



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 518/10

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2009 045 818.9

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. März 2011 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wissemann sowie des Richters Reker und der Richterin Dr. Schnurr

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Colour your life

ist am 31. Juli 2009 für die Waren und Dienstleistungen

„Klasse 3: Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; Mittel zur Reinigung, Pflege und Verschönerung der Haare; Zahnpflegemittel; Deodorants für den persönlichen Gebrauch; Seifen, Waschlotionen, Sonnenschutzmittel (soweit in Klasse 3 enthalten); Kosmetik- und Schminkartikel;

Klasse 9: elektrische, elektrotechnische und elektronische Apparate, Geräte und Instrumente, soweit in Klasse 9 enthalten; wissenschaftliche Steuer-, Mess-, Signal-, Zähl-, Register-, Überwachungs-, Prüf-, Schalt- und Regelgeräte sowie derartige Apparate und Instrumente; Apparate, Instrumente und Geräte für die Telekommunikation soweit in Klasse 9 enthalten; optische Bildbetrachter mit dreidimensionalen grafischen Darstellungen; Geräte zur/zum Aufnahme, Empfang, Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung, Umwandlung, Ausgabe und Wiedergabe von Daten, Sprache, Text, Signalen, Ton und Bild, einschließlich Multimedia-Geräte; Waren und Unterhaltungselektronik, nämlich Radio- und Fernsehempfänger, Ton- und/oder Bildaufzeichnungs- und -wiedergabegeräte, auch tragbar und für digitale Bild-/Tonsignale; Geräte für interaktives Fernsehen; Geräte zum(r) Empfang und Umwandlung von verschlüsselten Sendesignalen (Decoder); Geräte zur Verbindung und Steuerung, auch multimedial, von Audio-, Video- und Telekommunikationsgeräten sowie Computern und Druckern, auch mit elektronischer Programmführung sowie Steuerung für interaktives Fernsehen und/oder Pay-TV; elektronische Programmführer; Betriebssoftware sowie sonstige Software für die

vorgenannten Apparate, Instrumente und Geräte; Datenverarbeitungsgeräte und Computer, Pufferspeicher, Computerchips, -discs, -kabel, -laufwerke, -terminals, -drucker, -tastaturen, -sichtgeräte und andere Peripheriegeräte für Computer; Computerspielausrüstungen bestehend aus Speicherdisketten, Handreglern und Fernsehspielgeräten; Video-, Computer- und andere elektronische Spiele zum Anschluss an Fernseh- und andere Geräte; Verkaufsautomaten; Video- und Computerspiele (auch jeton- oder münzbetätigt) als Zusatzgeräte für Fernsehgeräte; Zubehör für Computer soweit in Klasse 9 enthalten; Video- und Computerspiele sowie ähnliche elektronische und elektrotechnische Apparate (als Zusatzgeräte für Fernsehapparate), nämlich Steuerknüppel, Handregler, Steuergeräte, Adapter, Module zur Funktionserweiterung sowie zur Erweiterung der Speicherkapazität; Sprachsynthesizer, Lichtschreiber, elektronische 3-D-Brillen, programmierte und unprogrammierte Programm-Kassetten, -Disketten und -Platten sowie Module; Dosen zum Aufbewahren von Kassetten Disketten und Platten; Programmrecorder, Zahlentastaturen, Diskettenstationen im Wesentlichen bestehend aus Diskettenlaufwerken, Mikroprozessoren und Steuerelektronik; elektronische Datenverarbeitungsgeräte einschließlich Sichtgeräte, Eingabegeräte, Ausgabegeräte, Drucker, Terminals und Speicher, auch als Zusatzgeräte zu einem Grundgerät; Computerprogramme auf Datenträgern aller Art, elektronische Datenträger, Videospiele (Computerspiele) in Form von auf Datenträgern gespeicherten Computerprogrammen; Computer- und Videospieldisketten, -disketten, -kartuschen, -platten und -bänder sowie andere auf maschinenlesbaren Datenträgern aufgezeichnete Programme und Datenbanken, soweit in Klasse 9 enthalten; bespielte und unbespielte Tonträger, insbesondere Schallplatten, Compactdiscs, Tonbänder und Tonkassetten (Compact-Kassetten); bespielte und unbespielte Bildträger (soweit in Klasse 9 enthalten), insbesondere Videokassetten und DVD; belichtete Filme; Foto-CD; fotografische, Film-, optische und Unterrichtsapparate und -instrumente; bespielte magnetische, magnetooptische und optische Träger für Ton und/oder Bild; codierte Telefonkarten; optische Geräte und Instrumente, soweit in Klasse 9 enthalten, insbesondere Brillen, Gläser, Brillenfassungen; Brillenetuis;

Teile aller vorgenannten Waren soweit in Klasse 9 enthalten; gestaltete Video-Leerhüllen; gestaltete Ton- und Bildträger-Leerhüllen;

Klasse 14: aus Edelmetallen oder deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Waren, nämlich kunstgewerbliche Gegenstände, Schlüsselanhänger, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Modeschmuck, Manschettenknöpfe, Krawattennadeln, Krawattenklammern; aus Edelmetallen oder deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Schnallen und Abzeichen; Armbänder, Arm- und Fußringe und -ketten, Halsschmuckstücke, Broschen, Ohrgehänge; Uhren, insbesondere Armband-, Wand-, Tisch- und Standuhren; Zeitmessinstrumente; Teile aller vorgenannten Waren soweit in Klasse 14 enthalten; angepasste Etais und Behältnisse (ausgenommen für Brillen) aus Edelmetallen oder damit plattiert für die vorgenannten Waren soweit in Klasse 14 enthalten;

