

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 282/00

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Markenmeldung 300 46 916.0**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 5. September 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 Klasse 41 – vom 30. August 2000 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Angemeldet ist die Bildmarke

siehe Abb. 1 am Ende

für folgende Waren und Dienstleistungen

- 9: Wissenschaftliche, Schiffahrts-, Vermessungs-, elektrische, photographische, Film-, optische, Wäge-, Meß-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und –instrumente; elektronische Geräte, soweit in Kl 9 enthalten, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, CDs, CD-ROMs, Schallplatten; bespielte Videokassetten, Hörkassetten; Computer-Spiele; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen; Feuerlöschgeräte; Re-

chenmaschinen und Datenverarbeitungsgeräte, Computer und deren Teile und Peripheriegeräte, Telekommunikationsgeräte, einschließlich Modems, Computer-Software, Computer-Programme, insbesondere zur Verbindung mit Datenbanken und globalen Computernetzwerken;

- 16: Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Photographien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel, Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Spielkarten; Drucklettern; Druckstöcke; gedruckte Veröffentlichungen, Bücher, Notenblätter, gedruckte Musikpartituren, vorgenannte Waren auch zum Herunterladen über das Internet;
- 28: Spiele, Spielzeug; Modellautos; Turn- und Sportartikel, soweit in Klasse 28 enthalten; Christbaumschmuck;
- 35: Werbung, Geschäftsführung, Marktforschung; Marketing; Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten, betriebswirtschaftliche Beratung, einschließlich Kosten-/Nutzenanalysen, alle vorgenannten Dienstleistungen auch mittels aller Medien, insbesondere auf elektronischem Weg und on-line aus einer Datenbank; Erstellen von Webseiten im Internet; Vermittlung und Abrechnung von Handelsgeschäften im Rahmen eines elektronischen Kaufhauses; Vermittlung von Verkäufen und deren Abrechnung mittels on-line-Shopping in Computernetzen und/oder anderen Vertriebskanälen; Betrieb von

elektronischen Märkten im Internet durch on-line-Vermittlung von Verträgen, sowohl über Anschaffung von Waren als auch über Erbringung von Dienstleistungen; Durchführung von Auktionen;

- 36: Versicherungsdienstleistungen; Finanzdienstleistungen; Herausgabe von Kreditkarten;
- 38: Telekommunikation, Zurverfügungstellung des Zugangs zum Internet und Datenbanken; Ton-, Bild- und Informationsübertragung; elektronische Mailedienste;
- 39: Transport- und Lagerwesen;
- 41: Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, Vermietung von Büchern, Videokassetten und bespielten Filmen; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitschriften und anderen Druckereierzeugnissen sowie entsprechenden elektronischen Medien (einschließlich CD-Rom und CDI); Zurverfügungstellung von on-line-Veröffentlichungen zur Unterhaltung, insbesondere elektronische Spiele, Bücher und Zeitschriften; Training, sportliche und kulturelle Veranstaltungen und Informationen hierüber;
- 42: Dienstleistungen eines Hotels, Restaurants; eines Schönheitsinstituts, eines Bauernhofs mit Gastbetrieb, einer Tierklinik; Rechtsberatung, Forschung auf wissenschaftlichem und industriellem Gebiet, Vermittlung von Informationen aus einer Computerbank oder aus dem Internet; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Erstellen, Gestaltung und Pflege von Webseiten, Hosting von Websei-

ten Dritter, Vermietung von Zugriffszeiten zu und Betrieb von Datenbanken; Sammeln und Liefern von Daten, Nachrichten und Informationen; Vermietung von Datenverarbeitungseinrichtungen und Computern; Dienstleistungen eines Designers; Dienstleistungen eines Ingenieurs.

Die Markenstelle für Klasse 41 hat die Anmeldung mit Beschluss vom 30. August 2000 zurückgewiesen, weil das angemeldete Zeichen eine vereinfachte Darstellung eines Pfeils sei, der keine herkunftshinweisende Funktion zukomme. Pfeile seien auch Freihaltungsbedürftig.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie ist der Ansicht, der Pfeil habe nicht allein die Bedeutung "gehe zu". Er sei geschwungen und sich verjüngend. Die Schwingung sei für eine Richtungsangabe überflüssig; sie lasse das Ziel offen. Im ganzen erinnere der Pfeil an einen Bumerang. In den USA und in Mexiko sei der Pfeil dementsprechend als Marke geschützt worden.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. August 2000 aufzuheben.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg, denn der begehrten Eintragung in das Markenregister stehen weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) noch das einer beschreibenden Angabe iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer aufgefasst zu werden. Hierbei ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft ausreicht, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (vgl BGH MarkenR 2000, 48 – Radio von hier; 2000, 50 – Partner with the Best).

Bei Bildmarken, welche die beanspruchte Ware abbilden, ist jegliche Unterscheidungskraft nur dann zu verneinen, wenn sie sich in der Abbildung der damit bezeichneten Waren erschöpfen oder sich auf die Darstellung warentypischer Merkmale oder solcher Merkmale beschränken, die allein die technische Gestaltung der Ware betreffen (vgl BGH GRUR 1997, 527 – Autofelge; WRP 1999, 526 – Etiketten; WRP 2001, 31 – Zahnpastastrang; BIPMZ 2001, 241, 242 – Jeanshosenentasche).

Ein Pfeil vermittelt in bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine irgendwie geartete Aussage beschreibenden Charakters.

Es kann auch nicht festgestellt werden, dass der geschwungene Pfeil eine so einfache, allgemein gebräuchliche Figur ist, die nur als Markierungs- oder Blickfangmittel, nicht aber als Unternehmenskennzeichen aufgefasst wird. Die geschwungene Strichführung und die abgesetzte Pfeilspitze fallen aus dem Rahmen des graphisch Üblichen.

Die angemeldete Marke dient ersichtlich nicht dem Zweck, nur etwas zu markieren oder zu erläutern. Pfeile, die darauf hinweisen, wie etwa eine Verpackung auszurichten (→ "Oben") oder wie eine Video-Kassette in das Abspielgerät einzuschieben ist, sind in der Strichführung stets klar gehalten – schon um jeglichen Mißverständnissen vorzubeugen. Soll ein gebogener Pfeil eine Drehrichtung angeben (zB bei Verschlüssen), wird dies durch ringförmige Pfeile angezeigt. Hinweise auf Recycling enthalten geschlossene Pfeile, bei denen die Pfeilspitze das Ende des Pfeilschaftes berührt.

Da die Marke keinen Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen hat, ist sie auch nicht geeignet, diese iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG zu beschreiben. Es war auch nicht festzustellen, dass dies künftig der Fall sein könnte (vgl BGH GRUR 1995, 408 – PROTECH).

Winkler

Dr. Albrecht

Klante

Hu

Abb. 1

