



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 45/13

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2012 055 246.3**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 5. Oktober 2015 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Mittenberger-Huber, der Richterin Akintche und des Richters am Landgericht Dr. von Hartz

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 25. März 2013 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Das schwarz-weiße Wort-/Bildzeichen

**| Handelsblatt**

ist am 15. April 2009 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für folgende Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 9:

Film- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger; Schallplatten; Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Speichergeräte für Datenverarbeitungsanlagen; Computer-Software, insbesondere für die Abfrage, Darstellung, Bearbeitung und Ausgabe multimedialer Daten in Computernetzwerken einschließlich des Internets; mit Informationen versehene maschinell lesbare Datenträger aller Art sowie Ton- und Bildaufzeichnungsträger, insbesondere Tonbänder, Kassetten, Disketten, CD-ROMs, DVDs, Chip-Karten (codiert), Magnet-Karten, Video-Kassetten, Compact-Disks und Video-Disks, externe Festplatten, USB-Sticks sämtliche vorstehende Waren in bespielter und unbespielter Form; auf Datenträgern aufgezeichnete Informationssammlungen

und Datenbanken; Computerprogramme und Software (gespeichert), insbesondere für Telekommunikation-, Netz- und Sprachdatenanwendungen sowie für den elektronischen Handel über das globale Kommunikationsnetz;

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse, insbesondere Zeitschriften [Magazine], Zeitschriften; Zeitungen; Bücher; Broschüren; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Papier- und Schreibwaren; Büroartikel (ausgenommen Möbel); grafische Darstellungen, Kataloge; Prospekte;

Klasse 35:

Vermittlung von Handelsgeschäften für Dritte, auch im Rahmen von e-commerce, Aktualisierung von Werbematerial, Aufstellung von Kosten-, Preisanalysen, Durchführung von Auktionen und Versteigerungen, Erteilung von Auskünften in Handels- und Geschäftsangelegenheiten, betriebswirtschaftliche Beratung, Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, Beratung in Fragen der Geschäftsführung, Beratungsdienste in Fragen der Geschäftsführung, Buchführung, Buchprüfung, Dateienverwaltung mittels Computer, Ermittlungen in Geschäftsangelegenheiten, Fernsehwerbung, Informationen in Geschäftsangelegenheiten, Geschäftsführung für darstellende Künstler, Geschäftsführung von Hotels im Auftrag Dritter, Erstellung von Geschäftsgutachten, Fotokopierarbeiten, Herausgabe von Werbetexten, Hilfe bei der Führung von gewerblichen oder Handelsbetrieben, Betrieb einer Im- und Exportagentur, Lohn- und Gehaltsabrechnung, Mannequindienste für werbe- und verkaufsfördernde Zwecke, Marketing (Absatzforschung); Marktforschung, Meinungsforschung, Nachforschungen in Geschäftsangelegenheiten, Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten, Personal-, Stellenvermittlung, Personalanwerbung, Beratung in Fragen des Personalwesens, Plakatanschlagwerbung, Planungen (Hilfe) bei der Geschäftsführung, Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit), Erstellung von Rechnungsausdrucken, Rundfunkwerbung, Schaufensterdekoration, Schreibdienste (Textverarbeitung), Schreibmaschinenarbeiten; Sekretariatsdienstleistungen, Herausgabe von Statistiken, Stenographiearbeiten, Erstellung von Steuererklärungen, Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken, Telefonantwortdienst (für abwesende Teilnehmer), Durchführung von Transkriptionen, Durchführung von Unternehmensverlagerungen; Veranstaltung von Messen oder Preisverleihungen zu gewerblichen

oder zu Werbezwecken, Verkaufsförderung, Vermietung von Büromaschinen und -geräten, Vermietung von Photokopiermaschinen, Vermietung von Werbeflächen, Vermietung von Werbematerial, Vermittlung von Zeitungsabonnements (für Dritte), Versandwerbung, Verteilung von Warenproben zu Werbezwecken, Verteilung von Werbematerial, Vervielfältigung von Dokumenten, Vorführung von Waren für Werbezwecke, Dienstleistungen einer Werbeagentur, Verbreitung von Werbeanzeigen, Werbung durch Werbeschriften, Werbung, Wertermittlungen in Geschäftsangelegenheiten; Erstellung von Wirtschaftsprognosen, Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken; Veranstaltung von Preisverleihungen zu wirtschaftlichen und Werbezwecken, insbesondere zur Auszeichnung von Konsumgütern und von Unternehmen;