Klasse 16: Papier, Pappe (Karton), Waren aus Papier und Pappe (Karton), nämlich Papierhandtücher, Papierservietten, Filterpapier, Papiertaschentücher, Pappeller, Pappbecher, Papierschmuck, Briefpapier, Verpackungsbehälter, Verpackungstüten, Einwickelpapier; Druckereierzeugnisse, nämlich die Bereiche Unterhaltung, Musik und Sport betreffende Zeitungen, Zeitschriften, Comic-Hefte, Magazine, Broschüren, Faltblätter, Prospekte, Programmhefte, Pressemappen, Bücher, Buchhüllen, Plakate (Poster), Transparente; Eintrittskarten, Teilnahmekarten, Einladungskarten, Ausweise; Schreibwaren einschließlich Schreib- und Zeichengeräte; Büroartikel, nämlich Stempel, Stempelkissen, Stempelfarbe, Brieföffner, Papiermesser (Büroartikel), Briefkörbe, Aktenordner, Schreibunterlagen, Locher, Hefter, Büro- und Heftklammern, Aufkleber, auch selbstklebend; unkoodierte Telefonkarten; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate) in Form von Druckereierzeugnissen, Spielen, Globen, Wandtafeln und Wandtafelzeichengeräten; Fotografien, Bilder (Drucke und Gemälde); Kalender, Abziehbilder (auch solche aus Vinyl und solche zum Aufbügeln), Papier- und Vinyl-Aufkleber, Sticker; Ausschneidefiguren und -dekorationen aus Pappe, Post- und Grußkarten, Tauschkarten (Sammelkarten), Namensschildchen aus Papier oder Pappe, Notiz-

bücher, Notiztafeln, Adressbücher, Briefmappen, Aktendeckel und -hefter, Folien-Lochverstärker, Kalender, Alben, Briefbeschwerer, Lineale, Radiergummis, Bücher- und Lesezeichen; Schnittmuster und Zeichenschablonen; Rubbelbilder, Geschenkpapier, Geschenkanhänger aus Papier und Pappe; selbstklebende Kunststofffolien für Dekorationszwecke; Verpackungshüllen und -beutel aus Papier und Kunststoff; Kreidetafeln, Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren; Schreibgeräte, insbesondere Kugelschreiber und Füller; Schüleretuis, Schreibunterlagen, Schreibköcher, Schreibschalen, Zettelhalter, Zettelbehälter; Bleistiftdosen, Bleistifthalter, Bleistiftverlängerer, Bleistiftspitzer, Zeichen-, Mal- und Modellierwaren und -geräte, Malpinsel; Künstlerbedarfsartikel, nämlich Farbstifte, Kreide, Malbretter und Malleinwand; Schreibmaschinen und Bürogeräte (ausgenommen Möbel), Abrollgeräte für Klebebänder, Drucklettern, Druckstöcke; Tinten; bemalte Kunstgegenstände aus Papier, Pappe und Textilstoffen; Dekorationen für Partyzwecke aus Papier; Zeichenetuis; Verpackungsmaterial aus Papier oder Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Zierstreifen (Dekorstreifen); Untersetzer aus Pappe; Start- und Zieltransparente für Sportveranstaltungen;

Klasse 18: Waren aus Leder und Lederimitationen (soweit in Klasse 18 enthalten); aus gewirkten oder gewebten Naturfasern oder Kunstfasern, aus Leder oder Lederimitationen oder aus Kunststoffen oder aus textilem Material bestehende Einkaufstaschen, Reisetaschen, Sporttaschen, Freizeittaschen, Badetaschen, Strandtaschen, Beuteltaschen, Umhängetaschen, Tragetaschen, Handtaschen, Schultaschen, Schulranzen, Kindertaschen, Aktentaschen, Aktenkoffer, Reisekoffer, Handkoffer, Kleidersäcke, Rucksäcke, Schuhbeutel, Schuhtaschen, Einkaufsnetze, Einkaufskörbe, Kulturbeutel, Damentäschchen, Schminktäschchen und andere nicht an die aufzunehmenden Gegenstände angepasste Behältnisse soweit in Klasse 18 enthalten; Kleinlederwaren, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen und Schlüsseltaschen; Umhängerriemen (Schulterriemen); Häute und Felle; Sattlerwaren (soweit in Klasse 18 enthalten), Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Reisenecessaires; Möbel, einschließlich Möbel aus Metall, Kunststoff, Glas und/oder Acrylglas sowie Ledermöbel, ferner Möbelteile soweit in

Klasse 20 enthalten; Büro-, Studio-, Garten-, Camping- und Kindermöbel; Spiegel, Bilderrahmen; Bettwaren, nämlich Bettrahmen, Matratzen und Kissen sowie Polsterbetten; Waren aus Holz oder Holzersatzstoffen, nämlich Tischplatten, Ablageplatten, Bilderrahmen, Dübel, Kleiderbügel, Fässer, Kästen, Kisten, geschnitzte oder gedrehte Kunstgegenstände, Stiele, Vorhangleisten,; Waren aus Kunststoff, nämlich Bilderrahmen, Verpackungsbehälter aus Kunststoff (ausgenommen für Haushalt und Küche), Flaschenkapseln und -stöpsel, Kleiderbügel, Aufhängehaken (Einrichtungsgegenstände), Fässer, Gardinenstangen, -leisten, -gleiter, Nieten, Kisten,

