



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 147/09

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 26 418.1

hat der 25. Senat (Marken Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 27. Juli 2010 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll sowie der Richter Merzbach und Metternich

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortfolge

Heimwerker Weltmeisterschaft

ist am 20. April 2007 für die Waren und Dienstleistungen

"Spiele und Spielzeug einschließlich Spielkarten und Computerspiele, soweit in Klasse 28 enthalten; Zuckerwaren, Schokolade und Schokoladewaren, feine Backwaren; Speiseeis; Präparate zur Herstellung der vorgenannten Produkte, soweit in Klasse 30 enthalten; Durchführung von Spielen im Internet, Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; online angebotene Spieldienstleistungen; Durchführung von Gewinnspielen"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Nach vorheriger Beanstandung wegen absoluter Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 u. 2 MarkenG ist die Anmeldung durch zwei Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. November 2007 und 4. März 2009, von denen letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen worden, weil der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen bereits das absolute Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegenstehe.

Auch wenn eine "Heimwerker Weltmeisterschaft" als solche noch unbekannt sei, verfüge die angemeldete Bezeichnung über einen einfach zu erfassenden Begriffsinhalt i. S. eines Wettbewerbs mit Beteiligung aus der ganzen Welt zum Gegenstand des Heimwerkens. Die angemeldete Marke stehe in einer Reihe mit bekannten Begriffen wie "Fußball Weltmeisterschaft", "Ski-WM", "Handball Weltmeisterschaft" oder - eher als Spaßveranstaltung bekannt - "Wok-WM".

Hinsichtlich der Spiele als Ware und der Durchführung von Spielen als Dienstleistung bringe die Bezeichnung lediglich zum Ausdruck, dass Gegenstand des Spiels eine "Heimwerker Weltmeisterschaft" sei. Es sei möglich, dass ein Spiel vom Ablauf her wie eine Weltmeisterschaft ausgestaltet sei und die einzelnen Spielschritte Aufgaben auf dem Gebiet des Heimwerkens umfassten. Aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise habe das Spiel "Heimwerker Weltmeisterschaft" damit einen Wettbewerb mit weltweiter Beteiligung in den verschiedenen Disziplinen des Heimwerkens zum Gegenstand. Damit werde die angemeldete Marke in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Klassen 28 und 41 als eine Beschreibung des Spielinhalts verstanden, nicht jedoch als ein Hinweis auf betriebliche Herkunft des Spiels.

In Bezug auf die beanspruchten Waren der Klasse 30 sei zu beachten, dass für den Verkehr eine Verknüpfung von Süßwaren mit Spielen oder Wettbewerben als Marketingmaßnahme nicht ungewöhnlich sei. So enthalte z. B. das Überraschungsei von Ferrero neben anderen Spielzeugen auch einen Code, der Zugang zu bestimmten Spielen im Internet verschaffe. Die Schokoladenmarke "Milka" werbe mit verschiedenen Spielen, die unter der Rubrik "Alpenspass" im Internet abgerufen werden könnten. Die Anmelderin selbst biete auf der Homepage ihrer Marke "Toffifee" unter der Rubrik "Schlechtwetterretter" Spiele an.

Das angesprochene Publikum werde daher die angemeldete Marke in Zusammenhang mit diesen Waren als einen Hinweis darauf verstehen, dass mit der Ware auch Informationen, Zugangscodes oder ähnliches zu einer Heimwerker Welt-

meisterschaft verbunden seien, darin jedoch keinen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Ware erkennen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. November 2007 und 4. März 2009 aufzuheben.

Der angemeldeten Bezeichnung "Heimwerker Weltmeisterschaft" lasse sich in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zuordnen. Es handele sich vielmehr um eine originäre Wortschöpfung. Eine "Heimwerker Weltmeisterschaft" existiere nicht und könne daher nicht mit der "Ski-WM", der "Handball Weltmeisterschaft" oder der noch populäreren "Fußball Weltmeisterschaft" gleichgesetzt werden, zumal "Heimwerken" kein Sport sei. Wie eine "Heimwerker Weltmeisterschaft" gestaltet sein könnte, sei völlig offen. Die angemeldete Bezeichnung vermittele daher einen Begriffsinhalt, der spekulativ und diffus sei, weil es in der Wirklichkeit keine "Heimwerker Weltmeisterschaft" gebe bzw. der Veranstalter, die Beteiligten, der Ablauf, die Regeln und die verlangten Fertigkeiten in dieser Meisterschaft völlig im Dunkeln blieben.

Unabhängig davon könne die Angabe "Heimwerker Weltmeisterschaft" allenfalls eine Unterhaltungsveranstaltung und die darauf bezogenen Dienstleistungen beschreiben, nicht hingegen reale oder virtuelle Spiele, die als körperlich vorhandene Produkte im Sinne der Klasse 28 oder Leistungen im Internet im Sinne der Klasse 41 angeboten würden, und sie sei ganz sicher keine Angabe, die die Eigenschaft von Süßwaren beschreibe.