Klasse 38:

Telekommunikation, insbesondere datenverarbeitungsgestützte elektronische Telekommunikationsdienste mittels Telefon für offene und geschlossene Benutzerkreise; Auskünfte über Telekommunikation; Ton-, Bild-, Videodatenübertragung durch Kabel, Satellit, Computer, Computer-Netzwerke, Telefon-, ISDN- und DSL-Leitungen sowie jegliche weitere Übertragungsmedien; Ausstrahlung von Film-, Fernseh-, Rundfunk-, BTX-, Videotext-, Teletext-Programmen oder -Sendungen; Ausstrahlung und Übertragung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, auch durch Draht-, Kabel-, Satellitenfunk, Videotext, Internet und ähnliche technische Einrichtungen; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet, Anbieten und Mitteilen von auf einer Datenbankgespeicherten Informationen, insbesondere auch vermittelt interaktiv kommunizieren der (Computer-)Systeme, nämlich durch Bereitstellen des Zugriffs auf Datenbanken in Computernetzwerken; Fernsehnachrichtendienst (als Dienstleistung einer Presseagentur), technisches Bereitstellen des Zugriffs auf Informationen im Internet, Bereitstellen von Plattformen im Internet, Dateiübertragung von eigenen und fremdbezogenen Inhalten und Formaten für die Vertriebswege Sprachdienst, SMS und WAP (Content Brokerage), Sammeln und Liefern von Nachrichten und Informationen aller Art im Rahmen der Dienstleistungen einer Presseagentur, E-Mail-Dienste;

Klasse 41:

Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung, Betrieb eines Clubs (Unterhaltung oder Unterricht), Betrieb von Spielhallen, Betrieb von Sportanlagen, Betrieb von Vergnügungsparks, Betrieb von zoologischen Gärten, Betrieb eines

Bücherbusses, Betrieb einer Diskothek, religiöse Erziehung, Erziehung auf Akademien, Erziehung und Unterricht, Betrieb von Feriencamps (Erziehung und Unterhaltung), Fernkurse, Zusammenstellung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, Fernsehunterhaltung, Fernunterricht, Filmproduktion, Filmverleih, Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung, Betrieb von Gesundheits-Klubs (Schulung und Fitness), Glücksspiele, Betrieb von Golfplätzen, Gymnastikunterricht, Betrieb eines Internets, Betrieb von Kindergärten (Erziehung), Betrieb von Kinos, Organisation und Veranstaltung von Konferenzen, Organisation und Veranstaltung von Kongressen, Auskünfte über Freizeitaktivitäten, Durchführung von Live-Veranstaltungen, Modellstehen für Künstler, Montage (Bearbeitung) von Videobändern, Betrieb von Museen, Musikdarbietungen (Orchester), Organisation und Veranstaltung von Symposien, Durchführung von pädagogischen Prüfungen, Partyplanung (Unterhaltung), Platzreservierungen für Unterhaltungsveranstaltungen, praktische Übungen (Demonstrationsunterricht), Rundfunkunterhaltung; Produktion von Shows, Betrieb eines Spielcasinos, Betrieb von Sportcamps (Erziehung und Unterhaltung), Veranstaltung von sportlichen Wettkämpfen, Vermietung von Stadien, Betrieb von Tonstudios, Synchronisation, Herausgabe von Texten, insbesondere Büchern, Zeitschriften und gedruckten Computerprogrammen (ausgenommen Werbetexte), Theateraufführungen, Tierdressur, Vermietung von Tonaufnahmen, Turnunterricht, Unterhaltung, Dienste von Unterhaltungskünstlern, Betrieb von Varietétheatern, Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe, Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Veranstaltung und Durchführung von Workshops (Ausbildung), Veranstaltung und Leitung von Kolloquien, Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke, Veranstaltung von Bällen, Veranstaltung von Lotterien, Veranstaltung von Schönheitswettbewerben, Veranstaltung von Unterhaltungsshows, Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung), Auskünfte über Veranstaltungen (Unterhaltung), Verfassen von Drehbüchern, Vermietung von Audiogeräten, Vermietung von Beleuchtungsgeräten für Bühnenausstattung und Fernsehstudios, Vermietung von Büchern (Leihbücherei), Vermietung von Bühnendekoration, Vermietung von Camcordern; Vermietung, von Filmgeräten und Filmzubehör, Vermietung von Kinofilmen, Vermietung von Rundfunk- und Fernsehgeräten, Vermietung von Sportausrüstungen, ausgenommen Fahrzeuge, Vermietung von Sporttaucherausrüstungen, Vermietung von Tennisplätzen, Vermietung von Theaterdekoration, Vermietung von Tonaufnahmen, Vermietung von Videokameras, Veröffentlichung von Büchern und Zeitschriften, Online-Publikationen von elektronischen Zeitschriften, Büchern

