



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 154/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 48 400.9

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. Januar 2010 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richter Schwarz

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle vom 11. Februar 2009 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wort-/Bildmarke (farbig: magenta, dunkelblau)



hat die Markenstelle mit Beschluss vom 11. Februar 2009 teilweise zurückgewiesen, und zwar für

„Computer und Datenverarbeitungsgeräte; Computer-Software, insbesondere für die Abfrage, Darstellung, Bearbeitung und Ausgabe multimedialer Daten in Computernetzwerken einschließlich des Internets und auf mobilen Endgeräten; mit Informationen versehene maschinell lesbare Datenträger aller Art sowie Ton- und Bildaufzeichnungsträger (ausgenommen unbelichtete Filme), insbesondere Disketten, CD-ROMs, DVDs, Chip-Karten, Magnet-Karten, Video-Kassetten, Compact Discs und Video Discs; auf Datenträgern aufgezeichnete Daten- und Informationssammlungen (he-

runterladbar); Software (herunterladbar); Druckereierzeugnisse, Druckschriften, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher, Buchbindeartikel, Poster, Aufkleber, Kalender; Schilder und Modelle aus Papier und Pappe; Fotografien und Lichtbilderzeugnisse; Werbung, insbesondere Fernsehwerbung, Onlinewerbung in einem Computernetzwerk, Rundfunkwerbung, Versandwerbung, Plakatanschlagwerbung, Print- und Internetwerbung; Werbung über Mobilfunknetze; Werbung durch Handy-TV; Dienstleistungen einer Werbeagentur; Vermietung von Werbeflächen im Internet; Marketing, auch für Dritte in digitalen Netzen (Webvertising); Marktforschung und -analyse; Werbung im Internet für Dritte; Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen, Marketing; Telemarketing; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Verteilen von Waren zu Werbezwecken; Verkaufsförderung (Salespromotion), Öffentlichkeitsarbeit; Dienstleistungen einer PR-Agentur; Durchführung von Werbeveranstaltungen; Dienstleistungen einer Multimedia-agentur, nämlich Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Veranstaltung von Messen zu gewerblichen oder zu Werbezwecken; Geschäftsführung für andere; Beratung in Bezug auf Werbung und Marketing, insbesondere Entwicklung von Geschäftskonzepten; Dienstleistungen einer Merchandising-Agentur, soweit in Klasse 35 enthalten; Telekommunikation, insbesondere Mobiltelefondienste, Telefondienste, Telefaxdienste, Funkdienste, Pagingdienste, Telexdienste, Telegrammdienste, E-Mail-Datendienste; Fernseh- und Rundfunkübertragung; Ausstrahlung von Handy-Fernsehsendungen; Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet sowie im mobilen Internet; Telekommunikationsdienste über das Internet, Intranet, Extranet; Bereitstellung von Zugangsmöglichkeiten zu Datenbanken und zum Internet mittels Telekommunikation; Dienstleistungen

eines Online-Anbieters, nämlich Bereitstellen des Zugriffs auf Daten in Computernetzwerken, nämlich auf Informationen, Texte, Zeichnungen und Bilder über Waren und Dienstleistungen; Bereitstellen des Zugriffs auf Daten im Internet und im mobilen Internet, nämlich auf Informationen und Nachrichten in Ton und Bild; Bereitstellung von Internetzugängen (Software), insbesondere zu herunterladbaren Dateien, nämlich zu Ton-, Bild-, Musik- und Videoaufzeichnungen, elektronischen Spielen, alle vorgenannten Dateien insbesondere zum Herunterladen für Mobiltelefone; Bereitstellen des Zugriffs auf Informationen im Internet sowie im mobilen Internet; Bereitstellen von Internet-Chatrooms; Bereitstellen von Plattformen im Internet sowie im mobilen Internet; Bereitstellen von Portalen im Internet sowie im mobilen Internet; Bereitstellen von Telekommunikationskanälen für Teleshopping-Dienste; Betrieb von Chatlines, Chatrooms und Foren, auch im mobilen Internet; E-Mail-Dienste; Übertragung und Verbreitung von Informationen und Daten über Computernetze und das Internet sowie das mobile Internet; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen (ausgenommen für Werbezwecke), insbesondere von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern sowie von Lehr- und Informationsmaterial, jeweils einschließlich gespeicherter Ton- und Bildinformationen, auch in elektronischer Form und auch im Internet; Online-Publikationen, insbesondere von elektronischen Büchern und Zeitschriften (nicht herunterladbar); Dienstleistungen eines Ton- und Fernsehstudios, nämlich Produktion von Ton- und Bildaufzeichnungen auf Ton- und Bildträgern; Vorführung und Vermietung von Ton- und Bildaufzeichnungen; Produktion von Fernseh-, Handy-TV- und Rundfunksendungen; Zusammenstellen von Fernseh-, Handy-TV- und Rundfunkprogrammen; Unterhaltung, insbesondere Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Durchführung von Unterhaltungsveranstaltungen, kulturellen und sportlichen Live-

Events, Schulungsveranstaltungen, Bildungsveranstaltungen sowie kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, soweit in Klasse 41 enthalten; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen, Kongressen, Konzerten und Symposien; Veranstaltungen von Ausstellungen für kulturelle Zwecke; Veranstaltung von Unterhaltungsshows; Unterhaltung durch IP-TV; Unterhaltung durch Handy-TV; Durchführung von Spielen im Internet und über Handys“.

