



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 547/16

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2015 108 146.2

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 2. August 2018 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie der Richter Merzbach und Dr. Meiser

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent und Markenamtes vom 26. August 2016 insoweit aufgehoben, als darin die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen

„Apparate, Instrumente und Geräte zur Aufzeichnung, Wiedergabe, Aufnahme, Speicherung, Bearbeitung, Übertragung, Kodierung und Dekodierung, Ausstrahlung, Streaming und Abrufung von Daten, insbesondere Sprache, Klingeltönen, MP3s, Filmen, Videos, Hörbüchern, Textsignalen, Musik, Tönen, Grafiken, Spielen und Bildern; unbespielte elektronische, magnetische und elektromagnetische Datenträger und Datenspeichermedien, insbesondere CDs, DVDs, optische Datenträger, USB-Sticks, Musikkassetten, Schallplatten, Kassetten, Videokassetten, Disketten, Videoplatten [Bildplatten], Laserplatten, Data-Cartridges, Magnetkarten oder kodierte Karten; Datenverarbeitungsgeräte; Karten mit Magnetstreifen; Musik-, Konzertaufzeichnungen; Smartcards; Telefonkarten [codiert];

Papier, Pappe (Karton); Buchbinderartikel; Schreibwaren; Büroartikel [ausgenommen Möbel]; Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist; Adressbücher; Aktendeckel und -hefter; Ausweise; Bleistift Dosen; Bleistifthalter; Bleistiftspitzer; Briefbeschwerer; Briefmappen; Geschenkpapier; gestaltete Ton- und Bildträger-Leerhüllen [Druckereierzeugnisse]; Notizbücher; Notiztafeln; Radiergummi; Schreibgeräte, einschließlich Kugelschreiber und Füller; Schüleretuis [ausgenommen aus Leder]; selbstklebende Kunststofffolien für Verpackungszwecke; Verpackungshüllen

und -beutel aus Papier und Kunststoff; Zeichen-, Mal- und Modellierwaren und -geräte, soweit in Klasse 16 enthalten; Zeichenlineale;

Büroarbeiten“

zurückgewiesen worden ist.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das in den Farben rot, grau und schwarz gestaltete Zeichen



ist am 23. November 2015 für die Waren und Dienstleistungen der

„Klasse 9: Apparate, Instrumente und Geräte zur Aufzeichnung, Wiedergabe, Aufnahme, Speicherung, Bearbeitung, Übertragung, Kodierung und Dekodierung, Ausstrahlung, Streaming und Abrufung von Daten, insbesondere Sprache, Klingeltönen, MP3s, Filmen, Videos, Hörbüchern, Textsignalen, Musik, Tönen, Grafiken, Spielen und Bildern; aus dem Internet oder einem globalen Netz-

werk herunterladbare Daten, insbesondere Sprache, Klingeltöne, MP3s, Filme, Videos, Hörbücher, Texte, Textsignale, Musik, Töne, Grafiken, Spiele und Bilder; bespielte und unbespielte elektronische, magnetische und elektromagnetische Datenträger und Datenspeichermedien, insbesondere CDs, DVDs, optische Datenträger, USB-Sticks, Musikkassetten, Schallplatten, Kassetten, Videokassetten, Disketten, Videoplatten [Bildplatten], Laserplatten, Data-Cartridges, Magnetkarten oder kodierte Karten; Bild-, Bildton-, Ton- und Videoaufzeichnungen; Bildtonträger; Bildträger [soweit in Klasse 9 enthalten]; Computerprogramme; Computersoftware; Datenverarbeitungsgeräte; dekorative Magnete; elektronische Publikationen und digitalisierte Druckerzeugnisse [herunterladbar]; [herunterladbare] Online-Veröffentlichungen aus Datenbanken, aus dem Internet oder anderen Kommunikationsnetzen, insbesondere aus drahtlosen Kabel- und Satellitennetzen, sowie über das Internet, ein globales Netzwerk und auf Mobiltelefone oder drahtlose Kommunikationsgeräte; Karten mit Magnetstreifen; Musik-, Konzert-, Spielfilm-, Ton-, Video- und andere Multimediaaufzeichnungen; Smartcards; Telefonkarten [codiert]