oder Videos, Videofilmproduktion, Videoverleih (Bänder, Kassetten), Zeitmessung bei Sportveranstaltungen, Zirkusdarbietungen.

Mit Beschluss vom 25. März 2013 hat die Markenstelle für Klasse 16 die Anmeldung teilweise zurückgewiesen und zwar für nachfolgende Waren und Dienstleistungen:

Klasse 9:

Magnetaufzeichnungsträger; Schallplatten; Computer-Software, insbesondere für die Abfrage, Darstellung, Bearbeitung und Ausgabe multimedialer Daten in Computernetzwerken einschließlich des Internets; mit Informationen versehene maschinell lesbare Datenträger aller Art sowie Ton- und Bildaufzeichnungsträger, insbesondere Tonbänder, Kassetten, Disketten, CD-ROMs, DVDs, Chip-Karten (codiert), Magnet-Karten, Video-Kassetten, Compact-Disks und Video-Disks, externe Festplatten, USB-sticks sämtliche vorstehende Waren in bespielter Form; auf Datenträgern aufgezeichnete Informationssammlungen und Datenbanken; Computerprogramme und Software (gespeichert), insbesondere für Telekommunikation-, Netz- und Sprachdatenanwendungen sowie für den elektronischen Handel über das globale Kommunikationsnetz;

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse, insbesondere Zeitschriften [Magazine], Zeitschriften; Zeitungen; Bücher; Broschüren; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); grafische Darstellungen, Kataloge; Prospekte;

Klasse 35:

Aktualisierung von Werbematerial, Aufstellung von Kosten-, Preisanalysen, Erteilung von Auskünften in Handels- und Geschäftsangelegenheiten, betriebswirtschaftliche Beratung, Dateienverwaltung mittels Computer, Ermittlungen in Geschäftsangelegenheiten, Fernsehwerbung, Informationen in Geschäftsangelegenheiten, Herausgabe von Werbetexten, Marketing (Absatzforschung); Marktforschung, Meinungsforschung, Nachforschungen in Geschäftsangelegenheiten, Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten, Plakatanschlagwerbung, Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit), Rundfunkwerbung, Herausgabe von Statistiken, Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken, Veranstaltung von Messen oder Preisverleihungen zu gewerblichen oder zu Werbezwecken, Vermietung von Werbeflächen, Vermietung von Werbematerial, Vermittlung von Zeitungsabonnements (für Dritte), Versandwerbung, Verteilung von Warenproben zu Werbezwecken, Verteilung von Werbe-

material, Vorführung von Waren für Werbezwecke, Verbreitung von Werbeanzeigen, Werbung durch Werbeschriften, Werbung, Wertermittlungen in Geschäftsangelegenheiten; Erstellung von Wirtschaftsprognosen, Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken; Veranstaltung von Preisverleihungen zu wirtschaftlichen und Werbezwecken, insbesondere zur Auszeichnung von Konsumgütern und von Unternehmen;

