



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 509/20

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2017 207 461.9

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 8. April 2020 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Kortbein, des Richters Dr. Söchtig und des Richters Hermann

beschlossen:

1. Der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 41, vom 27. Juli 2017 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen der Klasse 35 zurückgewiesen worden ist.
2. Die weitergehende Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Das Wortzeichen

Highland Cathedral

ist am 6. März 2017 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 9: Bespielte Musikvideos; Herunterladbare digitale Musik aus dem Internet; Mit Musik bespielte Compact Discs; Mit Musik bespielte DVDs; Mit Musik bespielte Videobänder; Musikaufzeichnungen; Musikvideoaufzeichnungen;

- Klasse 35: Produktion und Verbreitung von Rundfunk- und Fernsehwerbung; Rundfunk- und Fernsehwerbung; Werbung und Reklame per Fernsehen, Rundfunk, Post;
- Klasse 38: Ausstrahlung und Übertragung von Rundfunksendungen; Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Ausstrahlung von Rundfunk- und Hörfunksendungen; Ausstrahlung von Rundfunkprogrammen im Internet; Ausstrahlung von Rundfunksendungen im Internet; Bereitstellung des Zugangs zu Webseiten im Internet oder in allen anderen Kommunikationsnetzen; Rundfunk- und Fernsehausstrahlung;
- Klasse 41: Aufführungen von Tanz, Musik und Schauspiel; Darbietung von Musik; Dienstleistungen eines Musikverlegers; Durchführung von Live-Musikkonzerten; Durchführung von Live-Veranstaltungen von Musikgruppen; Durchführung von Musikveranstaltungen; Filmproduktion; Filmproduktion für das Fernsehen und für das Kino; Filmproduktion und Produktion von Filmen für Videos; Komponieren von Musik; Künstlerische Leitung von Musikshows; Live-Darbietungen von Musikbands; Live-Darbietungen von Musikgruppen; Live-Musikdarbietungen; Musik- und Gesangsdarbietungen; Musikdarbietungen [live]; Musikdarbietungen [Orchester]; Musikkonzerte; Musikproduktionen; Organisation von Bühnen-Shows; Organisation von Musikdarbietungen; Organisation von Musikshows; Organisation von Musikveranstaltungen; Organisation von Unterhaltungsshows und Musikunterhaltung; Produktion von Bühnenshows; Produktion von Bühnenstücken; Produktion von Filmen; Produktion von Filmliedern; Produktion von Shows und Filmen; Produktion von Ton- und Musikaufzeichnungen; Regie von Musikshows; Reservierung und Buchung von Eintrittskarten für Musikkonzerte; Rundfunk-, Film- und Fernseh-

produktion; Ton-, Film-, Video- und Fernsehaufzeichnungen; Unterhaltung in Form von Live-Musikdarbietungen; Veranstaltung von Musikfestivals; Veranstaltung von Musikkonzerten; Verfassen von Filmdrehbüchern; Veröffentlichung von Musikwerken.

Das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 41, hat die Anmeldung, nach vorangegangener Beanstandung vom 18. Mai 2017, mit Beschluss vom 27. Juli 2017 vollumfänglich zurückgewiesen. Zur Begründung hat es unter Verweis auf seine Ausführungen im Beanstandungsbescheid dargelegt, der Eintragung des Anmeldezeichens stehe das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Ferner bestehe an diesem auch ein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Die angemeldete englische Bezeichnung „Highland Cathedral“ werde von einem nicht unerheblichen Teil des angesprochenen Verkehrs im Sinne von „Hochland-Kathedrale“ verstanden. Zudem handele es sich um den Namen einer beliebten Dudelsackmelodie, die von deutschen Komponisten anlässlich der Highland Games in Deutschland im Jahre 1982 komponiert und in der Folge als schottische Nationalhymne vorgeschlagen worden sei. In diesen Bedeutungen sei das Anmeldezeichen in mehrfacher Hinsicht beschreibend. So könnten einerseits die beanspruchten Tonträger und sonstigen Waren der Klasse 9 die berühmte „Highland Cathedral“-Melodie und darauf basierende Musikstücke enthalten. Die angemeldeten Unterhaltungsdienstleistungen der Klasse 41 und die in Klasse 35 beanspruchten Werbedienstleistungen könnten ebenfalls dieses Musikstück und darauf basierende Musik zum Inhalt haben. Andererseits – bei wörtlichem Verständnis des Anmeldezeichens – könne dieses auch die Aussage vermitteln, dass sämtliche Tonträger und Unterhaltungsdienstleistungen eine tatsächliche Kathedrale in den (schottischen) Highlands zum Gegenstand hätten bzw. die Aufnahmen und Unterhaltungsinhalte dort entstanden seien oder eine solche Kathedrale thematisierten.