Die angemeldete Marke "Heimwerker Weltmeisterschaft" weise auch keinen engen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen

auf. Zum einen gebe es real keine Veranstaltung "Heimwerker Weltmeisterschaft", so dass der Verkehr sich kein konkretes Bild von einem solchen Wettbewerb machen könne, zum anderen fehle es auch an einem bestimmten Verwendungszweck, dem die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu dienen bestimmt sein könnten. Dies gelte insbesondere in Bezug auf die Waren der Klasse 30. "Heimwerker Weltmeisterschaft" sei auch keine Angabe, die etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werde, da es sich anders als z. B. bei der Bezeichnung "Fussball WM 2006" nicht um eine bekannte Veranstaltung handle. Unter Beachtung insbesondere der aktuellen BGH - Entscheidungen I ZB 97/05 - "WM 2006" und "My World" (GRUR 2009, 949) könne der angemeldeten Bezeichnung eine Unterscheidungskraft daher nicht abgesprochen werden.

Ihren ursprünglich hilfsweise gestellten Terminsantrag hat die Anmelderin mit Schriftsatz vom 20. Juli 2010 zurückgenommen, worauf der auf den 29. Juli 2010 angesetzte Termin zur mündlichen Verhandlung abgesetzt worden ist.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle sowie auf die Schriftsätze der Anmelderin und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die angemeldete Wortfolge verfügt in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen bereits nicht über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Die Anmeldung ist deshalb von der Markenstelle zu Recht gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen worden.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428, 429 f. [Tz. 30, 31] "Henkel"; BGH GRUR 2006, 850, 854 [Tz. 17] "FUSSBALL WM 2006"). Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH 2006, 850, 854 [Tz. 19] "FUSSBALL WM 2006"; EuGH GRUR 2004, 674, 678 [Tz. 86] "Postkantoor"). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u. a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH - FUSSBALL WM 2006 a. a. O.). Schließlich fehlt die Unterscheidungskraft auch solchen Zeichen, die ohne beschreibend zu sein oder ohne engen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Produkten zu haben aus anderen Gründen nicht zur betrieblichen Herkunftskennzeichnung geeignet sind (siehe dazu Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 49 und Rdn. 138 - 142 mit zahlreichen Nachweisen), wozu auch die sog. Eventzeichen gehören können (siehe dazu Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 160 - 165).

Der Verkehr wird die angemeldete Bezeichnung ihrem Bedeutungs- und Sinngehalt nach ohne weiteres in dem von der Markenstelle dargelegten Sinn eines Heimwerkerwettbewerbs bzw. -wettkampfs auf weltweiter Ebene verstehen. Dem steht nicht entgegen, dass es sich bei der Tätigkeit des Heimwerkers nicht um einen sportlichen Wettkampf handelt. Denn der Verkehr ist daran gewöhnt, dass Vergleichswettkämpfe in Form von deutschen, Europa- und/oder Weltmeisterschaften mittlerweile auch außerhalb des Sportbereichs z. B. auf dem Gebiet des Handwerks ausgetragen werden, wie die der Anmelderin im Parallelverfahren 25 W (pat) 146/09 ("Heimwerker Europameisterschaft") als Anlage 1 zur Terminladung zur mündlichen Verhandlung vom 29. Juli 2010 übersandte Recherche

- auf die der Senat auch bereits in der Ladungsverfügung zu diesem Verfahren Bezug genommen hat - belegt. Auch wenn es sich beim Heimwerken nicht um einen handwerklichen Beruf in einem spezifischen handwerklichen Bereich handelt, ist diese Tätigkeit nicht zuletzt aufgrund ihrer Nähe zur handwerklichen Tätigkeit ebenfalls einem solchen (Vergleichs-) Wettbewerb zugänglich.

In Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Klassen 28 und 41 "Spiele und Spielzeug einschließlich Spielkarten und Computerspiele, soweit in Klasse 28 enthalten; Durchführung von Spielen im Internet, Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; online angebotene Spieldienstleistungen; Durchführung von Gewinnspielen" ist ferner zu beachten, dass sportliche Wettbewerbe und Wettkämpfe zunehmend Gegenstand von Computerspielen sind. So können sportliche Wettkämpfe wie z. B. Fußballspiele, Autorennen, Skirennen etc. als Computer-Spiel nachgespielt werden oder auch in Form von Online-Spielen als Wettbewerb/Wettkampf ausgetragen werden. Der Gegenstand solcher (Online-)Spiele ist dabei nicht auf sportliche Wettkämpfe begrenzt. So ist aus der Werbung z. B. auch die Form des "Online-Pokerspiels", bei dem die Spieler über eine Internet-Verbindung ihr Spiel austragen, bekannt. Online-Spiele werden weiterhin auch in Zusammenhang mit Werbung und Vermarktung von Produkten eingesetzt, wie die von der Markenstelle im Erinnerungsbeschluss genannten Beispiele sowie die der Anmelderin als Anlage 3 zur Ladung im Parallelverfahren 25 W (pat) 146/07 beigefügten Unterlagen, auf die der Senat ebenfalls in der Ladungsverfügung zu diesem Verfahren Bezug genommen hat, verdeutlichen.