Klasse 38:

Telekommunikation, insbesondere datenverarbeitungsgestützte elektronische Telekommunikationsdienste mittels Telefon für offene und geschlossene Benutzerkreise; Auskünfte über Telekommunikation; Ton-, Bild-, Videodatenübertragung durch Kabel, Satellit, Computer, Computer-Netzwerke, Telefon-, ISDN- und DSL-Leitungen sowie jegliche weitere Übertragungsmedien; Ausstrahlung von Film-, Fernseh-, Rundfunk-, BTX-, Videotext-, Teletext-Programmen oder -Sendungen; Ausstrahlung und Übertragung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, auch durch Draht-, Kabel-, Satellitenfunk, Videotext, Internet und ähnliche technische Einrichtungen; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet, Anbieten und Mitteilen von auf einer Datenbank gespeicherten Informationen, insbesondere auch vermittelt interaktiv kommunizieren der (Computer-)Systeme, nämlich durch Bereitstellen des Zugriffs auf Datenbanken in Computernetzwerken; Fernsehnachrichtendienst (als Dienstleistung einer Presseagentur), technisches Bereitstellen des Zugriffs auf Informationen im Internet, Bereitstellen von Plattformen im Internet, Dateiübertragung von eigenen und fremdbezogenen Inhalten und Formaten für die Vertriebswege Sprachdienst, SMS und WAP (Content Brokerage), Sammeln und Liefern von Nachrichten und Informationen aller Art im Rahmen der Dienstleistungen einer Presseagentur, E-Mail-Dienste;

Klasse 41:

Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung, Erziehung auf Akademien, Erziehung und Unterricht, Fernkurse, Zusammenstellung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, Fernsehunterhaltung, Fernunterricht, Filmproduktion, Filmverleih, Organisation und Veranstaltung von Konferenzen, Organisation und Veranstaltung von Kongressen, Organisation und Veranstaltung von Symposien, Durchführung von pädagogischen Prüfungen, praktische Übungen (Demonstrationsunterricht), Rundfunkunterhaltung; Herausgabe von Texten, insbesondere Büchern, Zeitschriften und gedruckten Computerprogrammen (ausgenommen Werbetexte), Vermietung von Tonaufnahmen, Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Veranstaltung und Durchführung von Workshops (Ausbildung), Veranstaltung und Leitung von Kolloquien, Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke, Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung), Vermietung von Tonaufnahmen, Veröffentlichung von Büchern und Zeitschriften, Online-Publi-

kationen von elektronischen Zeitschriften, Büchern oder Videos, Videofilmproduktion, Videoverleih (Bänder, Kassetten).

Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass das angemeldete Zeichen sich im zurückgewiesenen Umfang nicht dazu eigne, Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden, da es insofern allein eine sachbezogene Angabe enthielte. Der Begriff Handelsblatt werde vom Verkehr dahingehend verstanden, dass es sich um Waren und Dienstleistungen handele, die von einer Zeitung oder Zeitschrift, die sich mit Themen des Handels befasse, angeboten oder erbracht würden. Die grafische Gestaltung vermöge der angemeldeten Marke eine Schutzfähigkeit nicht zu verleihen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin vom 10. Mai 2013. Sie ist der Auffassung, dass eine weitgehende Zurückweisung der angemeldeten Waren und Dienstleistungen bei dem vom DPMA zugrunde gelegten Verkehrsverständnis schon nicht hätte erfolgen dürfen. Das DPMA unterstelle, dass der Verkehr das angemeldete Zeichen als Hinweis auf ein gedrucktes oder elektronisches Nachrichtenmedium, das sich mit Themen des Handels befasse, verstehe. Ein beschreibendes Verständnis könne deshalb schon z. B. für die in Klasse 9 beanspruchten Waren nicht in gleicher Weise für alle Hilfsmittel, die der Erstellung des Druckereierzeugnisses dienen, angenommen werden. Gleiches gelte auch für die Zurückweisung der Dienstleistungen der Klasse 41. Eine Zurückweisung der angemeldeten Waren der Klasse 16 habe nicht erfolgen dürfen, weil durch die grafische Gestaltung des angemeldeten Zeichens ein Kontrast zu dem Wortbestandteil erzeugt werde, der in dem in Frage stehenden Bereich der Klasse 16 keineswegs üblich sei. Die Markenstelle verkenne, dass es sich bei der Bezeichnung „Handelsblatt“ um einen überragend bekannten Titel handele, der auch zu einer Eintragung allein der Wortmarke „Handelsblatt“ im Jahr 2000 als im Verkehr durchgesetzte Marke geführt habe. Das Handelsblatt erscheine seit bald 70 Jahren und sei ein Pflichtblatt der Wertpapierbörsen in Frankfurt am Main und Düsseldorf.



Die Beschwerdeführerin hat ihr Waren- und Dienstleistungsverzeichnis im Beschwerdeverfahren durch Schriftsatz vom 2. Oktober 2015 insoweit beschränkt, als von den beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen nur noch Folgende beansprucht werden:

Klasse: 16  
Wirtschafts- und Finanztageszeitungen

Klasse 41:  
Herausgabe von Wirtschafts- und Finanztageszeitungen

Die Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 16 des DPMA aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die gemäß § 66 MarkenG zulässige, insbesondere form- und fristgerecht eingelegte Beschwerde gegen die teilweise Zurückweisung der Anmeldung ist nach Beschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses durch die Beschwerdeführerin begründet. Der Eintragung des Wort-/Bildzeichens

**I Handelsblatt** für die allein noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen stehen wegen der Verkehrsdurchsetzung des Wortbestandteils „Handelsblatt“ keine Schutzhindernisse entgegen.

1. Die Beschwerdeführerin hat gemäß § 39 Abs. 1, 2. Var. MarkenG das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis bezüglich der verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen mit Schriftsatz vom 2. Oktober 2015 wirksam - wie folgt - beschränkt:

Klasse: 16  
Wirtschafts- und Finanztageszeitungen

Klasse 41:  
Herausgabe von Wirtschafts- und Finanztageszeitungen

2. Der angegriffene Beschluss war aufzuheben, weil für die noch verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen keine Eintragungshindernisse gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 MarkenG vorliegen. Der ursprünglich als beschreibende Sachan-gabe schutzunfähige Wortbestandteil „Handelsblatt“ verleiht aufgrund seiner Ver-kehrsdurchsetzung dem verfahrensgegenständlichen Wort-/Bildzeichen die erfor-derliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Darüber hinaus unterliegt das Anmeldezeichen wegen des durchgesetzten Bestandteils auch kei-nem Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

a) Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zei-chen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH, GRUR Int. 2012, 914 Rn. 23 – Smart/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2015, 1012 Rn. 10 – Nivea-Blau; GRUR 2015, 581 Rn. 9 – Langenscheidt-Gelb; GRUR 2014, 872 Rn. 12 – Gute Laune Drops; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshin-dernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2012, 270 Rn. 8 - Link economy; GRUR 2009, 778 Rn. 11 – Will-kommen im Leben). Insbesondere ist vorliegend zu berücksichtigen, dass der