Die Telekommunikationsdienste der Klasse 38 beschränkten sich im Wesentlichen auf die Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehsendungen, für sie gelte damit ebenfalls das oben Gesagte, zumal sie in engem sachlichem Zusammenhang mit den Dienstleistungen der Klasse 41 angeboten und erbracht würden. Das Anmeldezeichen stelle nach alledem für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine unmittelbar beschreibende Angabe dar, die im Interesse des Wirtschaftsverkehrs, insbesondere der Mitbewerber des Anmelders, freizuhalten sei. Es sei darüber hinaus nicht geeignet, die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen nach ihrer Herkunft zu unterscheiden. Dem Anmeldezeichen fehle deshalb auch jegliche Unterscheidungskraft.

Hiergegen wendet sich der Beschwerdeführer mit seiner Beschwerde vom 21. September 2017, mit der er sinngemäß beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes, Markenstelle für Klasse 41, vom 27. Juli 2017 aufzuheben.

Zur Begründung führt er aus, dem Anmeldezeichen stehe nicht das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegen. Die Annahme des Deutschen Patent- und Markenamts, es stimme begrifflich mit der Bezeichnung des Musikstücks „Highland Cathedral“ überein und werde deshalb als Inhaltsangabe verstanden, sei unzutreffend. Die Bezeichnung stelle nämlich lediglich eine werkbezogene Inhaltsangabe, nicht jedoch einen betrieblichen Herkunftshinweis dar. Im Übrigen sei zweifelhaft, ob vorgenanntem Musikstück Werktitelschutz nach § 5 Abs. 3 MarkenG zukomme. Ferner, so der Beschwerdeführer, stehe der Eintragung des Anmeldezeichens auch kein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen. Das Anmeldezeichen „Highland Cathedral“ bezeichne weder unmittelbar die beanspruchten Waren und Dienstleistungen, noch weise es auf eines ihrer wesentlichen Merkmale hin.

„Highland“ bedeute „Hochland“ und gebe keinen konkreten geografischen Ort an. In Schottland möge die Assoziation zum schottischen Hochland möglicherweise auf der Hand liegen, in Deutschland könne diese gedankliche Verknüpfung gerade in Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen jedoch nicht hergestellt werden. Da es sich vorliegend um eine deutsche Markenmeldung handele, komme es maßgeblich auf das inländische Verkehrsverständnis an.

Eine „Kathedrale“ sei eine Kirche, in der ein Bischof residiere. Hierbei handele es sich um ein Gebäude, zu welchem die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keinen beschreibenden Bezug aufweisen würden. Die Annahme des Deutschen Patent- und Markenamts, das Anmeldezeichen sei ohne Weiteres im Sinne von „Hochland Kathedrale“ zu verstehen, sei zwar zutreffend. Diese deutsche Übersetzung des englischen Begriffs stelle jedoch keine inhaltliche und/oder geografische Beschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dar. Bei dem Begriff „Highland Cathedral“ handele es sich vielmehr um eine Phantasiebezeichnung, die auf keinen bestimmten Herkunftsort hinweise. Der angesprochene Verkehr nehme nicht an, sämtliche Tonträger und Unterhaltungsdienstleistungen hätten eine Kathedrale in den (schottischen) Highlands zum Inhalt oder Gegenstand, die Aufnahmen und Unterhaltungsinhalte seien dort entstanden oder würden eine solche Kathedrale thematisieren.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird ergänzend auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat lediglich in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang Erfolg. Darüber hinaus steht der Eintragung des Anmeldezeichens jedoch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

1. Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die dem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR 2012, 610, Rdnr. 42 - Freixenet; GRUR 2008, 608, Rdnr. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2014, 569, Rdnr. 10 - HOT; GRUR 2013, 731, Rdnr. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 1143, Rdnr. 7 - Starsat; GRUR 2012, 1044, Rdnr. 9 - Neuschwanstein; GRUR 2010, 825, Rdnr. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2010, 935, Rdnr. 8 - Die Vision; GRUR 2006, 850, Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, Rdnr. 45 - Standbeutel; GRUR 2006, 229, Rdnr. 27 - BioID; GRUR 2008, 608, Rdnr. 66 - EUROHYPO; BGH GRUR 2008, 710, Rdnr. 12 - VISAGE; GRUR 2009, 949, Rdnr. 10 - My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2012, 1143, Rdnr. 7 - Starsat; GRUR 2012, 1044, Rdnr. 9 - Neuschwanstein; GRUR 2012, 270, Rdnr. 8 - Link economy).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren und Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers bzw. -abnehmers der fraglichen Produkte abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, Rdnr. 24 - SAT.2; BGH GRUR 2010, 935, Rdnr. 8 - Die Vision; GRUR 2010, 825, Rdnr. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006).