Vor diesem Hintergrund werden die vorliegend maßgeblichen allgemeinen Verkehrskreise die angemeldete Bezeichnung in Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Klasse 28 und 41 dann aber lediglich als Hinweis auf eine als Online-Spiel ausgestaltete "Heimwerker Weltmeisterschaft" und damit auf den Gegenstand und Inhalt der jeweiligen Waren und Dienstleistungen verstehen, darin aber keinen betrieblichen Herkunftshinweis er-

kennen, selbst wenn ihnen eine solche Veranstaltung bisher unbekannt ist und sie demzufolge auch keine Kenntnisse über deren Inhalt, Ablauf, Regeln etc. haben.

Die angemeldete Bezeichnung weist auch zu den weiteren beanspruchten Waren "Zuckerwaren, Schokolade und Schokoladewaren, feine Backwaren; Speiseeis; Präparate zur Herstellung der vorgenannten Produkte, soweit in Klasse 30 enthalten" einen so starken Sachbezug auf, dass der Gedanke an ein individuelles Herkunftszeichen fernliegt. Der Verkehr ist in Zusammenhang mit sportlichen Veranstaltungen, insbesondere internationalen Veranstaltungen wie z. B. Europa- oder Weltmeisterschaften daran gewöhnt, dass anlässlich einer solchen Veranstaltung Lebens- und Genussmittel hergestellt und vertrieben werden, die durch ihre Gestaltung oder Verpackung einen Bezug zu diesem Ereignis aufweisen (vgl. BPatG PAVIS ROMA 25 W (pat) 35/09 v. 25. November 2009 - EM 2012), wobei die Unternehmen, die in dieser Art Produktwerbung betreiben, häufig als Sponsoren - meist neben weiteren Sponsoren - solcher Veranstaltungen auftreten und mit diesem Umstand auch werben. So bewerben gerade auch Nahrungs-, Genussmittel- und Getränkehersteller vor allem in der Zeit sportlicher Großereignisse ihre Produkte häufig mit entsprechenden Hinweisen auf die entsprechende Veranstaltung (vgl. dazu vgl. BPatG PAVIS ROMA 32 W(pat) 238/04 v. 4. April 2007 - WM 2006). Angesichts dieser im hier maßgeblichen Warenbereich verbreiteten Werbegepflogenheiten wird der Verkehr dann aber auch bei Veranstaltungsbezeichnungen, die wie "Heimwerker Weltmeisterschaft" zwar keine Großereignisse bezeichnen, Gegenstand und Inhalt der Veranstaltung aber zweifelsfrei erkennen lassen, lediglich einen Hinweis auf die Art der Veranstaltung als solche, nicht aber auf den Anbieter einer so gekennzeichneten Ware erkennen.

Anders als bei der von der Anmelderin ausdrücklich benannten Entscheidung des BGH zur Bezeichnung "WM 2006" (I ZB 97/05) handelt es sich bei der Bezeichnung "Heimwerker Weltmeisterschaft" auch nicht um eine abgekürzte Benennung einer Veranstaltung - wie z. B. "Heimwerker WM" - bzw. eine Buchstaben-/Zahlenkombination, welche u. U. interpretationsbedürftig sein könnte, sondern um die

wörtliche Benennung der Veranstaltung, bei der von vornherein kein Anlass für interpretatorische Überlegungen hinsichtlich des Sinn- und Bedeutungsgehalts der einzelnen Begriffe besteht; vielmehr benennt "Heimwerker Weltmeisterschaft" Gegenstand und Art der Veranstaltung so klar und unmissverständlich, dass der Verkehr im Zusammenhang mit den hier maßgeblichen Waren selbst dann nicht auf die Idee kommt, diese Bezeichnung könne oder solle die Herkunft der damit versehenen Ware oder Dienstleistung aus einem bestimmten Unternehmen identifizieren, wenn er bisher von einem solchen Wettbewerb noch nichts gehört hat.