Klasse 16: Papier, Pappe (Karton); Druckereierzeugnisse, Buchbinderartikel; Fotografien, Bilder [Drucke und Gemälde]; Schreibwaren; Büroartikel [ausgenommen Möbel]; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist; Abziehbilder [auch solche aus Vinyl], Papier- und Vinyl-Aufkleber; Adressbücher; Aktendeckel und -hefter; Alben; Ausweise; Autoaufkleber; Bleistiftdosen; Bleistifthalter; Bleistiftspitzer; Branchenverzeichnisse; Briefbeschwerer; Briefmappen; Comics; Einladungskarten; Eintrittskarten; Geschenkpapier; gestaltete Ton- und Bildträger-Leerhüllen [Druckereierzeugnisse]; Gutscheine; Kalender; Kata-

loge; Lesezeichen; Monographien; Notizbücher; Notiztafeln; periodisch erscheinende Magazine; Post- und Grußkarten; Preislisten; Prospekte; Radiergummis; Rundschreiben; Schreibgeräte, einschließlich Kugelschreiber und Füller; Schriften [Veröffentlichungen]; Schüleretuis [ausgenommen aus Leder]; selbstklebende Kunststofffolien für Verpackungszwecke; Stickers [Druckereierzeugnisse]; Straßenkarten; Streckenkarten; Tauschkarten; Teilnahmekarten; Veranstaltungsprogramme; Verpackungshüllen und -beutel aus Papier und Kunststoff; Werbepublikationen; Zeichen-, Mal- und Modellierwaren und -geräte, soweit in Klasse 16 enthalten; Zeichenlineale; Zeitschriften [Magazine]; Zeitungen

Klasse 35: Werbung; Büroarbeiten; Aktualisierung von Werbematerial; audiovisuelle Präsentationen für Werbezwecke; Layoutgestaltung für Werbezwecke; Marktanalysen; Marktforschung; Meinungsforschung; Merchandising [Verkaufsförderung für Dritte]; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Online-Werbung und E-Mail-Werbung; Sammeln, Systematisieren und Pflegen von Daten in Computerdatenbanken; Sponsoring in Form von Werbung; statistische Analyse von Datenbeständen für Marktforschung und Werbezwecke; Veranstaltung sowie Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Verfassen von Werbetexten sowie Publikation von Druckerzeugnissen [auch in elektronischer Form] für Werbezwecke; Verkaufsförderung [Salespromotion] für Dritte; Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet, sowie Vermietung von Werbezeit in Kommunikations-Medien; Vermittlung von Handelsgeschäften für Dritte, auch im Rahmen von E-Commerce; Waren- und Dienstleistungspräsentationen

Klasse 41: Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Bereitstellen von elektronischen Publikationen [nicht herunterladbar]; Dienstleistungen eines Verlags, ausgenommen Druckerarbeiten; Filmproduktion; Herausgabe von Texten, ausgenommen Werbetexte; Herausgabe von Druckereierzeugnissen, auch in elektronischer Form, auch im Internet, ausgenommen für Werbezwecke; redaktionelle Betreuung von Internetauftritten, nämlich Erstellung und Bearbeitung von Texten zur Veröffentlichung im Internet [ausgenommen Werbetexte]“

zur Eintragung als Wort-/Bildmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister angemeldet worden.

Mit Beschluss vom 26. August 2016 hat die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 9 die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) zurückgewiesen.