Hiervon ausgehend besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens (vgl. BGH GRUR 2013, 1143, Rdnr. 15 - Aus Akten werden Fakten) lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2012, 270, Rdnr. 11 - Link economy; GRUR 2009, 952, Rdnr. 10 - DeutschlandCard; GRUR 2006, 850, Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417 - BerlinCard; GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - antiKALK) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die – etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. u. a. BGH GRUR 2006, 850, Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2001, 1143 - Gute Zeiten – Schlechte Zeiten). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft auch solche Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2010, 1100, Rdnr. 23 - TOOOR!; GRUR 2006, 850, Rdnr. 28 - FUSSBALL WM 2006).

a) Das Anmeldezeichen „Highland Cathedral“ bezeichnet sowohl ein bekanntes Musikstück als auch eine „Hochland Kathedrale“. Zur Vermeidung von Wiederholungen wird auf die entsprechenden Ausführungen nebst Belegen des Deutschen Patent und Markenamtes verwiesen, welche der Senat teilt und sich zu eigen macht. Sie wurden im Übrigen auch von dem Beschwerdeführer nicht in Abrede gestellt.

Soweit Waren und Dienstleistungen einen gedanklichen Inhalt aufweisen können und ein dafür angemeldetes Zeichen in erster Linie als entsprechende Inhaltsangabe verstanden wird, fehlt diesem die markenrechtliche Unterscheidungskraft, weil ein enger beschreibender Bezug zwischen ihm und den beanspruchten Waren sowie Dienstleistungen anzunehmen ist. Hierbei kommt es nicht darauf an, ob der

Werkinhalt durch die fragliche Bezeichnung thematisch genau definiert wird, zumal auch Werktitel häufig unbestimmt und vage gehalten sind. Wird eine Bezeichnung als Hinweis auf den – wie auch immer gearteten – Inhalt der Waren und Dienstleistungen aufgefasst und erlangt sie damit eine werktitelähnliche Funktion, dient sie nach der Verkehrsauffassung nicht mehr als Unterscheidungsmittel hinsichtlich der betrieblichen Herkunft dieser Waren und Dienstleistungen (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Auflage, 2018, § 8, Rdnr. 263).

Der bloße Umstand, dass Informationsträgern eine nahezu unbegrenzte Themenvielfalt zugrunde gelegt werden kann, darf aber nicht zur Verneinung der Schutzfähigkeit aller Ausdrücke führen, die auch nur irgendwie als Angabe eines Themenbereichs (theoretisch) in Betracht kommen könnten. Vielmehr muss sich die Behandlung des Themas in der fraglichen Form und unter Verwendung des betreffenden Titels als naheliegend und branchenüblich darstellen. Dies setzt in der Regel eine gewisse Allgemeinheit des Titels in Form von Oberbegriffen voraus. Außerdem muss für die beteiligten Verkehrskreise ein unmittelbarer und konkreter Sachbezug zwischen dem Sinngehalt der Marke und den beanspruchten Waren und Dienstleistungen erkennbar sein. Das ist grundsätzlich nur der Fall, wenn in der einschlägigen Branche themen- oder inhaltsbezogene Bezeichnungen von Waren und Dienstleistungen verwendet werden. Soweit dagegen Waren und Dienstleistungen branchenüblich nicht nach inhaltsbeschreibenden Sachtiteln benannt werden, kann nicht ohne Weiteres von einem nicht unterscheidungskräftigen Werktitel ausgegangen werden (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8, Rdnr. 263).

b) Unter Berücksichtigung vorstehender Grundsätze fehlt dem Anmeldezeichen für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 38 sowie 41 die erforderliche Unterscheidungskraft.

