



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 2/16

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2014 040 993.3

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 10. Oktober 2017 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Kriener sowie des Richters Dr. Nielsen

beschlossen:

Die Beschwerde des Anmelders wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

findwhatyoulike

ist am 6. Oktober 2014 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für folgende Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 9:

Aufgezeichnete Dateien; Aus dem Internet herunterladbare digitale Musik; Computerprogramme für den Zugriff auf und die Verwendung des Internet; Computersoftware; Computersoftware [gespeichert]; Computersoftware [Programme]; Computersoftware auf dem Gebiet des elektronischen Publizierens; Computersoftware für das Dokumentenmanagement; Computersoftware für Datenbankverwaltung; Computersoftware für den elektronischen Handel; Computersoftware für den Zugang zu Informationsverzeichnissen, die aus dem weltweiten Computernetz heruntergeladen werden können; Computersoftware für die Auswertung von Marktinformationen; Computersoftware für die computergestützte Softwareentwicklung; Computersoftware für die Datensuche; Computersoftware für die Datenverarbeitung; Computersoftware für die Datenübertragung zwischen Computern über ein lokales Netz; Computersoftware für die Kommunikation mit Nutzern von Taschencomputern; Computersoftware für die Kommunikation zwischen Mikrocomputern; Computersoftware für die Kommunikationsverarbeitung; Computersoftware für Spiele; Computersoftware für Suchmaschinen; Computersoftware zum Komponieren von Musik; Computersoftware zum Scannen von Bildern und Dokumenten; Computersoftware zur Analyse von Marktinformationen; Computersoftware zur Anwendung und Datenbankintegration; Computersoftware zur Automatisierung des Data-Warehousing; Computersoftware zur Datensuche; Computersoftware zur Datenverarbeitung; Computersoftware zur Erstellung dynamischer Websites; Computersoftware zur Erstellung von durchsuchbaren Datenbanken mit Informationen und Daten; Computersoftware zur Erweiterung der audiovisuellen Funktionen von Multimediaanwendungen; Computersoftware zur Genehmigung des Zugriffs auf Datenbanken; Computersoftwareplattformen; Computersoftwareprogramme für das Datenbankmanagement; Datenbanken [elektronische]; Datenbankserver; Datenspeicher für Datenbanken; Elektronische Datenbanken; Entwicklungstools für Computersoftware; Gespeicherte Computersoftware; Herunterladbar Computersoftware aus einem weltweiten Computerinformationsnetz; Herunterladbare digitale Musik aus dem Internet; Herunterladbare digitale Musik, bereitgestellt im Internet über

MP3-Sites; Herunterladbare digitale Musik, bereitgestellt über das Internet; Herunterladbare digitale Musik, bereitgestellt über MP3-Internetsites; Herunterladbare digitale Musik, bereitgestellt über MP3-Internetwebsites; Interaktive Computersoftware; Kodierte Karten für den Zugriff auf Computersoftware; Wöchentliche Veröffentlichungen, die in elektronischer Form aus dem Internet heruntergeladen werden; Über eine Computerdatenbank oder das Internet bereitgestellte [herunterladbare] digitale Musik;

Klasse 35:

Aktualisierung und Pflege von Daten in Computer-Datenbanken; Aktualisierung von Werbeinformationen in einer Computerdatenbank; Aktualisierung von Werbematerial; Audiovisuelle Präsentationen für Werbezwecke; Ausarbeitung von Werbeunterlagen; Computergestützte Aktualisierung und Pflege von Daten in Datenbanken; Computergestützte Datenbankverwaltung; Computergestützte Werbedienstleistungen; Dateienverwaltung mittels Computer; Datenbankverwaltung; Dienstleistungen von Werbeagenturen; Erfassung, Aktualisierung und Pflege von Daten in Datenbanken [Büroarbeiten]; Erfassung, Verarbeitung und Ausgabe von Daten in Datenbanken [Büroarbeiten]; Erstellen von Werbeanalysen; Erstellen von Werbematerial; Erstellen von Werbetexten; Erstellung von Werbeanzeigen; Erstellung von Werbematerial; Erstellung von Werbemitteln; Erstellung von Werbepublikationen; Erteilen von Informationen in Bezug auf die Aktualisierung und Pflege von Daten in Datenbanken; Internetwerbung; Layoutgestaltung für Werbezwecke; Marketingdienstleistungen in Bezug auf Suchmaschinen; Online-Aktualisierung und -Pflege von Daten in Computerdatenbanken; Online-Werbung für Computernetze und Websites; Online-Werbung für Dienstleistungen und Waren auf Websites; Online-Werbung für Dritte über elektronische Kommunikationsnetze; Online-Werbung für Waren und Dienstleistungen auf Websites; Online-Werbung in computergestützten Kommunikationsnetzen; Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Online-Werbung über ein computergestütztes Kommunikationsnetz; Optimierung von Suchmaschinen; Organisation der Erfassung, Verarbeitung, Aktualisierung und Pflege von Daten in Datenbanken [Büroarbeiten]; Planung von Werbemaßnahmen; Produktion von Tonaufzeichnungen für Werbezwecke; Produktion von Videoaufnahmen für Werbezwecke; Produktion von visuellem Werbematerial; Produktion von Werbefilmen; Produktion von Werbematerial und Werbespots; Produktion von Werbespots; Produktion von Werbetonaufzeichnungen; Präsentation und Entwicklung von audiovisuellen Vorführungen für Werbezwecke; Verbreitung von Werbeanzeigen; Verbreitung von Werbematerial; Verbreitung von Werbung für Dritte über ein Online-Kommunikationsnetz im Internet; Verfassen von Texten für Werbezwecke; Verkaufsförderung und Werbedienste; Verkaufsförderung und Werbedienstleistungen; Verkaufsförderung, Marketing und Werbedienstleistungen; Verkaufsförderung, Werbung und Marketing durch Online-Websites; Vermietung von Internetwerbeflächen; Vermietung von Werbeflächen; Vermietung von Werbeflächen im Internet; Vermietung von Werbeflächen in elektronischen Medien und in weltweiten Informationsnetzen; Vermittlung und Vermietung von Werbeflächen im Internet; Vermittlung von Abonnements für Online-Publikationen Dritter; Verwaltung einer Datenbank [Büroarbeiten]; Veröffentlichung von Werbematerial; Veröffentlichung von Werbeprospekten; Veröffentlichung von Werbetexten; Werbeanzeigenzusammenstellung zur Verwendung auf Webseiten; Werbedienste mittels der Bereitstellung eines durchsuchbaren Online-Werbeführers mit Waren und Dienstleistungen anderer Online-Anbieter im Internet; Werbefor-