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, die angemeldete Marke setze sich aus einer in der Automobilbranche gebräuchlichen Bezeichnung (**MOTORWORLD**) sowie dem Begriff **BULLETIN** zusammen, der ebenso inländisch gängig, u.a. als Titel und zur Bezeichnung von (Tages-)Zeitungen, Magazinen sowie sonstigen Publikationen verwendet werde. Im vorliegenden Waren- und Dienstleistungszusammenhang werde der angesprochene Verkehr das Anmeldezeichen daher wegen des hervorgehobenen Begriffs **MOTORWORLD** als gattungsgemäßen Hinweis auf ein umfassendes Waren- und/oder Dienstleistungsangebot „rund um Motoren, motorbetriebene Geräte, Motorsport, Automobile“ oder als eine auf das Gebiet „Motorsport“ bezogene thematische Angabe verstehen. Das darunter befindliche Wort **BULLETIN** weise darüber hinaus auf Nachrichten und Publikationen zum Thema „Motorwelt“ oder auf eine Zeitschrift mit diesem Titel hin. Mit dieser Bedeutung erschöpfe sich das Anmeldezeichen für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen in einem beschreibenden Sachhinweis

bzw. einer Angabe mit engem beschreibendem Bezug. Schließlich sei auch die – in jeder Hinsicht einfache und werbeübliche – grafische Gestaltung nicht geeignet, dem Anmeldezeichen die notwendige Unterscheidungskraft zu vermitteln.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin.

Sie trägt vor, das Anmeldezeichen sei für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen weder unmittelbar beschreibend, noch stehe es hierzu in einem konkreten Sachbezug. Insbesondere der Begriff **BULLETIN** sei kein Begriff der Alltagssprache, sondern ein „aussterbender“ Begriff der Bildungssprache; es handele sich um einen unterdurchschnittlich gebrauchten Begriff, dem auch unterschiedliche Begriffsinhalte zukämen. Daher erschließe sich das Wort den angesprochenen Verkehrskreisen nicht ohne weiteres.

Selbst wenn aber die angesprochenen Verkehrskreise den Begriff **BULLETIN** im Sinne einer „hochoffiziellen Mitteilung“ verstehen sollten, werde der Verkehr der Wortkombination **MOTORWORLD BULLETIN** nicht die Bedeutung einer „offiziellen“ Veröffentlichung im Zusammenhang mit einer „Motorwelt“ beimessen. Bei der angemeldeten Marke handele es sich um eine ausgefallene, komplexe Wortfolge. Die Eigenartigkeit bestehe darin, dass durch die Kombination der Wortelemente Bereiche des Freizeiterlebnisses (**MOTORWORLD**) mit einer „hochoffiziellen Verlautbarung“ (**BULLETIN**) vereint würden. Zugleich verbinde die Wortkombination einen Begriff der Gegenwart mit einem „aussterbenden“, geradezu „altmodisch“ wirkenden Begriff der Bildungssprache. Bereits diese schöpferische Komplexität und Ungewöhnlichkeit der Wortkombination verleihe dem Anmeldezeichen die erforderliche Unterscheidungskraft.

Ferner könne dem Anmeldezeichen auch unter Berücksichtigung seiner grafischen Bestandteile (und hier insbesondere der Kombination von drei Farben so-

wie der unterschiedlichen Schreibweise der Wortelemente) die notwendige Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 26. August 2016 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache in dem aus dem Beschlusstenor ersichtlichen Umfang begründet, da Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG insoweit nicht bestehen. Im Übrigen ist die Beschwerde unbegründet, da die angemeldete Marke in Bezug auf die weiteren Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 35 und 41 nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist; die Markenstelle hat die Anmeldung insoweit zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungs mittel aufgefasst zu werden, das die von der Anmeldung erfassten Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. z. B. EuGH GRUR 2015, 1198 (Nr. 59) – Kit Kat; GRUR 2012, 610 (Nr. 42) – Freixenet; GRUR 2008, 608 (Nr. 66) – EUROHYPO; BGH GRUR 2016, 1167 (Nr. 13) – Sparkassen-Rot; GRUR 2015, 581 (Nr. 16) – Langenscheidt-Gelb; GRUR 2015, 173 (Nr. 15) – for you; GRUR 2014, 565 (Nr. 12) – smartbook; GRUR 2013, 731 (Nr. 11) – Kaleido; GRUR 2012, 1143 (Nr. 7) – Starsat, jeweils m. w. N.). Denn die

Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. etwa EuGH GRUR 2015, 1198 (Nr. 59) – Kit Kat; GRUR 2014, 373 (Nr. 20) – KORN-SPITZ; 2010, 1008, 1009 (Nr. 38) – Lego; GRUR 2008, 608, 611 (Nr. 66) – EUROHYPO; GRUR 2006, 233, 235, Nr. 45 – Standbeutel; BGH GRUR 2016, 1167 (Nr. 13) – Sparkassen-Rot; GRUR 2016, 934 (Nr. 9) – OUI; GRUR 2015, 581 (Nr. 16) – Langenscheidt-Gelb; BGH GRUR 2015, 173, 174 (Nr. 15) – for you; GRUR 2009, 949 (Nr. 10) – My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein großzügiger Maßstab anzulegen, sodass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2017, 186 (Nr. 29) – Stadtwerke Bremen; GRUR 2016, 1167 (Nr. 13) – Sparkassen-Rot; GRUR 2015, 581 (Nr. 9) – Langenscheidt-Gelb; GRUR 2015, 173, 174 (Nr. 15) – for you; GRUR 2014, 565, 567 (Nr. 12) – smartbook; GRUR 2012, 1143 (Nr. 7) – Starsat; GRUR 2012, 270 (Nr. 8) – Link economy). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren oder 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, 412 (Nr. 24) – Matratzen Concord/Hukla).

Hiervon ausgehend besitzen Marken insbesondere dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens (vgl. BGH GRUR 2013, 1143, Nr. 15 – Aus Akten werden Fakten) lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2013, 519 (Nr. 46) – Deichmann; GRUR 2004, 674 (Nr. 86) – Postkantoor; BGH GRUR 2017, 186 (Nr. 30, 32) – Stadtwerke Bremen; 2014, 1204 (Nr. 12) – DüsseldorfCongress; GRUR 2012, 270 (Nr. 11) – Link economy; GRUR 2009, 952 (Nr. 10) – DeutschlandCard). Darüber hinaus kommt nach ständiger Rechtsprechung auch solchen Zeichen keine Unterscheidungskraft zu, 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 2017, 186 (Nr. 32) – Stadtwerke Bremen; GRUR 2014, 1204 (Nr. 12) – DüsseldorfCongress; GRUR 2012, 1143 (Nr. 9) – Starsat; GRUR 2010, 1100 (Nr. 23) – TOOOR!; GRUR 2006, 850 (Nr. 28 f.) – FUSSBALL WM 2006).

2. Das grafisch gestaltete Anmeldezeichen setzt sich aus dem Begriff **MOTORWORLD** in grauer und roter Farbe und dem darunter in deutlich kleinerer Schrift und schwarzer Farbe angeordnetem Begriff **BULLETIN** zusammen.

Der Begriff **MOTORWORLD** setzt sich wiederum zusammen aus den Begriffen „MOTOR“ und „WORLD“ und wird von den maßgeblichen inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres im Sinn von „Motorwelt“ verstanden (vgl. so schon BPatG 24 W (pat) 572/14 – Motorworld). Wie das Bundespatentgericht bereits mit Entscheidung vom 9. Juni 2015 (BPatG 24 W (pat) 572/14 – Motorworld) festgestellt hat – und wie auch die Anmelderin nicht ernsthaft in Abrede stellt – versteht der Verkehr die sprachüblich gebildete Bezeichnung **MOTORWORLD** somit in erster Linie als gattungsmäßigen Hinweis auf ein umfassendes bzw. umfangreiches Waren- und/oder Dienstleistungsangebot rund um Motoren und motorbetriebene Geräte, insbesondere Kraftfahrzeuge, oder – je nach Sachzusammenhang – als eine auf diese Gebiete bezogene thematische Angabe. Die Bezeichnung **MOTORWORLD** wird damit in Bezug auf solche Waren und Dienstleistungen, die Bestandteil eines derartigen Angebots sein bzw. diesem Lebensbereich zugeordnet werden können, nicht als Hinweis auf eine bestimmte individuelle betriebliche Herkunft aufgefasst, sondern als ein beschreibender Hinweis darauf, dass diese aus einem durch die Sachangabe „MOTORWORLD“ bestimmten Sortiment stammen bzw. dem Themenbereich „MOTORWORLD“ zuzuordnen sind (vgl. so schon BPatG 24 W (pat) 572/14 – Motorworld m. w. N.).