Klasse 20: Möbel, Türbeschläge, Schrauben, Spalierstäbe, Stifte und Tanks; Waren aus Kork, Rohr, Binsen-, Weidengeflecht, Horn, Knochen, Elfenbein, Fischbein, Schildpatt, Bernstein, Perlmutter und Meerscham (soweit in Klasse 20 enthalten); Rollläden und Jalousien für Möbel; Leitern; Briefkästen (nicht aus Metall); aufblasbare Badeinseln und Luftmatratzen für nichtmedizinische Zwecke); Dekorationsartikel (Innenausstattung) nicht aus textilem Material, soweit in Klasse 20 enthalten;

Klasse 21: Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); kleine handbetätigte Geräte für Haushalt und Küche; Ess- und Kochgeschirr sowie Eimer und Blech, Aluminium, Kunststoff oder andere Materialien; Geräte für die Körper- und Schönheitspflege, nämlich kosmetische Geräte, Käämme, Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln) und Schwämme; Waren aus Glas, Porzellan und Steingut, auch in Kombination mit anderen Materialien zu Gebrauchs- und Dekorationszwecken, soweit in Klasse 21 enthalten, elektrische Käämme und Zahnbürsten; Untersetzer und andere Tischutensilien, nämlich Untersetzer für Gläser, Becher und Flaschen aus Glas, Kork, Holz, Metall, Plastik und Keramik, Platzdecken (Sets) aus Plastik, Holz und Holzersatzstoffen, Sekt oder Weinkübel aus unedlen Metallen, Kunststoff oder Glas, Kühltaschen, Thermoskannen; Parfümzerstäuber; Toilettennecessaires; Tafelgeschirr (ausgenommen Bestecke), Tafelaufsätze;

Klasse 24: Web- und Wirkstoffe (soweit in Klasse 24 enthalten); Textilwaren, nämlich Textilstoffe, Gardinen, Rollos aus Textil oder Kunststoff, Haushaltswäsche, Bett- und Tischwäsche, Bettdecken, Tischdecken (nicht aus Papier), textile Lederimitationsstoffe, Webe-Etiketten für Bekleidungs- und Textilprodukte (auch zum Aufbügeln), Tapeten aus Textilstoffen; textile Bade- und Handtücher; Taschentücher aus textilem Material;

Klasse 25: Bekleidungsstücke einschließlich Sport- und Freizeitbekleidung; Trainingsanzüge, Turnhosen und -trikots, Fußballhosen und -trikots, Tennishemden und -shorts, Bade- und Strandbekleidungsstücke, Badehosen und -anzüge, auch Bikinis; Miederwaren, Leibwäsche; Kinderbekleidung, Bekleidungs-Erstausrüstungen für Babys; Spielanzüge; Schuhe, Schuhwaren und Stiefel einschließlich Sport- und Freizeitschuhe und -stiefel; Gürtel; Strümpfe, Strumpfhosen, Socken; Krawatten, einschließlich Binder; Handschuhe; Kopfbedeckungen einschließlich Stirn- und Schweißbänder; Handschuhe für Skilanglauf und Radfahren;

Klasse 28: Spiele und Spielzeug (auch elektrisch), einschließlich Videospiele, ausgenommen als Zusatzgeräte für externe Bildschirm oder Monitor; geldbestätigte Spiel- und Unterhaltungsautomaten, Video- und Computerspiele (auch jeton- oder münzbetätigt) ausgenommen als Zusatzgeräte für Fernsehapparate; Puzzles, Geduldsspiele; Masken zum Verkleiden für Spielzwecke, Hobby- und Modellbaukästen mit Beschäftigungsmaterial für Spielzwecke, Spielfiguren aus Kunststoff, Holz, Gummi, Porzellan und anderen Materialien; Spielzeugautos und -lastwagen; Spielzeughüte und -kostüme; aufblasbare Schwimmbecken (Spielwaren) und Schwimmspielzeug, Rutschbahnen, Spielsandkästen, Plüsch- und Stoffpuppen und -tiere sowie Spielfiguren aus Webstoffen, Pelz und anderen Materialien; Puppen und Puppenbekleidung; Luftballons; Turn- und Sportgeräte und -artikel (soweit in Klasse 28 enthalten); Trimmgeräte, Ski-, Tennis- und Angelsportgeräte; Surfgeräte; Skier Skibindungen, Skistöcke; Skateboards, Surfbretter, Rollschuhe, Schlittschuhe; Bälle einschließlich Sport- und Spielbälle; Hanteln, Stoßkugeln, Disken, Wurfspere; Tennisschläger und deren Teile, insbesondere Griffe, Saiten,