Verkehr ein als Marke verwendetes – zusammengesetztes – Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 – Henkel KGaA [Henkel]; BGH GRUR 2015, 581 Rn. 9 – Langenscheidt-Gelb; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops). Ein zusammengesetztes Zeichen kann jedoch bereits dann schutzfähig sein, wenn eines seiner Elemente schutzfähig ist, das im Gesamtzeichen nicht untergeht. Das Element kann dabei originär schutzfähig sein, ebenso kann es sich aber auch um einen im Verkehr durchgesetzten Bestandteil handeln. Nicht Voraussetzung ist dagegen, dass jeder Bestandteil eines angemeldeten Kombinationszeichens durchgesetzt sein müsse. Es können insoweit keine weitergehenden Anforderungen gestellt werden, als bei Kombinationszeichen, die von vornherein einen unterscheidungskräftigen Bestandteil enthalten (BGH GRUR 1983, 243, 245 – BEKA-Robusta; BPatG, Beschluss vom 11.02.2010, 26 W (pat) 6/09 – freenet iPhone; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 3. Auflage, § 8 Rn. 322; Ströbele in Ströbele/Hacker, Markengesetz, 11. Auflage, § 8 Rn. 580). Ebenso ist nicht erforderlich, dass das durchgesetzte Element das Gesamtzeichen beherrscht und die übrigen Bestandteile demgegenüber völlig in der Wahrnehmung zurücktreten.

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rn. 24 - Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [Matratzen Concord/Hukla]; BGH a. a. O. Rn. 11 – Kaleido; BGH a. a. O. Rn. 8 – Link economy).

b) Dem angemeldeten Zeichen **I Handelsblatt** kann für die noch verfahrensgegenständlichen Waren „Wirtschafts- und Finanztageszeitungen“ eine hinreichende Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

aa) Die am 20. Dezember 1996 angemeldete Wortmarke Nr. 396 55 664 „Handelsblatt“ ist am 13. Juli 2000 als verkehrsdurchgesetzte Marke gem. § 8 Abs. 3 MarkenG im Register des Deutschen Patent- und Markenamts in Klasse 16 für „Wirtschafts- und Finanz-Tages-Zeitungen“ eingetragen worden. Die Wortmarke kann gemäß § 50 Abs. 2 S. 2 MarkenG wegen des Bestehens von Schutzhindernissen nach § 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 und 3 MarkenG nicht mehr angefochten werden, da sie seit mehr als zehn Jahren eingetragen ist.

Zweifel an der weiterhin bestehenden deutschlandweiten Bekanntheit der im Verkehr durchgesetzten Wortmarke bestanden weder im maßgeblichen Zeitpunkt der Anmeldung noch bestehen sie zum Entscheidungszeitpunkt, obwohl seit der Anmeldung/Eintragung zwischenzeitlich mehr als 15 Jahre vergangen sind. Im Gegenteil, ist der Begriff „Handelsblatt“ inzwischen im Brockhaus, Enzyklopädie, Band 11, 21. Auflage (2006) hinterlegt. Das Handelsblatt wird beschrieben als Wirtschafts- und Finanzzeitung, gegründet am 16. Mai 1946, welche börsentäglich in Düsseldorf erscheint. Nicht nur, dass es neben der Printausgabe zwischenzeitlich auch einen Online-Auftritt unter der gleichnamigen Marke gibt, der ebenfalls zur weiteren Verbreitung und Bekanntheit des Begriffs „Handelsblatt“ beiträgt, handelt es sich bei dem Printmedium doch um ein überregionales Börsenpflichtblatt im Sinne des § 32 Abs. 5 BörsenG. Börsennotierte Unternehmen müssen alle Bekanntmachungen, die gesetzlich vorgeschrieben sind, in den Pflichtblättern der entsprechenden Börsen veröffentlichen. Hierzu zählt auch das Handelsblatt gemäß Bekanntmachung vom 20. Dezember 2012 für die Jahre 2013 und 2014. Die Auflagenhöhe des täglich (Mo-Fr) erscheinenden Printmediums variierte vom ersten Quartal 1998 in Höhe von ... bis zum zweiten Quartal 2015 in Höhe von ... Stück (vgl. Statistik der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V., [www.ivw.eu](http://www.ivw.eu)). Dies stellt – trotz eines Rückgangs, den im Übrigen die meisten deutschen (Print-)Tageszeitungen zu verzeichnen haben - einen erheblichen Verbreitungsgrad für eine täglich erscheinende Wirtschaftszeitung dar.