Unabhängig davon hat der BGH auch in der Entscheidung I ZB 97/05 betreffend das Lösungsverfahren zu der Marke "WM 2006" die vorinstanzliche Entscheidung des BPatG, soweit diese die Löschung der auch hier maßgeblichen Waren abgelehnt hatte, aufgehoben mit der Begründung, dass die Bezeichnung "WM 2006" - anders als "FUSSBALL WM 2006" (GRUR 2006, 850) - in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen vom Verkehr zwar nicht allgemein und grundsätzlich als nicht unterscheidungskräftiger Hinweis auf die Veranstaltung einer Weltmeisterschaft im Jahr 2006 verstanden werde, jedoch andererseits auch nicht angenommen werden könne, dass dieser Bezeichnung grundsätzlich für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen, die keinen Bezug zu der Veranstaltung einer Weltmeisterschaft im Jahr 2006 haben, stets hinreichende Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zukomme. Entscheidend sei allein, ob der Verkehr aufgrund der Art, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der betreffenden Ware oder Dienstleistung Anlass habe, in der Bezeichnung einen Bezug zu der Fußball WM zu sehen, oder ob ein solcher Bezug fernliegend sei und der Verkehr daher für einzelne Waren oder Dienstleistungen "WM 2006" nicht als abkürzende Beschreibung einer "Weltmeisterschaft im Jahr 2006", sondern als unterscheidungskräftige Buchstaben- und Zahlenkombination verstehe. Danach fehlt auch nach dieser Entscheidung einer ihrem Begriffs- und Bedeutungsgehalt nach eindeutige und unmissverständlichen Bezeichnung einer Veranstaltung bzw. eines Events die Unterscheidungskraft, wenn der Verkehr die jeweiligen Waren und Dienstleistungen mit der entsprechenden Veranstaltung in einen sachbezogenen

und damit in einen, einem Verständnis als betrieblicher Herkunftshinweis entgegenwirkenden Zusammenhang stellt. Dementsprechend hat dann auch das BPatG im Anschluss an diese Entscheidung des BGH die Marke "WM 2006" in Bezug auf diese Waren gelöscht (vgl. BPatG PAVIS PROMA 32 W (pat) 238/04 v. 4. April 2007 - WM 2006, Seite 36).

Auch die von der von der Anmelderin mehrfach zitierte BGH-Entscheidung betreffend die Wortfolge "My World" (GRUR 2009, 949) bietet keinen Anlass für eine abweichende Beurteilung, da es bei "My World" zum einen bereits nicht um eine Veranstaltungs-(Event-)Bezeichnung handelt, sondern um ein sloganartige Wortfolge, ferner der BGH in seiner Entscheidung von einer gewissen Mehrdeutigkeit bzw. einem unscharfen Bedeutungsgehalt dieser Wortfolge ausgegangen ist, an der es vorliegend jedoch aus den vorgenannten Gründen fehlt.

Einem sachbezogenen Verständnis steht ferner nicht entgegen, dass Gegenstand, Inhalt und Ablauf einer solchen Veranstaltung nicht näher bekannt sind bzw. dazu der angemeldeten Bezeichnung nichts entnommen werden kann, da eine mit einer allgemeinen Bezeichnung wie "Heimwerker Weltmeisterschaft" verbundene begriffliche Unbestimmtheit der Annahme einer beschreibenden Sachangabe nicht entgegensteht (vgl. BGH GRUR 2009, 952, 953 Tz. 15 - DeutschlandCard).

Die Beschwerde bleibt daher ohne Erfolg.

Die seitens der Anmelderin angeregte Zulassung der Rechtsbeschwerde nach § 83 Abs. 2 MarkenG ist nicht geboten. Es war keine Rechtsfrage zu entscheiden, die von grundsätzlicher Bedeutung ist oder deren Beantwortung zur Fortbildung des Rechts eine Befassung des Bundesgerichtshofs erfordert (§ 83 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2, 1. Alt. MarkenG). Auch der Zulassungsgrund der Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung (§ 83 Abs. 2 Nr. 2, 2. Alt. MarkenG) ist nicht gegeben, da die Entscheidung aus den dargelegten Gründen nicht von der Rechtsprechung des BGH, insbesondere auch nicht von den Entscheidungen betreffend die Wort-

marken "WM 2006" (I ZB 97/05) und "My World" (GRUR 2009, 949) abweicht. Inwieweit Waren und Dienstleistungen einen sachlichen und damit einen, dem Verständnis als betrieblicher Herkunftshinweis entgegenstehenden Bezug zu der zu beurteilenden Bezeichnung aufweisen, ist eine Frage der tatrichterlichen Würdigung, die für sich genommen die Zulassung der Rechtsbeschwerde nach § 83 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG regelmäßig noch nicht einmal dann rechtfertigen könnte, wenn sie im Einzelfall von der Beurteilung eines anderen Senats oder Gerichts abweichen und zu einem anderen Ergebnis führen würde (vgl. dazu Ströbele/Hacker, Markengesetz, 9. Aufl., § 83 Rdnr. 18).

Knoll

Metternich

Merzbach

Hu