Griff- und Bleibänder für Tennisschläger; Tischtennis-, Federball-, Squash-, Kricket-, Golf- und Hockeyschläger; Tennis- und Federbälle; Tischtennistische; Gymnastikkeulen, Sportreifen, Netze für Sportzwecke, Tor- und Ballnetze; Sporthandschuhe, insbesondere Torwarthandschuhe, Knie-, Ellbogen-, Knöchel- und Schienbeinschützer für Sportzwecke, angepasste Taschen für Sportgeräte, Golf-taschen, Tennis-, Tischtennis-, Badminton-, Squash-, Kricket- und Hockeyschlägertaschen und -hüllen; Christbaumschmuck; Spielkarten und Kartenspiele;

Klasse 35: Marketing; Informationen im Bereich Marketing und Werbung in mündlicher und schriftlicher Form, auch durch Print- und elektronische Medien, organisatorische Beratungsdienstleistungen im Bereich Marketing und Werbung; statistische Auswertung von Marktdaten; Marktforschung; Marktanalysen; Werbeforschung; Meinungsforschung; Verteilung von Katalogen, Mailings und Waren zu Werbezwecken; Rundfunk-, Fernseh- und Kinowerbung, Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations), Verkaufsförderung (Salespromotion), Vermittlung von Handelsgeschäften für andere; Dateienverwaltung mittels Computer; Organisation und Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für wirtschaftliche Werbezwecke; Vermarktung von Werbezeiten im Fernsehen durch Vermittlung entsprechender Verträge für Dritte; Unternehmens- und Organisationsberatung; Werbung, insbesondere Rundfunk-, Fernseh-, Kino-, Print-, Videotext- und Teletextwerbung, Vermarktung von Werbung, insbesondere in vorbenannten Medien und über vorbenannte Medien durch Vermittlung entsprechender Verträge für Dritte; Verbreitung von Werbeprospekten; Werbefilmproduktion; Werbefilmvermietung; Produktion von Teleshopping-Sendungen; telefonische Bestellannahme für Teleshopping-Angebote; Vermittlung von Werbezeiten in allen dafür in Frage kommenden Medien; Telefonantwortedienste für abwesende Teilnehmer; Planung von Werbemaßnahmen; Erstellen, Aktualisieren und Vermieten von Werbeflächen im Internet; Bannerexchange, nämlich Vermietung von Werbeflächen im Internet; Talentförderung durch organisatorische Beratung; Ausgabe von Kunden- und Mitgliederkarten für Dritte ohne Zahlungsfunktion; Sammeln von Marktforschungsdaten; Aktualisieren von Dateninhalten in Computerdatenbanken; Aufbereiten von Daten durch

Systematisierung in Computerdatenbanken; Sportförderung durch Werbung; Erfassung, Verarbeitung, Speicherung und Übertragung von Gebührendaten zur Abrechnung von Gebühren soweit in Klasse 35 enthalten; werbemäßige und betriebswirtschaftliche Beratungsdienstleistungen zu den Themen Fernsehwerbung, Fernsehunterhaltung und Sport; Produktion von Fernseh- und Rundfunkwerbendungen; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten; Schreibdienste; Sekretariatsdienstleistungen; Unternehmensberatung; betriebswirtschaftliche Beratung; Vertretung wirtschaftlicher Interessen gegenüber Dritten; Entwicklung von Werbekonzeptionen, insbesondere zur Vermarktung von Waren und Dienstleistungen über globale elektronische Netzwerke, insbesondere das Internet und andere elektronische Kommunikationsmedien; Vermittlung von Verträgen über die Anschaffung und/oder Veräußerung von Waren für Dritte; Dienstleistungen eines Electronic-Commerce-Abwicklers, nämlich Bestellannahme und Lieferauftragservice sowie Rechnungsabwicklung für elektronische Bestellsysteme; Verbreitung von Werbung auf einem elektronischen Online-Kommunikationsnetz; Preis-Recherchedienste mittels Computer für Dritte; Durchführung von Versteigerungen und Auktionen im Internet; Entwicklung von Franchise-Konzepten durch Vermittlung von wirtschaftlichem und organisatorischem Know-how; Durchführung von Tauschbörsen über die Anschaffung von Waren; Dienstleistungen eines Call-Centers, nämlich Auftrags- und Bestellannahme; Durchführung von Tauschbörsen durch Online-Vermittlung von Verträgen für Dritte über den An- und Verkauf von Waren im Internet; Sammeln und Systematisieren von Daten in Computerdatenbanken;

Klasse 38: Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehsendungen/-programmen über drahtlose oder drahtgebundene Netze; Ausstrahlung von Film-, Fernseh-, Rundfunk- und Bildschirmtext-, Videotext-Programmen oder -Sendungen; Telekommunikation; Sammeln, Liefern und Übermittlung von Nachrichten und Pressemeldungen (auch auf elektronischem Wege und/oder mittels Computer); Ton-, Bild- und Datenübertragung durch Kabel, Satellit, Computer (-Netzwerke), Telefon- und sonstigen Leitungen sowie jegliche weitere elektronischen Übertragungsmedien;