schung; Werbeforschungsdienstleistungen; Werbematerialveröffentlichungsdienste; Werbung für Datenbanken; Werbung für Waren und Dienstleistungen auf Websites [online]; Werbung im Internet für Dritte; Werbung in elektronischen Medien und speziell im Internet; Werbung mittels Datenbanken; Werbung über das Internet; Werbung, einschließlich Online-Werbung über ein Computernetz; Zusammenstellen und Systematisieren von Daten in Datenbanken; Zusammenstellung und Systematisierung von Informationen in Datenbanken; Zusammenstellung von Verzeichnissen zur Veröffentlichung im Internet; Zusammenstellung von Verzeichnissen zur Veröffentlichung in einem weltweiten Computernetz oder im Internet; Zusammenstellung von Werbeanzeigen für das Internet; Zusammenstellung von Werbeanzeigen zur Verwendung auf Webseiten; Zusammenstellung von Werbeanzeigen zur Verwendung auf Webseiten im Internet;

Klasse 36:

Online aus einer Computerdatenbank oder dem Internet bereitgestellte Informationsdienstleistungen über das Finanzwesen;

Klasse 38:

Bereitstellen des Zugriffs auf MP3-Webseiten im Internet; Bereitstellen des Zugriffs auf Webseiten mit digitaler Musik im Internet; Bereitstellung des Zugangs zum Internet für soziale Netzwerke; Bereitstellung des Zugriffs auf Datenbanken im Internet mittels Telekommunikation; Bereitstellung des Zugriffs auf elektronische Kommunikationsnetzwerke und elektronische Datenbanken; Bereitstellung des Zugriffs auf globale Computernetzwerke und andere elektronische Datenbanken; Bereitstellung des Zugriffs auf Inhalte, Webseiten und Internetportale; Bereitstellung des Zugriffs auf MP3-Webseiten im Internet; Bereitstellung des Zugriffs auf Webseiten mit digitaler Musik im Internet; Bereitstellung von Diskussionsforen [Internet-Chatrooms] für soziale Netzwerke; Bereitstellung von Gesprächsforen unter Verwendung des Internet; Bereitstellung von interaktiven Internetforen; Bereitstellung von Internet-Chatrooms; Bereitstellung von Internet-Chatrooms für soziale Netzwerke; Bereitstellung von Internet-Chatrooms zur Übertragung von Nachrichten zwischen Computernutzern; Bereitstellung von Internetforen zur Übertragung von Nachrichten zwischen Computernutzern; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zu einem globalen Computernetz oder Datenbanken; Bereitstellung von Zugangsberechtigungen zur Telekommunikation und zu Links zu Datenbanken und zum Internet; Elektronische Übertragung von Computerprogrammen über das Internet; Elektronischer Austausch von Daten aus Datenbanken, die über Telekommunikationsnetze zugänglich sind; Kommunikation via eines globalen Computernetzwerks oder Internet; Kommunikationsdienste für den Zugriff auf Datenbanken; Kommunikationsdienste mittels Internet; Kommunikationsdienste zwischen Datenbanken; Online-Informationen in Bezug auf Telekommunikation; Online-Kommunikationsdienste; Online-Zustellung von Dokumenten über ein weltweites Computernetzwerk; Streaming von Tonmaterial im Internet; Streaming von Videomaterial im Internet; Telekommunikationsservice für den Internetzugang; Verbindungsdienstleistungen für Datenbanken; Verbreitung von Daten oder audiovisuellen Bildern über ein globales Computernetz oder das Internet; Vermittlung von Zugriffen auf Datenbanken im Internet; Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken; Verschaffen von Zugriff auf Datenbanken; Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internet-Adressen [Web-Messaging]; Übermittlung digitaler Dateien; Übertra-

gung von Datenbankinformationen via Telekommunikationsnetzwerke; Übertragung von Video- und Audioprogrammen über das Internet;

Klasse 41:

Bereitstellen durchsuchbarer Veröffentlichungen in einem weltweiten Computernetz oder im Internet; Bereitstellen von digitalen Musikaufzeichnungen über MP3-Internet-Websites [nicht herunterladbar]; Bereitstellen von digitaler Musik [nicht herunterladbar] über MP3-Internet-Websites; Bereitstellen von digitaler Musik aus dem Internet; Bereitstellen von digitaler Musik über MP3-Internet-websites; Bereitstellen von elektronischen Online-Veröffentlichungen [nicht herunterladbar]; Bereitstellen von Klingeltönen [nicht herunterladbar] aus dem Internet; Bereitstellen von Online-Informationen in Bezug auf Unterhaltung aus einer Computerdatenbank oder dem Internet; Bereitstellen von Online-Veröffentlichungen; Bereitstellen von Veröffentlichungen, die durchsucht werden können, im Internet oder in einem weltweiten Computernetz; Bereitstellung von digitaler Musik [nicht herunterladbar] über das Internet; Bibliotheksdienstleistungen mittels einer computergestützten Datenbank; Bibliotheksdienstleistungen mittels einer computergestützten Datenbank mit Zeitungsinhalten; Elektronische Online-Veröffentlichung von Büchern und Zeitschriften; Elektronische Veröffentlichung von Online-Büchern und -Magazinen; Erteilen von Online-Auskünften über Ausbildung aus einer Computerdatenbank oder dem Internet; Layoutgestaltung, außer für Werbezwecke; Online Bereitstellen von elektronischen, nicht herunterladbaren Comics und Bildergeschichten; Online Bereitstellen von elektronischen, nicht herunterladbaren Publikationen; Online Bereitstellen von elektronischen, nicht herunterladbaren Zeitschriften; Online-Bereitstellung elektronischer Veröffentlichungen; Online-Unterhaltung; Online-Unterhaltungsdienstleistungen; Online-Veröffentlichung von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Spiele, die online über ein Computernetz angeboten werden; Unterhaltung mittels einer online zur Verfügung gestellten Computerdatenbank oder dem Internet; Verfassen von Texten, ausgenommen Werbetexte; Veröffentlichung von Materialien, auf die über Datenbanken oder das Internet zugegriffen werden kann; Zusammenstellung von Nachrichtenprogrammen für die Übertragung über das Internet; Über das Internet bereitgestellte Unterhaltung;

Klasse 42:

Aktualisierung und Design von Computersoftware; Aktualisierung und Pflege von Computersoftware und Computerprogrammen; Aktualisierung und Upgrading von Computersoftware; Aktualisierung und Wartung von Computersoftware; Aktualisierung von Computersoftware; Aktualisierung von Computersoftware für die Computersicherheit und zur Prävention von Computerrisiken; Aktualisierung von Computersoftware für Dritte; Aktualisierung von Software-Datenbanken; Beratung auf dem Gebiet der Computerhardware und Computersoftware; Beratung auf dem Gebiet der Computersoftware; Beratung in Bezug auf Computersoftware; Beratungsdienste bezüglich Computersoftware für Grafiken; Beratungsdienste bezüglich Computersoftware zum Veröffentlichenden; Beratungsdienste bezüglich der Vermietung von Computern oder Computersoftware; Beratungsdienste bezüglich der Verwendung von Computersoftware; Beratungsdienste bezüglich Mensch-Maschine-Schnittstellen für Computersoftware; Beratungsdienste in Bezug auf Computersoftware; Beratungsdienste in Bezug auf den Entwurf von Computersoftware; Beratungsdienstleistungen auf dem Gebiet

der Computersoftware; Beratungsdienstleistungen in Bezug auf Computersoftware; Bereitstellung von Informationen und Beratung im Bereich Computersoftware; Bereitstellung von Suchmaschinen; Bereitstellung von Suchmaschinen für das Internet; Cloud-Computing; Computer- und Computersoftwarevermietung; Computer-Vermietung und Aktualisierung von Computersoftware; Computerhardware- und Computersoftwarevermietung; Computerprogrammierung für das Internet; Computersoftwareberatung; Computersoftwareberatungsdienste; Computersoftwaredesign und -entwicklung; Computersoftwaredesign und Computersoftwareentwicklung; Computersoftwareentwicklung für Dritte; Computersoftwareentwicklungsdienstleistungen; Computersoftwareentwicklungsleistungen; Computersoftwareentwurf und -entwicklung; Computersoftwareentwurf und Computersoftwareentwicklung; Computersoftwareforschung; Computersoftwareinstallation und -wartung; Computersoftwareinstallation und Computersoftwarewartung; Computersoftwareprogrammierung; Computersoftwarevermietung; Computersoftwarevermietungsdienste; Computersoftwarevermietungsleistungen; Computersoftwarewartung; Consulting in Bezug auf Computersoftware; Data-Warehousing-Dienste [elektronische Datenspeicherung]; Design und Entwicklung von Computersoftware; Design von Anzeigesystemen zu Werbezwecken; Design von Computer-Datenbanken; Design von Computersoftware für Dritte; Design, Pflege und Aktualisierung von Computersoftware; Design, Pflege und Update von Computersoftware; Design, Pflege, Vermietung und Aktualisierung von Computersoftware; Designdienstleistungen für Computersoftware; Dienstleistungen eines Anwendungsdiensteanbieters, nämlich Hosting von Computersoftwareanwendungen für Dritte; Dienstleistungen für das Schreiben von Computersoftware; Dienstleistungen für die Gestaltung von Computersoftware; Dienstleistungen in Bezug auf die Entwicklung von Internetseiten; Dienstleistungen zur Vermietung von Computersoftware; Durchführung von Machbarkeitsstudien im Bereich der Computersoftware; Durchführung von Machbarkeitsstudien über Computersoftware; Elektronische Datenspeicherung; Entwerfen, Zeichnen und auftragsgebundenes Schreiben von Computersoftware; Entwicklung und Aktualisierung von Computersoftware; Entwicklung von Anwendungslösungen für Computersoftware; Entwicklung von Computersoftware; Entwicklung von Computersoftware für Dritte; Entwicklung von Datenbanken; Entwicklung von Systemen für die Datenspeicherung; Entwicklungsdienste in Bezug auf Datenbanken; Entwurf und Entwicklung von Webseiten im Internet; Entwurf, Erstellung, Hosting und Wartung von Internetseiten für Dritte; Entwurf, Wartung und Aktualisierung von Computersoftware; Entwurf, Wartung, Entwicklung und Aktualisierung von Computersoftware; Erforschung und Entwicklung von Computersoftware; Ermöglichung der temporären Nutzung von nicht herunterladbarer Online-Software zur Verwendung für Veröffentlichungen und zum Drucken; Erstellen von Computersoftware für Dritte; Erstellung und Aktualisierung von Computersoftware; Erstellung und Wartung von Internetseiten; Erstellung von elektronisch gespeicherten Webseiten für Online-Dienste und das Internet; Erstellung von Internet-Websites; Fachliche Beratung bezüglich Computersoftware; Fachliche Beratungsdienste bezüglich Computersoftware; Fehlerbehebung in Computersoftware für Dritte; Forschung und Beratung in Bezug auf Computersoftware; Gestaltung und Implementierung von Internetseiten in Netzwerken für Dritte; Gestaltung von Internet-Websites; Gestaltung von Webseiten für Werbezwecke; Gestaltung, Pflege und Aktualisierung von Computersoftware; Grafikdesign zur Zusammenstellung von Web-Seiten im Internet; Hosting