Das Wort **BULLETIN** – französisch für „Bericht“ (aus lateinisch *bulla* über altfranzösisch *bullette*) – ist lexikalisch nachweisbar in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen und bezeichnet hier ursprünglich eine offizielle Verlautbarung bzw. einen amtlichen Bericht; entgegen dem Beschwerdevorbringen ist die inländische Verwendung indes nicht auf diesen ursprünglichen Bedeutungsgehalt beschränkt, sondern das Wort wird vielmehr gängig als Titel und zur Bezeichnung von Zeitschriften verwendet (vgl. hierzu die Nachweise in der Amtsakte: Wikipedia-Eintrag zu „Bulletin“; www.wissen.de/lexikon/bulletin, Stand: 1. Dezember 2013).

Hierzu hat die Markenstelle ferner im Amtsverfahren eine Vielzahl von – auch vor dem Anmeldezeitpunkt datierenden – Nachweisen zur inländischen Verwendung des Wortes **BULLETIN** als Bezeichnung für ein Mitteilungsblatt bzw. eine (Fach-)Zeitschrift ermittelt („ILRF Bulletin des Internationalen Instituts für Religionsfreiheit“, 2012; „DJI Bulletin des Deutschen Jugendinstituts eV“, 2010; „Info-Bulletin 2013 des deutsch-russischen Forums“; „KISDbulletin“, Webmagazin der Köln International School of Design 2011; „Steuben-Schurz Bulletin“, 2010). Der Einwand der Anmelderin, wonach das Wort **BULLETIN** inländisch nur sehr selten (und nicht gleichbedeutend mit „üblichen Mitteilungen des Nachrichtenwesens“) verwendet werde, geht daher fehl.

3. Ausgehend von der somit festzustellenden gängigen inländischen Verwendung des Begriffs **BULLETIN** im Sinne von „Mitteilungsblatt“ bzw. „(Fach-)Zeitschrift“ werden die angesprochenen Verkehrskreise dem Anmeldezeichen in seiner Gesamtheit ohne Weiteres den Sachhinweis auf eine „Zeitschrift rund um Motoren“ (und motorbetriebene Geräte, insbesondere Kraftfahrzeuge) entnehmen.

4. Bei den zurückzuweisenden Waren und Dienstleistungen handelt es sich um solche, die neben ihrem Charakter als handelbare Güter auch einen bezeichnungsfähigen gedanklichen Inhalt aufweisen oder aufweisen können. Insoweit ist – unbeschadet eines etwaigen Werktitelschutzes nach § 5 Abs. 3 MarkenG, für den geringere Anforderungen gelten – die markenrechtliche Unterscheidungskraft

auch dann zu verneinen, wenn die betreffende Bezeichnung nach Art eines Sachtitels geeignet ist, diesen (möglichen) gedanklichen Inhalt der Waren und Dienstleistungen zu beschreiben (vgl. BGH GRUR 2000, 882 – Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2001, 1042 – REICH UND SCHOEN; 1043 – Gute Zeiten - Schlechte Zeiten; GRUR 2002, 1070 – Bar jeder Vernunft; GRUR 2003, 342 – Winnetou; siehe auch BPatG PAVIS PROMA 32 W (pat) 155/07 – Freizeit Revue).