Übertragung eines Abonnementen-Fernsehdienstes (Pay-TV) einschließlich Video-on-Demand, auch für Dritte als digitale Plattform; Verbreitung von Informationen über drahtlose oder leitungsgebundene Netze; Online-Dienste und -Sendungen, nämlich Übermittlung von Informationen und Nachrichten einschließlich E-Mail; Bereitstellung von Telekommunikationskanälen für Teleshopping-Dienste; Bereitstellung des Zugriffs auf ein weltweites Computernetzwerk, insbesondere für Internet-Zugang, Teleshopping, auch zur Anwendung auf dem Fernsehbildschirm; Vermittlung und Vergabe von Zugangsberechtigungen für Benutzer zu unterschiedlichen Kommunikationsnetzen; Übertragung von Daten und datenverarbeitenden Programmen in elektronischen Netzwerken, insbesondere im Internet und anderen elektronischen Kommunikationsmedien mit Informationsangeboten aller Art, vor allem aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Finanzen, Recht, Soziales, Sport, Kultur, Kirche, Technik, Computer, Internet; Übertragungs- und Übermittlungsleistungen für Ton, Sprache, Bild und/oder Daten; Fernsprechdienste, Mobilfunk; Übermitteln von Daten für den Betrieb von Datenbanken zwecks Durchführung eines Telediensts; Bereitstellung von Plattformen im Internet; E-Mail-Datendienste; Telekopiedienste, SMS-Dienste; Bereitstellen des Zugriffs und Übermitteln von auf Datenbanken gespeicherten Informationen, insbesondere auch mittels interaktiv kommunizierender (Computer-)Systeme; Bereitstellen einer Plattform für Angebote und Nachfrage von Waren/Dienstleistungen; Dienstleistungen eines Online-Anbieters, nämlich Bereitstellen des Zugriffs auf und Übermitteln von Informationen, Texten, Zeichnungen und Bildern in elektronischen Netzen; Internet-Dienstleistungen, nämlich Bereitstellen des Zugriffs auf Informationen und Unterhaltungsprogrammen im Internet; Bereitstellen einer E-Commerce-Plattform im Internet und anderen Medien; Bereitstellung eines elektronischen Internetforums für den Informationsaustausch und für den Gedankenaustausch über Themen aller Art; Betrieb eines globalen virtuellen Marktplatzes zum interaktiven Informationsaustausch; Bereitstellen von Internetplattformen; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen zum Abruf aus dem Internet und anderen Medien; Datenübertragung; Übermittlung von Daten über Telekommunikationsnetze; Vermittlung und Vergabe von Zugangsberechtigungen für Be-

nutzer zu unterschiedlichen Kommunikationsnetzen; Dienstleistungen einer Presseagentur, nämlich Sammeln und Liefern von Informationen, Texten, Zeichnungen und Bildern; Ausstrahlung von Web-TV-Sendungen, interaktiven Sendungen und Internet-TV-Sendungen; Datenübertragungsdienste zwischen vernetzten Computersystemen; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet, insbesondere auch im Rahmen von Internet-Communities und Websites und einschließlich SMS (Short Message System); Telekommunikation; Ausstrahlung von Film-, Fernseh-, Rundfunk-, BTX-, Videotext-, Teletex- und Internet-Programmen oder -Sendungen, insbesondere Werbespots; Ton-, Bild- und Datenübertragung durch Kabel, Satellit, Computer (-Netzwerke), Telefon- und ISDN-Leitungen sowie jegliche weitere Übertragungsmedien; Übermittlung von Kurznachrichten (SMS) sowie Bildern, Sprach-, Ton-, Musik- und Textmitteilungen zwischen Mobiltelekommunikationsgeräten; Bereitstellen des Zugriffs auf Klingeltöne, Musik, Sprache, MP3-Dateien, Spieldateien, Bilder, Animationen, Filme, Video-Sequenzen, Informationen und Nachrichten über Telekommunikationsnetzwerke, insbesondere zum jeweiligen Herunterladen aus dem Internet; Web-Messaging, nämlich Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internet-Adressen; Betreiben einer digitalisierten Medienplattform für den Austausch von Nachrichten und Informationen aller Art im Internet, auch unter Umwandlung von Formaten in Sprache, Ton, Bild, Text, Daten oder anderen Ausgabemedien; Ausstrahlung von Teleshopping-Sendungen;

Klasse 41: Produktion, Reproduktion, Vorführung und Vermietung von Filmen, Video- und sonstigen Fernsehprogrammen, Vorführung und Vermietung von Video- und/oder Audiokassetten, -bändern und -platten sowie von Videospiele (Computerspielen); Vermietung von Fernsehempfangsgeräten und Decodern; Ausbildung, Erziehung; Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten, Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Organisation und Durchführung von Sport-, Show-, Quiz- und Musikveranstaltungen sowie Veranstaltung von Wettbewerben im Unterhaltungs- und Sportbereich, auch zur Aufzeichnung oder als Live-Sendung im Rundfunk oder Fernsehen; Produktion von Gewinnspielsendungen; Veranstaltung von Wett-