digitaler Inhalte im Internet; Installation und Wartung von Computersoftware; Installation von Computersoftware; Installation, Aktualisierung und Pflege von Computersoftware; Installation, Einrichtung und Pflege von Computersoftware; Installation, Instandhaltung, Reparatur und Pflege von Computersoftware; Installation, Reparatur und Wartung von Computersoftware; Integration von Computersoftware; Kalibrierungsdienstleistungen bezüglich Computersoftware; Konfiguration von Computersoftware; Konzeption und Schreiben von Computersoftware; Kundenspezifische Erstellung von Computerhardware und Computersoftware; Pflege von Computersoftware für die Computersicherheit und zur Prävention von Computerrisiken; Pflege von Datenbanken; Qualitätskontrolle bezüglich Computersoftware; Qualitätsprüfung bezüglich Computersoftware; Recherche, Entwicklung, Konzeption und Aktualisierung von Computersoftware; Reparatur [Wartung und Aktualisierung] von Computersoftware; Reparatur von Computersoftware; Schreiben von Computersoftware; Unterstützungs- und Wartungsdienste für Computersoftware; Upgrading von Computersoftware; Vermietung und Pflege von Computersoftware; Vermietung von Computerhardware und Computersoftware; Vermietung von Computern und Computersoftware; Vermietung von Computersoftware; Vermietung von Computersoftware für Preisangebote; Vermietung von Computersoftware und -programmen; Vermietung von Computersoftware zum Lesen einer Datenbank mit Preisangeboten; Vermietung von Computersoftware zum Lesen eines Datenflusses; Vermietungsdienste in Bezug auf Computersoftware; Wartung und Aktualisierung von Computersoftware; Wartung und Aufrüstung von Computersoftware; Wartung von Computersoftware; Wartung von Computersoftware für den Betrieb von Befüllungsgeräten und -maschinen; Werbegrafikdesign; Zurverfügungstellung von nicht herunterladbarer Software zur Bearbeitung von Lieferungen über Computernetzwerke, Intranets und das Internet zur zeitweiligen Nutzung; Zurverfügungstellung von nicht herunterladbarer Software zur Erstellung von Rechnungen über Computernetzwerke, Intranets oder das Internet zur zeitweiligen Nutzung; Zurverfügungstellung von nicht herunterladbarer Software zur Verfolgung von Frachten über Computernetzwerke, Intranets und das Internet zur zeitweiligen Nutzung; Zurverfügungstellung von nicht herunterladbarer Software zur Verfolgung von Paketen über Computernetzwerke, Intranets und das Internet zur zeitweiligen Nutzung; Zurverfügungstellung von nicht herunterladbarer Software zur Verwendung bei der Erstellung und Veröffentlichung von Online-Journalen und Blogs zur zeitweiligen Nutzung;

Klasse 45:

Computersoftwarelizenzierung; Erteilung von Lizenzen für Computersoftware; Lizenzerteilung für Computersoftware; Lizenzierung von Computersoftware; Online-Dienstleistungen eines sozialen Netzwerkes [Bekannschftsvermittlung]; Online-Dienstleistungen zum Knüpfen sozialer Kontakte.

Mit Beschluss vom 2. März 2015, der dem Anmelder am 21. Juli 2015 zugestellt worden ist, hat die Markenstelle für Klasse 9 des DPMA die Anmeldung zurückgewiesen, da ihr die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle.