a) Dies gilt zuerst für die folgenden zurückgewiesenen Waren der Klasse 9:

„aus dem Internet oder einem globalen Netzwerk herunterladbare Daten, insbesondere Sprache, Klingeltöne, MP3s, Filme, Videos, Hörbücher, Texte, Textsignale, Musik, Töne, Grafiken, Spiele und Bilder; bespielte elektronische, magnetische und elektromagnetische Datenträger und Datenspeichermedien, insbesondere CDs, DVDs, optische Datenträger, USB-Sticks, Musikkassetten, Schallplatten, Kassetten, Videokassetten, Disketten, Videoplatten [Bildplatten], Laserplatten, Data-Cartridges, Magnetkarten oder kodierte Karten; Bild-, Bildton-, Ton- und Videoaufzeichnungen; Bildtonträger; Bildträger [soweit in Klasse 9 enthalten]; Computerprogramme; Computersoftware; elektronische Publikationen und digitalisierte Druckerzeugnisse [herunterladbar]; herunterladbare Online-Veröffentlichungen aus Datenbanken, aus dem Internet oder anderen Kommunikationsnetzen, insbesondere aus drahtlosen Kabel- und Satellitennetzen, sowie über das Internet, ein globales Netzwerk und auf Mobiltelefone oder drahtlose Kommunikationsgeräte; Spielfilm-, Ton-, Video- und andere Multimediaaufzeichnungen“,

da das Anmeldezeichen in der dargelegten Bedeutung geeignet ist, den Inhalt dieser Daten und Computerprogramme, (potentiell) bespielten Datenträger und Spei-

chermedien sowie elektronischen Publikationen nach Art eines Sachtitels zu bezeichnen.

Da der Eintragung eines Warenoberbegriffs die Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auch dann entgegenstehen, wenn zwar für einen Teil der unter den jeweiligen Oberbegriff fallenden Ware ein beschreibender Charakter der Marke zu verneinen ist, unter diesen Oberbegriff aber auch Waren zu subsumieren sind, für welche die Marke beschreibend ist (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl., § 8 Rn. 408), sind die mit „insbesondere“ eingeleiteten Aufzählungen von Warenunterbegriffen dabei unbeachtlich bzw. nicht geeignet, insoweit eine (teilweise) Schutzfähigkeit für einzelne Unterbegriffe zu begründen.

b) Ferner weist das Anmeldezeichen mit der dargelegten Bedeutung ohne weiteres nach Art eines Sachtitels auf den Inhalt der folgenden Waren der Klasse 16 hin:

„Druckereierzeugnisse, Fotografien, Bilder [Drucke und Gemälde]; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Alben; Comics; Kataloge; Monographien; periodisch erscheinende Magazine, Prospekte; Rundschreiben; Schriften [Veröffentlichungen]; Werbepublikationen; Zeitschriften [Magazine]; Zeitungen.“

c) Die weiterhin in Klasse 9 zurückgewiesenen Waren „*dekorative Magnete*“ sowie die Waren der Klasse 16

„Abziehbilder [auch solche aus Vinyl], Papier- und Vinyl-Aufkleber; Autoaufkleber; Branchenverzeichnisse; Einladungskarten; Eintrittskarten; Gutscheine; Kalender; Post- und Grußkarten; Preislisten; Stickers [Druckereierzeugnisse]; Straßenkarten; Streckenkarten; Tauschkarten; Teilnahmekarten; Veranstaltungsprogramme“

können ebenfalls einen bezeichnungsfähigen gedanklichen Inhalt aufweisen; jedenfalls aber handelt es sich um Waren, die typischerweise Bestandteil des inhaltlichen Angebots einer „Zeitschrift rund um Motoren“ sein können (und dieser Zeitschrift im Innenteil beigegeben sein können), so dass auch insoweit zumindest ein die Unterscheidungskraft ausschließender enger beschreibender Bezug zu bejahen ist.