bewerben im Bildung-, Unterrichtsbereich; Veranstaltung und Durchführung von Schönheitswettbewerben; Talentförderung durch Ausbildung; Veranstaltung von Fernkursen; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitschriften und anderen Druckereierzeugnissen sowie entsprechenden elektronischen Medien; Organisation und Durchführung von Konzert- und Theaterveranstaltungen sowie von Sportwettbewerben; Produktion von Film-, Fernseh-, Rundfunk- und BTX-, Videotext-Programmen oder -Sendungen; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Produktion von Bild- und Tonprogrammen bildender, unterrichtender und unterhaltender Art, auch für Kinder und Jugendliche; Theateraufführungen, Musikdarbietungen; künstlerische, Freizeit- und sportliche Aktivitäten; Organisation und Durchführung von Kultur-, Unterhaltungs- und Sportveranstaltungen sowie Kongressen, Seminaren, Vortragsveranstaltungen und Multimedia-Schauen (Unterhaltung); Produktion von Web-TV-Sendungen, interaktiven Sendungen und Internet-TV-Sendungen; Vermietung von Zugriffszeiten auf Online-Spiele im Internet und anderen elektronischen Medien; Online-Unterhaltung, insbesondere über Computer-Netzwerke, namentlich das Internet; Betrieb von Sportschulen; Betrieb von Einrichtungen für Kinder, Jugendliche und Heranwachsende mit dem Ziel der Freizeitgestaltung, insbesondere im Sportbereich, nämlich in Kindergärten (Unterhaltung und sportliche Aktivitäten), in Sportstätten (Unterhaltung und sportliche Aktivitäten) und in Feriencamps, soweit in Klasse 41 enthalten; Sportunterricht; Sportförderung durch Ausbildung; Organisation und Veranstaltung von Kongressen; Kartenvorverkauf, Karten- und Platzreservierungen sowie Vorverkauf von Karten für Konzerte, Shows und andere Veranstaltungen; Ticketvorverkauf einschließlich Reservierungsdienstleistungen für kulturelle, wirtschaftliche und sportliche Veranstaltungen; Veranstaltung von Hörfunk- und Fernsehsendungen/-programmen über drahtlose oder drahtgebundene Netze; Betrieb eines Fernsehstudios und eines Tonstudios; Vermietung von Sportstätten; Organisation und Durchführung von Wohltätigkeitsveranstaltungen und -aktionen zur Unterhaltung; Organisation und Veranstaltung von Seminaren, Vortragsveranstaltungen und Multimediaschauen für Werbe- und/oder gewerbliche Zwecke; Vermittlung von

Veranstaltungsangeboten sowie Angeboten für Sport- und Freizeitaktivitäten soweit in Klasse 41 enthalten; redaktionelle Betreuung von Internetauftritten;

Klasse 42: Installation und Wartung von Software; technische Beratung auf dem Gebiet von Multimedia, interaktiven Fernsehen und Pay-TV (soweit in Klasse 42 enthalten); Entwicklung von Software; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung einschließlich Video- und Computerspielen; Entwicklung elektronischer Fernsehprogrammführer; Dienstleistungen eines Ingenieurs, insbesondere auf dem Gebiet von Multimedia, digitalem und/oder interaktiven Fernsehen sowie der Telekommunikation; Dienstleistungen eines Internet-Providers, nämlich Installation und Pflege von Computerware (für Internetzugänge); Erstellen von Homepages in das Internet; Vermietung von Speicherplatz auf Computeranlagen mit Internetanschluss; Design von Webseiten; technische Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation; Dienstleistungen eines Grafikers und Designers; Dienstleistungen im Bereich der Wissenschaft und der Technologie sowie diesbezügliche Forschungs- und Entwicklungsdienstleistungen; technische Beratungsdienstleistungen im Bereich Marketing und Werbung; Serveradministration; Grafikdesign, nämlich Gestaltung von Druckmedien; Grafikdesign, nämlich Gestaltung von Druck- und Verlagserzeugnissen einschließlich entsprechender elektronischer Medien; Internetdesign; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; elektronische Datenspeicherung; Grafikdesign, nämlich Gestaltung von Internetwerbung; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich elektronische Datenspeicherung; technische Entwicklung elektronischer Fernsehprogrammführer; Erstellen von Webseiten;

Klasse 45: persönliche, soziale und gesellschaftliche Dienstleistungen zur Befriedigung persönlicher Bedürfnisse; Sicherheitsdienstleistungen für den Schutz von Sachwerten und Personen; Begleitung von Personen als Gesellschafter, Sicherheitsbegleitung (Eskorte); Vergabe, Vermittlung, Vermietung sowie sonstige Verwertung von Rechten durch Lizenzvergabe ab Filmen, Fernseh- und Hörfunkproduktionen und anderen Bild- und Tonprogrammen sowie von Printmedien und an-

deren Verlagserzeugnissen; Verwaltung und Verwertung von Urheberrechten und gewerblichen Schutzrechten durch Lizenzvergabe für andere; Handel mit Film-, Fernseh- und sonstigen urheberrechtlichen Nebenrechten; Rechtsberatung und -vertretung; Schlichtungsdienste; Beratung auf dem Gebiet der Verwaltung von geistigem Eigentum und von Urheberrechten; Verwertung und Verwaltung von Fernsehübertragungsrechten durch Lizenzvergabe, insbesondere von Rechten für die Übertragung von Sportveranstaltungen; Vermittlung, rechtliche Beratung zu den Themen Fernsehwerbung, Fernsehunterhaltung und Sport“