Die angemeldete Bezeichnung erschöpfe sich in einer gewöhnlichen Werbemitteilung ohne Originalität oder Prägnanz und eigne sich daher nicht als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Das Zeichen setze sich, was trotz der unmittelbaren Aneinanderreihung der einzelnen Begriffe auch ohne weiteres erkennbar sei, aus den vier englischen Grundbegriffen „find“, „what“, „you“ und „like“ zusammen. In ihrer Gesamtheit besage die Wortfolge damit „Finden, was man mag“ oder „Finde, was du gerne magst“. Damit beschränke sich die Wortfolge auf eine werblich anpreisende und rein sachbezogene Angabe ohne erkennbar herkunftshinweisenden Gehalt. Denn die angesprochenen Verkehrskreise würden die angemeldete Wortkombination im Hinblick auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen naheliegend als Hinweis darauf verstehen, dass diese dazu geeignet und bestimmt seien, die technischen und tatsächlichen Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass Nutzer Inhalte interessensgesteuert erhielten bzw. sie ein Umfeld geboten bekämen, das es ihnen ermögliche, nach Inhalten zu suchen, die ihren Vorlieben entsprächen. Die in der Wortfolge zum Ausdruck kommende einfache Sachaussage sei damit im Zusammenhang mit den konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine Anpreisung des Inhalts und der Bestimmung dieser Waren und Dienstleistungen. Die Wortzusammenstellung weise keine ungewöhnliche Struktur oder weitere Besonderheiten auf, die von einem rein sachbezogenen Aussagegehalt wegführen könnten. Die Wortfolge sei insoweit weder unklar noch interpretationsbedürftig, so dass der Verkehr den rein sachbezogenen Aussagegehalt auch sofort und ohne jede analysierende Betrachtungsweise erkenne. Der Umstand, dass die Aussage ohne Abstände zwischen den Wörtern wiedergegeben werde, vermöge nicht die Eintragungsfähigkeit zu begründen. Eine solche Wiedergabe werde in gleichem Maße wie auch beispielsweise die Binnengroßschreibung häufig als Gestaltungsmittel eingesetzt. Ebenso wenig ergäbe sich die Schutzfähigkeit der Wortfolge deswegen, weil ihr als solcher die dahinter stehenden Inhalte nicht näher entnommen werden könnten, da diese an die Interessen des jeweiligen Nutzers gebunden seien. Solchen oberbegriffsartigen Wortfolgen könne trotzdem ein beschreibender und sachbezogener Charakter zukommen, den die angesprochenen Verkehrs-

kreise auch erkennen würden. Ferner sei die persönlich gehaltene Anrede ein in der Werbung gängiges Stilmittel. Schließlich seien die vom Anmelder angeführten Voreintragungen zu vermeintlich ähnlich gelagerten Fällen für die Beurteilung der Eintragungsfähigkeit nicht ausschlaggebend.

Gegen die Zurückweisung der Anmeldung richtet sich die am 20. August 2017 eingelegte Beschwerde des Anmelders. An die Beurteilung der Schutzfähigkeit von Werbeslogans sei kein anderer Maßstab anzulegen, als bei anderen Zeichen auch. Die Markenstelle habe dem Umstand, dass das angemeldete Zeichen aus einem einzigen Wort bestehe, dem gerade durch diese besondere Schreibweise eine gewisse Originalität nicht abgesprochen werden könne, zu wenig Bedeutung beigemessen. Denn diese besondere Schreibweise führe dazu, dass erst bei näherem Hinsehen oder Lesen auffalle, dass es sich um einen vollständigen Satz handele. Es sei insbesondere nicht üblich, alle Buchstaben eines ganzen Satzes in Kleinbuchstaben und ohne Übergang aneinandergereiht wiederzugeben. Dies löse einen Denkprozess und Aha-Effekt bei den angesprochenen Verkehrskreisen aus. Selbst wenn aber die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Wortkombination aufgliedern und mit „Finde, was du magst“ übersetzen würden, fehle der angemeldeten Bezeichnung ein beschreibender Gehalt. Denn das Zeichen enthalte eine Aufforderung und sinnvolle Botschaft, die sich aber nicht konkret auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen bezöge. Unter Verweis auf die positive Entscheidung des EuGH zu der angemeldeten Spruchfolge „Vorsprung durch Technik“ macht der Anmelder geltend, dass allein aus der Feststellung, wonach es sich bei dem Zeichen um einen Werbeslogan und eine Kaufaufforderung im Zusammenhang mit den angemeldeten Waren und Dienstleistungen handele, nicht auf die fehlende Unterscheidungskraft geschlossen werden könne. Die Wortfolge enthalte zwar eine sinnvolle Botschaft, diese bezöge sich aber nicht konkret und objektiv auf die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen. Die Wortfolge „findwhatyoulike“ beinhalte ein subjektives Element und verlange vom Publikum einen gewissen Interpretationsaufwand. Sie sei originell, das Publikum erkenne angesichts der ungewöhnlichen Aneinanderreihung der Wörter, dass

„mehr hinter den Buchstaben“ stehe, als ein einfacher Satz oder eine einfache Aufforderung. Daher sei die Unterscheidungskraft gegeben.

Der Anmelder und Beschwerdeführer beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 2. März 2015 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, den rechtlichen Hinweis des Senats vom 12. Mai 2017, die Schriftsätze des Anmelders und auf den übrigen Akteninhalt verwiesen.

II.