d) Die weiterhin zurückgewiesenen Dienstleistungen werden ebenso durch **MOTORWORLD BULLETIN** ihrem Inhalt nach beschrieben bzw. können hierzu zumindest einen so engen Zusammenhang aufweisen, dass der Verkehr auch insoweit in der Wortfolge keinen betrieblichen Herkunftshinweis erkennt.

aa) Dies gilt zunächst für die zurückgewiesenen Dienstleistungen der Klasse 41

„Bereitstellen von elektronischen Publikationen [nicht herunterladbar]; Dienstleistungen eines Verlags, ausgenommen Druckarbeiten; Filmproduktion; Herausgabe von Texten, ausgenommen Werbetexte; Herausgabe von Druckereierzeugnissen, auch in elektronischer Form, auch im Internet, ausgenommen für Werbezwecke; redaktionelle Betreuung von Internetauftritten, nämlich Erstellung und Bearbeitung von Texten zur Veröffentlichung im Internet [ausgenommen Werbetexte]“

die jeweils unmittelbar auf die Produktion und Herausgabe/Veröffentlichung einer „Zeitschrift rund um Motoren“ – in gedruckter oder elektronischer Form – gerichtet sein oder hiermit in Zusammenhang stehen können, so dass sie ihrem Inhalt nach durch das Anmeldezeichen beschrieben werden.

Hinsichtlich der weiteren Dienstleistungen „*Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten*“ besteht zumindest ein die Unterscheidungskraft ausschließender enger beschreibender Bezug, da unter diese weiten Dienstleistungsoberbegriffe

auch „Motorsportveranstaltungen“ fallen können, wobei der Verkehr weiß, dass Zeitschriften(verlage) auch als Veranstalter bzw. Sponsor derartiger Veranstaltungen auftreten können.

bb) Hinsichtlich der zurückgewiesenen Werbedienstleistungen der Klasse 35 beschreibt **MOTORWORLD BULLETIN** zwar nicht unmittelbar die Tätigkeit von Werbe- und Beratungsunternehmen. Jedoch besteht auch insoweit ein die Unterscheidungskraft ausschließender enger beschreibender Bezug, als Zeitschriftenverlage auch selbst Werbedienstleister sein bzw. Werbedienstleistungen als Eigendienstleistung erbringen können, so dass der Begriff **MOTORWORLD BULLETIN** auch insoweit inhalts- und themenbeschreibend ist.

Die weiterhin in Klasse 35 zurückgewiesenen Dienstleistungen „*Marktanalysen; Marktforschung; Meinungsforschung; Sammeln, Systematisieren und Pflegen von Daten in Computerdatenbanken*“ können sich auf Daten rund um den „Motoren- und Kfz-Markt“ bzw. auch rund um den Motorsport beziehen und in einer entsprechenden Zeitschrift veröffentlicht werden bzw. entsprechenden Werbemaßnahmen zugrunde liegen. Auch insoweit ist demnach zumindest ein die Unterscheidungskraft ausschließender enger beschreibender Bezug festzustellen.

5. Entgegen der Beschwerdebegründung kommt der zur Anmeldung gebrachten Wortfolge als Gesamtbegriff auch ein zusätzlicher, insbesondere origineller Gehalt, aus dem sich die Eignung des Zeichens als Herkunftshinweis ergeben könnte (vgl. BGH GRUR 2009, 778 Willkommen im Leben), nicht zu. Die Argumentation der Anmelderin zu einer vermeintlichen Ungewöhnlichkeit der Kombination geht bereits deshalb fehl, weil das Wortelement **BULLETIN** wie dargelegt keineswegs auf „amtliche Verlautbarungen“ beschränkt ist, sondern inländisch gängig zur Bezeichnung von allgemeinen (Fach-)Zeitschriften verwendet wird. Auch im Übrigen weist die durch sprachlich und auch grammatikalisch korrekte Aneinanderreihung bekannter Begriffe gebildete Wortfolge weder eine ungewöhnliche Struktur noch Besonderheiten syntaktischer oder semantischer Art auf, die von einem rein sach-

bezogenen Aussagegehalt wegführen könnten. Eine besondere Originalität und Prägnanz kommt ihr nicht zu.