unter der Nummer 30 2009 045 818.9 als Marke angemeldet worden. Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung durch Beschluss vom 29. Januar 2010 mit der Begründung zurückgewiesen, dass sich die Marke aus bekannten Wörtern des englischen Grundwortschatzes zusammensetze und von den inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres als Werbeslogan „Bring Farbe in Dein Leben“ verstanden werde. Bei Werbeslogans werde der Verkehr jedoch nur dann einen Hinweis auf eine betriebliche Herkunft der damit gekennzeichneten Waren sehen, wenn die Werbewirkung der fraglichen Wortfolge nicht im Vordergrund stehe. An dieser Voraussetzung fehle es, so dass dem Zeichen jegliche Unterscheidungskraft fehle. Der Slogan "Colour your life" hebe unter Verwendung einer äußert einfachen sprachlichen Ausdrucksweise in werbeüblicher Art die gefühlsmäßig positiven Auswirkungen der so bezeichneten Waren und Dienstleistungen auf das Leben hervor und werde zusätzlich für die unterschiedlichsten Waren und Dienstleistungen in erkennbar beschreibendem Zusammenhang verwendet. Weil das Zeichen in seiner Gesamtheit den üblichen Bezeichnungsgewohnheiten der Branche und der Werbung entspreche, nähmen es beachtliche Teile des angesprochenen Publikums nicht als betriebsindividualisierenden Herkunftshinweis wahr.

Dagegen richtet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde. Sie ist der Auffassung, bei „Colour your life“ handele es um einen phantasievoll gebildeten Slogan. Die unter Berücksichtigung des englischen und amerikanischen Sprachgebrauchs

sprachunüblich gebildete und zudem spruchartige Wortfolge sei für die beteiligten Verkehrskreise einprägsam und erinnerungsfähig. Dies vermittele ihnen sinnfällig eine Herkunftsfunktion, wodurch auch die Unterscheidungskraft begründet sei.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 29. Januar 2010 aufzuheben.

Ergänzend wird auf die Akte des Amtes 30 2009 045 818.9 Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, fehlt dem Slogan „Colour your life“ für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

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., Rn. 30, 31 - Henkel; BGH GRUR 2006, 850, 854, Rn. 17 - FUSSBALL WM 2006). Werbeslogans und sonstige spruchartige Wortfolgen sind bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft wie andere Wortmarken zu behandeln. Sie unterliegen keinen strengeren Schutzvoraussetzungen und müssen insbesondere keine zusätzliche Originalität aufweisen (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 9. Aufl., Rn. 143 zu § 8 m. w. N). Allein die Tatsache, dass ein Zeichen von den angesprochenen Verkehrskreisen als Werbeslogan wahrgenommen wird, reicht - für sich gesehen - nicht aus, um die für die Schutzfähigkeit erforderliche Unterscheidungs-

kraft zu verneinen (vgl. EuGH GRUR 2010, 228, Rn. 44 - VORSPRUNG DURCH TECHNIK). Selbst dann, wenn die jeweilige Marke zugleich oder sogar in erster Linie als Werbeslogan verstanden wird, kann deren Schutzzfähigkeit in Betracht kommen, wenn sie zugleich auch als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aufgefasst wird (EuGH GRUR 2010, 228, Rn. 45 - VORSPRUNG DURCH TECHNIK).

Wie bei anderen Markenkategorien auch, ist bei Slogans die für die Schutzzfähigkeit erforderliche Unterscheidungskraft allerdings zu verneinen, sofern der Verkehr einer Bezeichnung im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (BGH 2006, 850, 854, Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674, 678, Rn. 86 - Postkantoor). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft 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 GRUR 2006, 850, 854, Rn. 17 - FUSSBALL WM 2006; BGH - FUSSBALL WM 2006). Eine Bejahung der Unterscheidungskraft setzt unverändert voraus, dass das Zeichen geeignet sein muss, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen (EuGH GRUR 2010, 228, Tz. 44 - VORSPRUNG DURCH TECHNIK). An dieser Voraussetzung fehlt es nach der neueren Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs und des EuG dann, wenn der Verbraucher das angemeldete Zeichen ausschließlich als Hinweis auf das günstige Verhältnis zwischen Qualität und Preis auffasst (EuGH, GRUR PRAX 2011, 78 - Best Buy) oder das Zeichen für den Verbraucher klar und eindeutig erkennbar eine anpreisende Aussage oder Werbebotschaft vermittelt, die dem Durchschnittsverbraucher signalisiert, dass er sich einer besonderen Warenart mit bestimmten Qualitätsmerkmalen, einer exklusiven Produktlinie oder Luxuswaren für anspruchsvollere, gut situierte Verbraucher (z. B. leitende Angestellte) gegenüber sieht (EuG, Urt. v. 21.01.2011, T - 310/08, Urt. v. 21.01.2011, Rn. 34 - executive edition).

Ebenso verhält es sich mit der Wortfolge „Colour your life“. Auch deren Bedeutung erkennt der angesprochene allgemeine Durchschnittsverbraucher ohne Interpretationsaufwand. Die Anmeldung hat keinen vagen, unkonkreten, diffusen Begriffsinhalt und weist daher keinen für das Minimum an Unterscheidungskraft erforderlichen Grad an Originalität oder Prägnanz auf (vgl. hierzu Bender, MarkenR 2011, 49, 54).

Inländische Endverbraucher und Geschäftskunden werden die aus einfachen Wörtern der englischen Sprache gebildete Wortfolge "Colour your life" ohne weiteres als werbeübliche Aufforderung verstehen, das Leben durch den Kauf von Waren bzw. durch die Inanspruchnahme von Dienstleistungen bunter im Sinne von abwechslungsreicher zu gestalten.