Das ist damit begründet, bei dem angemeldeten Zeichen handle es sich insoweit um eine nicht unterscheidungskräftige, freihaltebedürftige beschreibende Angabe (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG).

Das angemeldete Zeichen bedeute ohne weiteres erkennbar „Fernsehspielfilm“. Dabei handle es sich um eine eigene Spielfilmgattung; der Zusatz TV zeige, dass die Filme nicht nur in Kinos gezeigt würden, sondern auch über Television empfangen werden könnten. Für Computer und Datenverarbeitungsgeräte sowie Software sei das angemeldete Zeichen eine Bestimmungsangabe, zumal zahlreiche Computer über eine TV-Karte verfügten.

Datenträger könnten TV-Spielfilme enthalten. Für Druckereierzeugnisbilderzeugnisse sei das angemeldete Zeichen eine Inhaltsangabe.

Die Dienstleistungen aus dem Bereich Werbung und Öffentlichkeitsarbeit könnten auf Fernsehspielfilme abgestimmt sein, denn üblicherweise werde Werbung für Fernsehfilme gemacht, die demnächst gezeigt würden. Die Dienstleistungen könnten sich aber auch auf die Werbespots beziehen, die mit den Spielfilmen verbunden würden. Der ausgestrahlte Film werde dazu im Rahmen von Marktforschungsanalysen analysiert, um die Werbung auf das Zielpublikum abzustimmen. Auch für Dienstleistungen einer Merchandising-Agentur könne das Zeichen Thema- oder Inhaltsangabe sein, denn vielfach würden zu Fernsehspielfilmen Merchandisingartikel produziert.

Die Dienstleistungen aus dem Bereich Telekommunikation und Internet könnten der Ausstrahlung von Fernsehspielfilmen bzw. der Information über deren Inhalt dienen. Chatlines, Chatrooms und Foren könnten sich dem Thema „TV-Spielfilm“ widmen.

Die Dienstleistungen Produktion, Vorführung und Vermietung, Zusammenstellen von Programmen, Unterhaltung, Durchführung von Veranstaltungen könnten sich ebenfalls auf TV-Spielfilme beziehen.

Dass sich die Anmelderin auf die graphische und farbige Gestaltung des angemeldeten Zeichens berufe, könne keine Schutzfähigkeit begründen. An die Ausgestaltung seien umso höhere Anforderungen zu stellen, je kennzeichnungsschwächer die fragliche Wortangabe ist. Einfache und gebräuchliche graphische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbildes, an die das Publikum gewöhnt sei, beseitigten den beschreibenden Charakter einer Angabe nicht. Die gewählten Elemente zählten zu den einfachen Grundmitteln der Gebrauchsgraphik.

Der Beschluss ist der Anmelderin am 19. Februar 2009 zugestellt worden.

Sie hat am 4. März 2009 Beschwerde eingelegt und dazu vorgetragen, das angemeldete Zeichen habe eine markentypische Gestaltung. Der angefochtene Beschluss enthalte keine ausreichende Begründung.

Die Anmelderin beantragt,

unter Aufhebung des Zurückweisungsbeschlusses der Markenstelle für Klasse 9 vom 11. Februar 2009 die Marke „TV SPIELFILM“, Nr. 307 48 400.9 / 09 für alle am 24. Juli 2007 angemeldeten Waren und Dienstleistungen in das Register des Deutschen Patent- und Markenamtes einzutragen.

II.

1) Die Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache wegen der graphischen Gestaltung des angemeldeten Zeichens Erfolg. Einer Registrierung der angemeldeten Marke stehen auch für die noch strittigen Waren und Dienstleistungen keine Schutzhindernisse aus § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen.

a) Die angemeldete Bezeichnung entbehrt für die strittigen Waren und Dienstleistungen jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Dies hat die Markenstelle ausführlich und zutreffend begründet. Auf eine Wiederholung der Argumente verzichtet der Senat deshalb ebenso wie der Argumente, mit denen die Markenstelle das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG begründet hat.

b) Die angemeldete Bezeichnung überwindet aber beide Schutzhindernisse durch ihre farbige Graphik.

In ihrer Gesamtheit fehlt der angemeldeten Marke nicht jegliche Unterscheidungskraft. Unter Berücksichtigung sämtlicher konkreter Merkmale der in farbiger Gestaltung beanspruchten Marke ist hier nach der Auffassung des Senats nicht jegliches Mindestmaß an Unterscheidungskraft abzusprechen. Die überlappende Anordnung der in unterschiedlicher Farbe und Schrift gehaltenen Buchstaben wirken noch hinreichend eigentümlich, um sich dem Publikum als betriebliches Unterscheidungsmittel einzuprägen. Damit fehlt der Marke jedenfalls genau in der graphischen und farblichen Merkmalskombination, in der sie beansprucht wird, nicht jegliches Mindestmaß an Unterscheidungskraft.

Die konkrete graphische Gestaltung ist auch nicht freihaltungsbedürftig im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

2) Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

Fa