6. Schließlich führt auch die grafische Ausgestaltung von der dargelegten beschreibenden Bedeutung der Wortbestandteile des angemeldeten Zeichens in keiner Weise fort.

Ein eigenständiger betrieblicher Herkunftshinweis kann zwar durch eine besondere bildliche und grafische Ausgestaltung nicht unterscheidungskräftiger Wortbestandteile erreicht werden; die Ausgestaltung muss aber eine kennzeichnungs-kräftige Verfremdung des Gesamteindrucks der Marke bewirken, die den schutz-unfähigen Charakter der übrigen Markenteile bedeutungslos macht (BGH GRUR 2008, 710 Rn. 20 – VISAGE; vgl. auch Ströbele/Hacker/Thiering, Marken-gesetz 12. Aufl., § 8 Rn. 209 m. w. N.). Letzteres kann vorliegend nicht festgestellt werden.

Die Kombination unterschiedlicher Schriftarten, die sich als solche nicht wesentlich von den Standardschriftarten unterscheiden, ist werbeüblich und nicht geeignet, die Schutzfähigkeit des Gesamtzeichens zu begründen (vgl. bereits BPatG GRUR 1996, 410, 411 – Color COLLECTION; vgl. auch Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 201 m. w. N.), wie auch die Anordnung der Wortelemente im Rahmen einer zweizeiligen Gestaltung (vgl. BPatG GRUR 1996, 410, 411 – Color COLLECTION) sowie ihre Ausgestaltung in unterschiedlichen Schriftgrößen (vgl. etwa BPatG PAVIS PROMA 30 W (pat) 7/17 – MUSIC FOR MILLIONS) dem wer-begrafischen Standard entspricht.

Auch die Farbgestaltung in den Farben „rot, grau, schwarz“ (vgl. BGH GRUR 2009, 954 (Nr. 17) – Kinder III; Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 210) sowie schließlich die Erzeugung eines „3D-Effektes“ durch Schattierungen in den Einzelbuchstaben der Wortelemente **MOTORWORLD** (vgl. m. w. N. BPatG 30 W (pat) 67/16 - MUSIC STORE professional) stellen einfache und grundle-

gende Stilmittel dar, an die sich der Verkehr durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat und die er deshalb nicht als Herkunftshinweis auf ein bestimmtes Unternehmen wahrnehmen wird. Somit reicht die grafische Ausgestaltung insgesamt nicht aus, um in Kombination mit den nicht unterscheidungskräftigen Wortbestandteilen dem Gesamtzeichen Unterscheidungskraft zu verschaffen.

7. Die Beschwerde ist daher im genannten Umfang zurückzuweisen.

8. In Bezug auf die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen können hingegen keine Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG festgestellt werden.

Wenngleich das Anmeldezeichen vom angesprochenen Verkehr ohne Weiteres im Sinne des dargelegten Bedeutungsgehalts – als Hinweis auf eine „Zeitschrift rund um Motoren und motorbetriebene Geräte, insbesondere Kraftfahrzeuge“ – verstanden werden wird, ist gleichwohl die Beurteilung eines Zeichens stets in Zusammenhang mit den Waren und Dienstleistungen vorzunehmen, für die eine Eintragung begehrt wird (EuGH, GRUR 2004, 674 (Nr. 33) – Postkantoor). Im Hinblick auf die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen lässt sich jedoch nicht feststellen, dass das Anmeldezeichen deren Merkmale beschreibt oder zumindest einen engen beschreibenden Bezug hierzu aufweist.

Der Beschwerde war daher insoweit stattzugeben.

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht der Anmelderin 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 Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Prof. Dr. Hacker

Merzbach

Dr. Meiser

Pr