Bereits in dem Beanstandungsbescheid des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Mai 2017 wurde der Beschwerdeführer unter Bezugnahme u. a. auf „www.wikipedia.org“ darüber informiert, dass es sich bei „Highland Cathedral“ um die Bezeichnung einer beliebten Dudelsackmelodie handelt, die 1982 anlässlich der Highland Games in Deutschland komponiert und als schottische Nationalhymne vorgeschlagen wurde. Durch sie wird – wie in der Mitteilung des Senats vom 20. Februar 2020 ausgeführt – für die angesprochenen Verkehrskreise ein enger beschreibender Bezug zu den vorgenannten Waren und Dienstleistungen hergestellt. Auch Angaben unterliegen dem Schutzhindernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, die sich zwar nicht unmittelbar auf Umstände beziehen, die die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen betreffen, die jedoch gleichwohl einen engen beschreibenden Bezug zu diesen aufweisen, und deshalb die Annahme rechtfertigen, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmerkmal für die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen sieht (vgl. BeckOK, Markenrecht, 20. Edition, Stand 01.01.2020, § 8, Rdnr. 145). Dies ist vorliegend der Fall:

Die angesprochenen Verkehrskreise werden das Anmeldezeichen in Verbindung mit den Waren „Bespielte Musikvideos; Herunterladbare digitale Musik aus dem Internet; Mit Musik bespielte Compact Discs; Mit Musik bespielte DVDs; Mit Musik bespielte Videobänder; Musikaufzeichnungen; Musikvideoaufzeichnungen“ der Klasse 9 dahingehend auffassen, dass auf ihnen die Melodie „Highland Cathedral“ oder weitere der schottischen Folkmusik zuzurechnende Musikstücke abgespeichert sind oder es sich bei ihnen um diese Kompositionen handelt. So kann „Highland Cathedral“ im Rahmen einer CD-Compilation oder einer Video-Musikshow präsentiert werden. Demzufolge kommt dem Anmeldezeichen nur die Funktion einer inhaltsbeschreibenden Sachangabe zu.

Entsprechend verhält es sich bei den Dienstleistungen „Ausstrahlung und Übertragung von Rundfunksendungen; Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Ausstrahlung von Rundfunk- und Hörfunksendungen; Ausstrahlung von Rundfunkprogrammen im Internet; Ausstrahlung von Rundfunksendungen im Internet; Bereitstellung des Zugangs zu Webseiten im Internet oder in allen anderen Kommunikationsnetzen; Rundfunk- und Fernsehausstrahlung“ der Klasse 38. Auch Rundfunk-, Fernseh- sowie Hörfunksendungen oder Webseiten können sich thematisch mit dem Musikstück „Highland Cathedral“ oder damit im Zusammenhang stehender schottischer Folkmusik beschäftigen. Dies liegt vorliegend umso näher, als Letztgenannte trotz der wachsenden Bedeutung der Popmusik immer eigenständig geblieben ist und im Rahmen einer lebendigen Tradition weiterhin praktiziert wird. So existieren beispielsweise eigene Radiostationen (z. B. „Celtic Music Radio“), die traditionelle und moderne schottische Folkmusik ausstrahlen.

Schließlich fehlt dem Anmeldezeichen auch in Verbindung mit den Dienstleistungen der Klasse 41 „Aufführungen von Tanz, Musik und Schauspiel; Darbietung von Musik; Dienstleistungen eines Musikverlegers; Durchführung von Live-Musikkonzerten; Durchführung von Live-Veranstaltungen von Musikgruppen; Durchführung von Musikveranstaltungen; Filmproduktion; Filmproduktion für das Fernsehen und für das Kino; Filmproduktion und Produktion von Filmen für Videos; Komponieren von Musik; Künstlerische Leitung von Musikshows; Live-Darbietungen von Musikbands; Live-Darbietungen von Musikgruppen; Live-Musikdarbietungen; Musik- und Gesangsdarbietungen; Musikdarbietungen [live]; Musikdarbietungen [Orchester]; Musikkonzerte; Musikproduktionen; Organisation von Bühnen-Shows; Organisation von Musikdarbietungen; Organisation von Musikshows; Organisation von Musikveranstaltungen; Organisation von Unterhaltungsshows und Musikunterhaltung; Produktion von Bühnenshows; Produktion von Bühnenstücken; Produktion von Filmen; Produktion von Filmliedern; Produktion von Shows und Filmen; Produktion von Ton- und Musikaufzeichnungen; Regie von Musikshows; Reservierung und Buchung von Eintrittskarten für Musikkonzerte; Rundfunk-, Film- und Fernsehproduktion; Ton-, Film-, Video- und Fernsehaufzeichnungen; Unterhaltung in Form

