse 41 enthalten; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Filmproduktion; Sendung von Fernsehprogrammen, auch durch Draht-, Kabel- und Satellitenfunk sowie durch ähnliche technische Einrichtungen; Übertragung und Sendung von Fernsehprogrammen mittels analoger oder digitaler Technik sowie auch durch pay-per-view; Multiplex-Übertragung;  
sportliche und kulturelle Aktivitäten.

Dies ist damit begründet, SPIEL DER WOCHE sei ein Qualitätshinweis und stehe für einen Höhepunkt. Die Bekleidungsstücke seien dafür bestimmt. Die Übertragungsdienstleistungen und Datenträger seien zur Veröffentlichung der Veranstaltungen geeignet. Der Zusatz DER WOCHE habe in vielen Zusammenhängen

eine herausstellende Bedeutung. Entsprechende Feststellungen hat die Markenstelle der Anmelderin mitgeteilt.

Gegen diese Entscheidung hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie ist der Ansicht, die Markenstelle habe nicht ausreichend differenziert und im übrigen hypothetische Prämissen aufgestellt. SPIEL DER WOCHE sei kein feststehender Begriff. Den beteiligten Verkehrskreisen werde allein aus der angemeldeten Bezeichnung nicht klar, welche Waren und Dienstleistungen sie unter dieser Marke anbiete. Zwar bestehe die Möglichkeit, dass diese im Rahmen der von der Markenstelle unterstellten Zwecke genutzt würden. Allein die vage Vorstellung, die angebotenen Waren und Dienstleistungen könnten mit einem besonderen Spiel zu tun haben, reiche aber nicht aus, den Schutz zu versagen.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss vom 22. Februar 2001 aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen worden ist,

Sie regt hilfsweise die Zulassung der Rechtsbeschwerde an.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache zum Teil Erfolg.

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht für einen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen, nämlich hinsichtlich Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate) in Form von Druckereierzeugnissen, Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen, Turn- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten); computergestützte Übertragung von Musik, sämtliche vorgenannten Dienstleistungen auch über Internet, Ausbildung, Erziehung und Unter-

richt, Darbietung von Schauspielen und kulturelle Aktivitäten, weder § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG noch Nr. 2 dieser Vorschrift entgegen.

Unterscheidungskraft i.S.v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG 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 GRUR 2000, 722 – LOGO; 1995, 408, 409 - PROTECH; 1999, 1093, 1094 - FOR YOU; 1999, 1089, 1091 - YES). Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d.h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. Begr. zum Regierungsentwurf, BT-Drucks. 12/6581, S. 70 = BIPMZ 1994, Sonderheft, S. 64).

Wenn einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Inhalt zugeordnet werden kann und es sich um kein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache handelt, das der Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel versteht, fehlt es nicht an der erforderlichen Unterscheidungseignung (BGH aaO. S. 723 - LOGO).

Hinsichtlich Ausbildung und des dafür vorgesehenen Materials (Lehr- und Unterrichtsmittel, ausgenommen Apparate, in Form von Druckereierzeugnissen) besteht kein sachlich-beschreibender Bezug, weil keine spezielle Ausbildung für ein zeitlich besonders hervorgehobenes Spiel oder die Berichterstattung darüber feststellbar ist.

Gleiches gilt für Bekleidungsstücke sowie Turn- und Sportartikel, da nicht feststellbar ist, dass sie speziell bei bestimmten Veranstaltungen Verwendung finden, und für die Übertragung von Musik, Darbietung von Schauspielen sowie kulturelle Aktivitäten, da nicht feststellbar ist, dass solche Veranstaltungen unter der Bezeichnung SPIEL DER WOCHE angeboten werden; dieser Begriff ist eher für sportliche „Spiele“ oder Fernsehspielshows in Gebrauch.

Damit fallen diese Waren und Dienstleistungen auch nicht unter das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Nach dieser Vorschrift sind nämlich nur Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, des Wertes, der Zeit der Herstellung der Waren oder der Erbringung der Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können. Darunter fallen aber nur eindeutig beschreibende Angaben (vgl. BGH GRUR 1997, 627, 628 - a la Carte).

Im Hinblick auf die übrigen Waren und Dienstleistungen war die Beschwerde dagegen zurückzuweisen.

Für die Waren „Spiele und Spielzeug“ ist die angemeldete Bezeichnung eine im Vordergrund stehende nicht unterscheidungskräftige Sachangabe. Spiele können in Geschäften als „Sonderangebot der Woche“ unter der Bezeichnung SPIEL DER WOCHE angeboten werden. Insbesondere bei der häufig zu beobachtenden Übung, in breit sortimentierten Märkten wöchentlich Spezialangebote (auch Spiele und Spielzeug) zu machen und diese jeweils eine Woche im Voraus anzukündigen, hat SPIEL DER WOCHE keine Unterscheidungskraft.