bb) Das um Schutz nachsuchende schwarz/weiße Wort-/Bildzeichen

**I Handelsblatt** setzt sich aus dem Wortbestandteil „Handelsblatt“ und einem grauen senkrechten Längsbalken, der links vom Wortzeichen steht, zusammen.

Einfache grafische Gestaltungselemente oder Verzierungen des Schriftbilds, an die der Verkehr sich durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, eignen sich nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen. Die einfache Grafik ist vorliegend so nichtssagend, dass sie hinter dem Wortbestandteil zurücktritt und kaum wahrgenommen wird. Der im Verkehr durchgesetzte Wortbestandteil „Handelsblatt“ tritt damit unübersehbar als Betriebskennzeichen hervor.

Das angemeldete Gesamtzeichen besteht daher nicht ausschließlich aus schutzunfähigen Bestandteilen, sondern ist wegen seines verkehrsdurchgesetzten Wortbestandteils insgesamt unterscheidungskräftig.

c) Über eine hinreichende Unterscheidungskraft verfügt das angemeldete Zeichen aus den o. g. Gründen auch für die ebenfalls noch verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen „Herausgabe von Wirtschafts- und Finanztageszeitungen“ in Klasse 41. Die Verkehrsdurchsetzung der Wortmarke „Handelsblatt“ für „Wirtschafts- und Finanz-Tages-Zeitungen“ ist auch bei der Beurteilung der Eintragungsfähigkeit des Anmeldezeichens für die vorgenannten Dienstleistungen zu berücksichtigen.

Grundsätzlich gilt für die Beurteilung der Verkehrsdurchsetzung nicht in gleicher Weise die Möglichkeit der Erstreckung im näheren Ähnlichkeitsbereich wie dies bei der Kennzeichnungskraft für bestimmte Waren und Dienstleistungen der Fall ist. Bei einem besonders engen sachlichen und wirtschaftlichen Zusammenhang von Ware und Dienstleistung ist jedoch die Annahme gerechtfertigt, dass die für eine Ware bzw. Dienstleistung festgestellte Verkehrsdurchsetzung auch für die andere Ware bzw. Dienstleistung gilt. Ausdrücklich hat der Bundesgerichtshof dies für Zeitschriften und die Herausgabe von Zeitschriften anerkannt (BGH GRUR

2014, 483 Rn. 47 - test). Der enge sachliche und wirtschaftliche Zusammenhang besteht darin, dass Zeitungen und Zeitschriften von Verlagen herausgegeben werden, die häufig auch eigene Printerzeugnisse verlegen wie z. B. die S... SE, die eines der größten digitalen Verlagshäuser Europas mit einer Reihe multimedialer Medienmarken wie *Bild*, *Die Welt* und *Fakt* ist; zur B... SE & Co. KGaA gehören u. a. die Publikumsverlagsgruppe P... ... mit fast ... Verlagen ebenso wie das D... ..., von dem *Brigitte*, *Schöner Wohnen* *Capital*, *Stern* und diverse *GEO-Ma-* gazine herausgegeben werden; der C... mit rund ... lieferbaren Werken, über ... Fachzeitschriften und einer jährlichen Produktion von bis zu ... Publikationen zählt ebenfalls zu den großen deutschen Buch- und Zeitschriftenverlagen mit vielen Eigenproduktionen.

d) Das Anmeldezeichen unterliegt aus den vorgenannten Gründen wegen des durchgesetzten Wortbestandteils auch keinem Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Dr. von Hartz

Hu