Die zulässige, insbesondere gemäß § 66 Abs. 1 Satz 1 MarkenG statthafte Beschwerde bleibt in der Sache ohne Erfolg. Der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung „findwhatyoulike“ als Marke steht hinsichtlich der beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, nämlich die fehlende Unterscheidungskraft, entgegen. Die Markenstelle hat der angemeldeten Marke daher zu Recht die Eintragung versagt (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen 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. BGH, GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 8 – Link economy; GRUR 2010, 1100 Rn. 10 – TOOOR!; GRUR 2010, 825 Rn. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 – FUSSBALL

WM 2006). Auch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft ist im Lichte des zugrundeliegenden Allgemeininteresses auszulegen, wobei dieses darin besteht, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren (vgl. EuGH, GRUR 2003, 604 Rn. 60 – Libertel; BGH, GRUR 2014, 565 Rn. 17 – smartbook). Werbeslogans oder schlagwortartige Wortfolgen unterliegen weder strengeren noch geringeren, sondern den gleichen Schutzvoraussetzungen wie andere Wortmarken. Daher reicht allein die Tatsache, dass ein Zeichen von den angesprochenen Verkehrskreisen als Werbeslogan wahrgenommen wird – für sich gesehen – nicht aus, um die für die Schutzfähigkeit erforderliche Unterscheidungskraft zu verneinen (vgl. EuGH GRUR 2010, 228 Rn. 44 – VORSPRUNG DURCH TECHNIK; GRUR Int. 2012, 914 – WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH). Entscheidend ist, ob das Zeichen zugleich auch als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aufgefasst wird (vgl. EuGH GRUR 2010, 228, Rn. 45 – VORSPRUNG DURCH TECHNIK). Wie bei anderen Markenkategorien auch fehlt sloganartigen Wortfolgen diese Eigenschaft dann, wenn es sich um Bezeichnungen handelt, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH 2006, 850 Rn. 19 – FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674, Rn. 86 – Postkantoor) oder wenn es sich um sonst gebräuchliche Wörter der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, die – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. BGH a. a. O. – Link economy; GRUR 2009, 778 Rn. 11 – Willkommen im Leben; GRUR 2010, 640 Rn. 13 – hey!). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u. a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Produkte zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH a. a. O. – FUSSBALL WM 2006) oder die ausschließlich werbewirksame Anpreisungen enthalten, ohne einen über diese Werbefunktion hinausgehenden hinreichenden Hinweis auf die betriebliche Herkunft zu vermitteln (vgl. EuGH GRUR 2010, 228, Rn. 44 – VORSPRUNG

DURCH TECHNIK). Unterscheidungskraft kann einer Werbefolge insbesondere dann zukommen, wenn die jeweilige Bezeichnung nicht nur in einer gewöhnlichen Werbemitteilung besteht, sondern eine gewisse Originalität oder Prägnanz aufweist, die ein Mindestmaß an Interpretationsaufwand erfordert oder bei den angesprochenen Verkehrskreisen einen Denkprozess auslöst (EuGH GRUR 2010, 228, Rn. 57 – VORSPRUNG DURCH TECHNIK).

Nach diesen Grundsätzen fehlt der angemeldeten Bezeichnung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen aber jegliche Unterscheidungskraft.

Das angemeldete Zeichen setzt sich aus den vier sinnvoll aufeinander bezogenen englischen Wörtern „find“, „what“, „you“ und „like“, die dem Grundwortschatz der englischen Sprache zuzurechnen sind, zusammen. Die Wortfolge trifft damit die Aussage von „Finde, was du (gerne) magst“. Gerade das Wort „like“ im Sinn von „gefällt mir“ oder „gut finden“ ist durch seine Gebräuchlichkeit im Netzjargon (insbesondere Facebook) mittlerweile so verbreitet, dass es als Anglizismus Eingang in die deutsche Sprache gefunden hat und von den angesprochenen Verkehrskreisen nicht mehr übersetzt werden wird (vgl. Anlage 1 der dem Anmelder mit Hinweis vom 12. Mai 2017 übersandten Rechercheunterlagen). Bei dem angemeldeten Zeichen handelt es sich um einen sprachüblich gebildeten Satz aus Wörtern des englischen Grundwortschatzes mit der ohne weiteres verständlichen Bedeutung in Form einer Aufforderung und einem darin enthaltenen Versprechen, wonach der persönlich angesprochene Kunde „das findet, was er mag“ bzw. „was ihm gefällt“ oder in dem Sinn, dass der Dienstleistungsanbieter das findet (für den Kunden vorsortiert oder aufbereitet), was der Kunde mag (verkürzte Form im Sinn von „we find what you like“). Gerade angesichts des über das Internet verfügbaren, unüberschaubaren und riesigen Angebots in allen (Waren- und Dienstleistungs)Bereichen sind Dienstleister, die über bestimmte Plattformen oder Vergleichsportale eine Vorsortierung und Vorauswahl anbieten, besonders gefragt und beliebt. Gleichzeitig hat gerade in den sozialen Medien auch das „Liken“ (und die Bewertung, dass etwas gefällt oder etwas unterstützt wird) mittlerweile eine

wirtschaftliche Bedeutung. So vergrößert sich einerseits das Publikum, an das neue Beiträge im Netz verteilt werden durch jedes „Like“ und die Betreiber der Netzwerke wiederum werten die „Likes“ der Benutzer aus, um darauf basierend individuelle Werbeanzeigen oder weitere Like-Vorschläge anzubieten (vgl. Anlage 2 der dem Anmelder mit Hinweis vom 12. Mai 2017 übersandten Rechercheunterlagen).

Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der Klasse 9 ist damit zum einen möglich, dass es sich bei den „aufgezeichneten Dateien“ oder der „aus dem Internet herunterladbarer digitaler Musik“ für die unterschiedlichsten Zwecke und den unterschiedlichsten Einsatz um solche (Musik)Dateien handelt, mit Hilfe derer die eigene Lieblingsmusik zusammengestellt wird bzw. die dazu dient, Lieblings(musik)dateien zu generieren. Im Zusammenhang mit den (Software)Programmen kann es sich um eine sogenannte „Auswahlsoftware“ handeln, also um ein Programm mit Hilfe dessen beispielsweise der Hersteller einer Ware dem Kunden eine schrittweise Vorgehensweise an die Hand geben kann, damit dieser das seinem Bedürfnis entsprechende richtige Produkt findet (beispielsweise eine Auswahlsoftware für Getriebemotoren – Anlage 3 der dem Anmelder mit Hinweis vom 12. Mai 2017 übersandten Rechercheunterlagen). Auch eine Konfigurationssoftware mit Hilfe derer beispielsweise ein komplexes Produkt wie eine Küche (Auswahl verschiedener Anordnungen, Farben, Einbauten, Geräten) oder ein Auto (Auswahl der Farbe, Innendesign, Motoreigenschaften) ausgewählt oder konfiguriert werden kann oder eine Software, die eine Plattform bereitstellt, entwickelt und generiert, mit Hilfe derer bestimmte Produkte nach den „likes“ also beispielsweise nach den Verkaufszahlen aufgelistet oder angeboten werden, ist möglich bzw. wird bereits entsprechend angeboten. Insoweit eignet sich Bezeichnung „findwhatyoulike“ für sämtliche beanspruchten Waren der Klasse 9 als beschreibender Hinweis auf die Funktion und Bestimmung der Dateien bzw. in Bezug auf die beanspruchten Computerprogramme und die Software als Hilfsmittel für diesen Findungs- und Auswahlprozess. Solche Computerprogramme stellen die

Werkzeuge dar, mit denen diejenigen Inhalte gefunden werden können, die den eigenen Vorlieben entsprechen.

Zum anderen kann die angemeldete Wortfolge „findwhatyoulike“ in Bezug auf die Waren der Klasse 9, die alle bestimmte Inhalte innehaben, auch die Inhalte der Programme oder (Musik)Dateien selbst beschreiben und zwar dahingehend, dass es solche sind, die den eigenen Vorlieben entsprechen. Auch unter diesem Aspekt stellt die angemeldete Bezeichnung bzw. Wortfolge eine werbeübliche und nahe-liegende beschreibende Angabe dar.

Dementsprechend können auch die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 42, bei denen es um das Entwickeln, Aktualisieren, Designen, der Forschung, Wartung oder Installation einer Computersoftware geht bzw. um Dienstleistungen, die darauf bezogen und sachlich damit in engem Zusammenhang stehen, auf eine solche „Auswahl“software oder auf die „gelikten“ Inhalte bezogen sein, so dass auch insoweit jedenfalls ein enger beschreibender Zusammenhang zu bejahen ist.

Für die angemeldeten Dienstleistungen der Klasse 35, die sich auf die Erfassung, Verarbeitung oder Pflege von Daten in Computerbanken beziehen, gelten die obigen Ausführungen entsprechend. Denn insoweit werden die Verbraucher als angesprochene Verkehrskreise die Wortfolge nur als Hinweis auf die Bestimmung, den Zweck und die Art der Dienstleistungen als solche, die dazu dienen einen Auswahlprozess zu ermöglichen oder zu erleichtern, verstehen.

Auch im Bereich der Werbedienstleistungen der Klasse 35, die der Anmelder in vielfältiger Ausgestaltung beansprucht, ist „findwhatyoulike“ ohne weiteres verständlich als werbliche Anpreisung dahingehend zu verstehen, dass der Dienstleister sein Angebot insoweit anpreist und beschreibt, dass bei ihm „das zu finden ist, was der Kunde mag“. Das kann sich darauf beziehen, dass bereits ein auf die individuellen Kundenbedürfnisse zugeschnittenes Marketingkonzept angeboten wird oder der Kunde aus einem bereits vorausgewählten vorhandenen Angebot von Werbe- und Marketingleistungen sich die individuell passenden und

gewünschten Dienstleistungen zusammenstellen kann und insoweit „findet, was er mag“. Entsprechendes gilt auch für die Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Produktion von Tonaufzeichnungen, Videoaufnahmen oder (Werbe)Filmen.

Die beanspruchten Online aus einer Computerdatenbank oder dem Internet bereitgestellten Informationsdienstleistungen über das Finanzwesen der Klassen 36 können gleichermaßen bereits nach den entsprechenden „likes“ oder den Kundeninteressen zusammengestellt und vorausgewählt sein und dann treffend mit „findwhatyoulike“ werblich anpreisend beschrieben werden.

Im Bereich der Dienstleistungen der Klasse 38, die dem Oberbegriff der Telekommunikation zuzuordnen sind, handelt es sich bei der angemeldeten Wortfolge „findwhatyoulike“ um die treffende und insoweit rein beschreibende Bezeichnung für eine entsprechend eingerichtete (Internet)Plattform, die bzw. mit Hilfe derer der Besucher findet, was ihm gefällt, also das für ihn persönlich gewünschte Angebot präsentiert. Soweit die Dienstleistungen das „Bereitstellen des Zugriffs auf Internetseiten oder ähnliches“ umfassen, besteht jedenfalls ein enger sachlicher Zusammenhang dieser Dienste zu den die Webseiten oder die (Internet)Plattformen selbst inhaltlich beschreibenden Aussage.