Für die Berichterstattung in verschiedenen Medien und deren Produktion sowie für die technischen Dienstleistungen des Sendens fällt SPIEL DER WOCHE unter das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Nach dieser Vorschrift sind nämlich Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, des Wertes, der Zeit der Herstellung der Waren oder der Erbringung der Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können.

Sämtliche Waren und Dienstleistungen tragen zur Verbreitung von Informationen über eine mit SPIEL DER WOCHE beschriebene Veranstaltung bei und sind dafür

(alternativ) zwingend erforderlich. SPIEL DER WOCHE beschreibt insoweit unmittelbar Thema, Inhalt und Bedeutung. Der Zusatz DER WOCHE ist ein Qualitätshinweis; so werden „Spieler des Jahres“ gekürt, „Tore des Monats“ prämiert etc.

Im Zusammenhang mit Sportberichterstattung weist SPIEL DER WOCHE auf deren Inhalt hin. Bei Sport-Sendungen oder Vorführungen von Berichterstattungen bzw. von Aufzeichnungen handelt es sich für die Zuhörer bzw. Zuschauer auch um die ebenfalls beanspruchten Dienstleistungen Rundfunk- und Fernsehunterhaltung sowie um Unterhaltung im weiten Sinn.

Auch für Druckereierzeugnisse und Fotografien ist SPIEL DER WOCHE eine Inhaltsangabe, wobei über Sendezeiten, beteiligte Vereine und Sportler etc. berichtet werden kann. Für Videofilme und (bespielte) Videokassetten, Magnetaufzeichnungsträger sowie CD's ist SPIEL DER WOCHE eine Angabe zum Inhalt der auf den Datenträgern gespeicherten Berichte.

Die Veröffentlichung und Herausgabe von Printmedien, Verlegung von Büchern und Zeitschriften sind zwar Dienstleistungen, die dem Anbieter der entsprechenden Druckwerke vorausgehen. SPIEL DER WOCHE beschreibt hierbei aber den Geschäftsbereich eines Verlags etc. Die enge Verknüpfung der damit verbundenen Dienstleistungen zeigt das Warenverzeichnis selbst, wenn es die Veröffentlichung und Herausgabe von Printmedien dahingehend ergänzt, dass diese Dienstleistungen „auch über Internet“ erfolgen können. Dort ist nämlich für den Verbraucher der Unterschied zwischen der Dienstleistung des Verlegers und dem Informationsangebot selbst noch weniger erkennbar.

Gleiches gilt für die Produktion, Veröffentlichung und Herausgabe von gespeicherten Bild- und Tondokumenten auf verschiedenen Aufzeichnungsträgern (Filme, Videokassetten, CD's, Magnetaufzeichnungsträger - soweit in Klasse 41 enthalten), die im Vergleich zu Druckwerken nur andere Medien darstellen.

Hinsichtlich der technischen Dienstleistung des Sendens – also ohne journalistische Betätigung - beschreibt SPIEL DER WOCHE den angebotenen Einsatzbereich. Damit ist die angemeldete Marke auch für die Dienstleistungen Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, Kommunikation durch Computer-Terminals, soweit in Klasse 38 enthalten, Übertragung von Daten, Text, Ton und Bild; computergestützte Übertragung von Nachrichten, Bildern und Filmen - auch über Internet; Sendung von Fernsehprogrammen, auch durch Draht-, Kabel- und Satellitenfunk sowie durch ähnliche technische Einrichtungen; Übertragung und Sendung von Fernsehprogrammen mittels analoger oder digitaler Technik sowie auch durch pay-per-view, digitale Übertragung von Daten einschließlich Sendesignalen im Multiplex-Verfahren, Herausgabe von Informationen über Veranstaltungen mittels schmal- und breitbandigen Online-Diensten nicht eintragungsfähig.

Angesprochene Kreise sind insoweit zwar auch Fachkreise, nämlich diejenigen, die Informationen sammeln, aufbereiten und dem Kunden übermitteln wollen, ohne über eigene Sendeeinrichtungen zu verfügen. Es werden aber daneben allgemeine Verkehrskreise angesprochen, die zum Empfang bestimmter, kostenpflichtig angebotener Informationen Verträge über Geräte und Bezugsrechte abschließen. Beim Empfang kann im Rahmen einer Auswahl oder sonstigen interaktiven Aktion auch Kommunikation mittels Computerterminals erfolgen.

Für die allgemeinen Verkehrskreise, die zwischen der redaktionellen Arbeit und der nachfolgenden technischen Ausstrahlung nicht unterscheiden, ist SPIEL DER WOCHE eine beschreibende Inhalts- bzw. Bestimmungsangabe mit Herausstellung eines besonders nachgefragten Bereichs.

Die von der Markeninhaberin angeregte Zulassung der Rechtsbeschwerde war nicht geboten. Die Zurückweisung der Beschwerde ergibt sich aus der einzelfall-



bezogenen Würdigung des Aussagegehalts der angemeldeten Marke und dessen Bezügen zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen.

Winkler

Klante

Dr. Albrecht

Ko