von Live-Musikdarbietungen; Veranstaltung von Musikfestivals; Veranstaltung von Musikkonzerten; Verfassen von Filmdrehbüchern; Veröffentlichung von Musikwerken“ die erforderliche Unterscheidungskraft. So können die Aufführungen, Musik, Musikverlegerdienstleistungen, Konzerte, Veranstaltungen, Filme, Shows, Darbietungen, Produktionen, Unterhaltung, Bühnenstücke, Filmlieder, Aufzeichnungen, Musikfestivals, Filmdrehbücher und Musikwerke das Stück „Highland Cathedral“ und darauf aufbauend schottische Folkmusik zum Gegenstand haben. Es ist nicht unüblich, dass sie sich mit einem bestimmten Thema und/oder einer bestimmten Musikrichtung beschäftigen. Dies wird beispielsweise deutlich an der Show „Riverdance“, bei der es sich um eine irische Bühnenaufführung handelt, die hauptsächlich aus traditionellem irischem Stepptanz und keltischer Musik besteht, seit Ende 1994 auf Tour ist und bis zum heutigen Zeitpunkt tausende von Menschen angezogen hat (vgl. hierzu unter „www.wikipedia.org“, Suchbegriff: Riverdance - The Show).

c) Ob der Eintragung des Anmeldezeichens in vorgenanntem Umfang darüber hinaus auch ein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann auf Grund vorstehend Gesagtem im Ergebnis dahinstehen.

2. Soweit hingegen das Deutsche Patent- und Markenamt in seinem angegriffenen Beschluss die Anmeldung des Zeichens „Highland Cathedral“ auch für die beanspruchten Werbedienstleistungen der Klasse 35 zurückgewiesen hat, erweist sich dies als rechtsfehlerhaft.

a) Der Wortkombination „Highland Cathedral“ kann für die „Produktion und Verbreitung von Rundfunk- und Fernsehwerbung; Rundfunk- und Fernsehwerbung; Werbung und Reklame per Fernsehen, Rundfunk, Post“ nicht jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG abgesprochen werden.

Dienstleistungen der Werbung sind in der Regel unabhängig von dem konkreten einzelnen Gegenstand oder der bestimmten Person, für den oder die geworben wird. Dahingehende Benennungen sind demnach nicht zwangsläufig als inhaltsbeschreibende Sachangaben aufzufassen, sondern können auch unterscheidungskräftig sein (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8, Rdnr. 116 ff.). Zudem entspricht es nicht den Branchengewohnheiten, Werbedienstleistungen durch das beworbene Produkt(sortiment) zu charakterisieren, weil die Festlegung auf einen bestimmten Inhalt eine nicht gewollte Beschränkung bedeuten würde. Als beschreibende Angaben kommen im Bereich der Werbung vielmehr Bezeichnungen in Betracht, die die Branche, auf die sich die Werbedienstleistungen beziehen, oder die zur Bewerbung eingesetzten Medien benennen (vgl. BGH GRUR 2009, 949 - My World).

Demzufolge ist das in Rede stehende Zeichen nicht zur Beschreibung von Merkmalen der gegenständlichen Werbedienstleistungen geeignet. Werbung für Dritte mag zwar im Einzelfall darauf abzielen, die Nachfrage nach einer „Hochland Kathedrale“ oder des entsprechend bezeichneten Musikstücks zu fördern. Es entspricht aber nicht den Branchengewohnheiten, die Bezeichnung vorgenannter Örtlichkeit oder Melodie zur Beschreibung von Werbedienstleistungen zu verwenden. Für ihre Beschränkung auf ein derart enges Segment oder für eine Hervorhebung dieses Teils des Leistungsspektrums einer Werbeagentur ist kein nachvollziehbarer Grund ersichtlich (vgl. hierzu BPatG 28 W (pat) 514/18 - ChickenBox). Da das Anmeldezeichen allenfalls einen sehr begrenzten Ausschnitt der Werbetätigkeiten zum Ausdruck bringt, kommt es als Hinweis auf eine Werbebranche nicht in Betracht. Dies gilt auch dann, wenn die Wortfolge „Highland Cathedral“ als Synonym für Folkmusik angesehen wird. Der Senat konnte nicht ermitteln, dass es eine eigenständige Werbebranche gibt, die sich speziell mit dieser Musikrichtung beschäftigt. Ebenso vermittelt das beanspruchte Zeichen keine Aussage über die Art des Werbemediums (vgl. in diesem Zusammenhang auch BPatG 30 W (pat) 33/15 - Steinpark).

b) Aus vorgenannten Gründen steht der Eintragung des Anmeldezeichens für die Dienstleistungen der Klasse 35 auch kein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht dem am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. 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 Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, eingereicht werden. Die Frist ist nur gewahrt, wenn die Rechtsbeschwerde vor Fristablauf beim Bundesgerichtshof eingeht. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Kortbein

Söchtig

Hermann