Hinsichtlich der in der Klasse 41 beanspruchten Dienstleistungen, bei denen es um Veröffentlichungen von Inhalten unterschiedlichster Art und aus unterschiedlichen Bereichen sowie von digitalen Musikaufzeichnungen geht, sowie bezüglich der in der Klasse 45 genannten Online-Dienstleistungen eines sozialen Netzwerks bzw. zum Knüpfen sozialer Kontakte beschreibt die angemeldete Wortfolge diese werbeüblich übertreibend dahingehend, dass die angesprochenen Verbraucherkreise hierbei das für sie Passende finden können. In Bezug zu den beanspruchten Lizenzierungsdienstleistungen der Klasse 45 ist ein enger beschreibender Bezug insoweit anzunehmen, als die zu lizenzierenden Produkte solche sein können, die entsprechend nach den Vorlieben der Kunden ausgesucht wurden.

Der Hinweis des Anmelders, wonach es sich bei der Zusammenfügung um eine unübliche Gestaltung handele, die einen Aha-Effekt oder einen Denkprozess auslöse, kann nicht gefolgt werden. Denn bei der unmittelbaren Zusammenschreibung einzelner Wörter handelt es sich nicht um eine der Struktur nach ungewöhnliche Verbindung, die dazu führt, dass der werblich beschreibende Begriffsinhalt von „findwhatyoulike“ dadurch in den Hintergrund tritt. Vielmehr handelt es sich um eine Orthografieabweichung oder eine Abwandlung, die in der Werbung und besonders im Umfeld von Online-Diensten und Informationstechnologien üblich ist (siehe dazu auch BPatG: 26 W (pat) 122/09 – mykaraokeaudio; 29 W (pat) 104/13 – edatasystems; 33 W (pat) 511/13 – klugeshandeln; 26 W (pat) 3/15 – dateformore – der Text der Entscheidungen ist über die Homepage des Bundespatentgerichts verfügbar). Die angesprochenen Verkehrskreise sind mit dieser Art der Wiedergabe von Informationen bereits vertraut. Dies liegt einerseits an der seit Jahren üblichen Verwendung von Werbeslogans als Internet-Domains, bei welchen eine Verwendung von Leerzeichen technisch unzulässig und eine Binnen großschreibung unüblich ist (z. B. www.freudeamfahren.com – BMW; www.ichliebees.de – McDonald's; www.getyourcar.de – SIXT). Andererseits ist der angesprochene Verkehr an eine unmittelbare Zusammenschreibung von Werbeslogans durch die zunehmende Verbreitung sogenannter Hashtags gewöhnt, welche insbesondere in Online-Medien, zunehmend aber auch in der klassischen Werbung verwendet werden. Ein Hashtag ist ein mit Doppelkreuz „#“ versehenes Schlagwort, das dazu dient, Nachrichten mit bestimmten Inhalten oder zu bestimmten Themen in sozialen Netzwerken auffindbar zu machen (<https://de.wikipedia.org/wiki/Hashtag>). Es wurde ursprünglich im Kurznachrichtendienst Twitter genutzt, findet aber inzwischen Verbreitung in zahlreichen Online-Diensten und wird seit einiger Zeit für Werbezwecke auch losgelöst von seiner technischen Funktion genutzt. Hashtags können schon aus technischen Gründen keine Leerzeichen aufweisen, weswegen sich eine Zusammenschreibung aller Wörter etabliert hat.

Selbst wenn, wie der Anmelder vorträgt, die ungewöhnliche Schreibweise ohne Trennzeichen beim Publikum einen gewissen Denkvorgang bei der Herauslösung der einzelnen Wörter erfordert, kann dieser Umstand eine Unterscheidungskraft des angemeldeten Zeichens nicht begründen. Zwar können Originalität, Prägnanz sowie eine gewisse Interpretationsfähigkeit der jeweiligen Wortfolge ein gewisses Indiz für die Annahme ausreichender Unterscheidungskraft darstellen (EuGH, GRUR 2010, 228, Rn. 57 – VORSPRUNG DURCH TECHNIK). Soweit dies von der Rechtsprechung vereinzelt bejaht wurde, geht es dabei aber um Fälle von Denkprozessen zur Erschließung der semantischen, nicht aber einer syntaktischen Bedeutung des Zeichens. Hingegen wird bei Abwandlungen, die dem Publikum eine gewisse Denkleistung zur Auflösung der syntaktischen Struktur einer Wortmarke abverlangen, eine Unterscheidungskraft regelmäßig verneint, so beispielsweise bei einer Ersetzung von den der englischen Werbesprache entlehnten Kürzeln „2“ anstatt „two“ oder „to“, „4“ statt „four“, „u“ (statt „you“) und „@“ statt „at“ (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 8 Rn. 368, 467 m. w. N).

Nach alledem war die Beschwerde daher zurückzuweisen.

Die Durchführung der mündlichen Verhandlung war nicht angezeigt und von der Anmelderin auch nicht beantragt worden, § 69 Nr. 3 bzw. Nr. 1 MarkenG.

III.

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Knoll

Kriener

Dr. Nielsen

Fa