So hat beispielsweise die Muslimische Jugend in Deutschland mit dem Slogan für ihre Sommerfreizeit 2010 geworben (www.mjd-net.de/colour-your-life). In einem deutschsprachigen Internetportal werden unter dem angemeldeten Slogan Fragen zur Gartengestaltung, Pflanzenporträts und Gestaltungsideen veröffentlicht (www.colour-your-life.de). Im Jahr 2003 hat den Slogan bereits einmal die Epson Deutschland GmbH zur Bewerbung von Daten-Video-Projektoren verwendet (vgl. Anzeige in der Computerzeitschrift CHIP, Heft Februar 2003). Derzeit wirbt die Grauthoff Türeggruppe GmbH mit dem Slogan für farbige Türen und Zargen (www.hgm-tueren.de/cms/index.php?coloryourlife). Als Dienstleistungen werden unter „Colour your life“ im Internet sowohl Farb- und Stilberatung als auch Bodypainting angeboten (www.raum-fuer-medien.de/kunden/coloryourlife/index.php).

Obwohl „Colour your life“ im englischen Sprachgebrauch keine feststehende Redewendung darstellt, lässt sich der Gebrauch dieses Slogans als Aufforderung, dem Leben Farbe zu verleihen, sowohl im wörtlichen als auch im übertragenen Sinne ebenfalls im englischsprachigen Sprachraum nachweisen (vgl. www.Bangkok Post.com/.../colour-your-life zur Bewerbung farbiger Polo-Shirts; www.blogilvy.nl/creative/colour-your-life zur Beschreibung eines Projekts, in welchem öffentliche Gebäude in Brasilien, Frankreich, Großbritannien und Indien be-

malt oder gestrichen werden; www.momentumgathering.com/how-to-colour-your-life, „how to colour your life with shades of joy“).

Als werbeübliche Aufforderung, das Leben durch den Kauf von Waren bzw. durch die Inanspruchnahme von Dienstleistungen bunter im Sinne von abwechslungsreicher zu gestalten, ist „Colour your life“ dem Verbraucher im Zusammenhang mit sämtlichen angemeldeten Waren und Dienstleistungen unmittelbar verständlich. Diese Bedeutung, die auf eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen zutrifft, gestattet in der Frage der Unterscheidungskraft insbesondere keine Differenzierung danach, ob die angemeldeten Waren der Klassen 3, 9, 14, 16, 18, 20, 21, 25, 28 farbig hergestellt werden oder die beanspruchten Dienstleistungen der Farbgestaltung oder der Unterhaltung dienen können.

Mit den in Klasse 35 angemeldeten Werbedienstleistungen lässt sich sowohl Farbe als auch Abwechslung ins Leben bringen. Im Zusammenhang mit den ebenfalls in dieser Klasse angemeldeten Teleshoppingdiensten suggeriert „Colour your life“ dem Kunden lediglich, dass Einkaufen für Abwechslung im Leben Sorge.

Die in Klasse 38 angemeldete Ausstrahlung von Film-, Fernseh-, und Rundfunksendungen, auch interaktiv und über das Internet, ist ebenso wie Dienstleistungen einer Presseagentur, Fernsprechdienste und Mobilfunk geeignet, als Beitrag zu einem abwechslungsreicheren Leben vermarktet zu werden. Auch Dienstleistungen dieser und weiterer Klassen, die die Telekommunikation unterstützen, zählen zu denjenigen mit engem sachlichen beschreibenden Bezug zu „Colour your life“.

Wird der angemeldete Slogan für Dienstleistungen der Klasse 41 verwendet, die der Unterhaltung oder kulturellen Aktivitäten dienen oder zur Durchführung unterhaltender oder sportlicher Veranstaltungen erforderlich sind, besteht ebenso das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wie für die Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitschriften und anderen Druckereierzeugnissen sowie entsprechenden elektronischen Medien. Im Zusammenhang mit dem Betrieb von Sportschulen und von Einrichtungen für Kinder, Jugendliche und Heranwachsende

mit dem Ziel der Freizeitgestaltung, Sportförderung durch Ausbildung; Talentförderung durch Ausbildung, Ausbildung und Veranstaltung von Fernkursen wird der Interessent derartiger Veranstaltungen „Colour your life“ als Motto, aber nicht als Hinweis auf den Anbieter dieser Dienstleistungen auffassen.

Zu den in Klasse 42 angemeldeten technischen und Beratungsdienstleistungen besteht ein enger sachlicher beschreibender Bezug, da sie sich gerade auf die Bereiche Marketing, Design und Werbung, Multimedia, interaktives Fernsehen und Pay-TV beziehen oder beziehen können.

Auch die angemeldeten sozialen und gesellschaftlichen Dienstleistungen der Klasse 45 können schließlich entweder selbst unmittelbar dazu beitragen, das Leben abwechslungsreicher zu gestalten, oder sie weisen einen engen sachlichen beschreibenden Bezug zu Dienstleistungen der Film-, Fernseh- und Unterhaltungsbranche auf.

Aus diesen Gründen hat bereits die Markenstelle zu Recht festgestellt, dass der Verkehr die angemeldete Wortfolge jeweils nicht als Herkunftshinweis auf den Hersteller der angemeldeten Waren und Dienstleistungen auffassen wird. Der Beschwerde war daher der Erfolg zu versagen.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Dr. Schnurr

Bb