



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 84/12

(Aktenzeichen)

Verkündet am
15. Januar 2013

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2011 060 246.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung am 15. Januar 2013 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richterin Kopacek

beschlossen:

Die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Februar 2012 und vom 16. Mai 2012 werden insoweit aufgehoben, als dem angemeldeten Zeichen der Markenschutz versagt wurde.

Gründe

I.

Die Anmeldung der farbigen (grün/schwarz/weiß) Wort-Bildmarke 30 2011 060 246



für eine Reihe von Dienstleistungen der Klassen 35, 39 und 41 hat die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts nach vorangegangener Beanstandung mit Beschlüssen vom 15. Februar 2012 und vom 16. Mai 2012 teilweise zurückgewiesen, nämlich u.a. für nachfolgend genannte Dienstleistungen der

Klasse 35:

Werbung, Einzelhandels- und Großhandelsdienstleistungen für Waren der Klassen 9, 18, 25 und 28, insbesondere für Sportwaren, Sportbekleidung, Sportschuhe, Sporttaschen, Sportbrillen, Schutzhelme, Fußballschuhe, Kopfbedeckungen, Fausthandschu-

he, Gymnastikbekleidung, Gymnastikschuhe, Handschuhe, Hemden, Hosen, Jacken, Mützen, Pullover, Radfahrbekleidung, Skischuhe, Unterwäsche, Socken, Stirnbänder, Sweater, Überzieher, Wadenstrümpfe, Stutzen, Taschen, Trikots, T-Shirts, Bälle, Sportgeräte, Sportschläger, Sporthandschuhe und Sportzubehör, auch online; Online- oder Katalogversandhandelsdienstleistungen für Waren der Klassen 25 und 28, insbesondere für Sportwaren, Sportbekleidung, Sportschuhe, Sporttaschen, Sportbrillen, Schutzhelme, Fußballschuhe, Kopfbedeckungen, Fausthandschuhe, Gymnastikbekleidung, Gymnastikschuhe, Handschuhe, Hemden, Hosen, Jacken, Mützen, Pullover Radfahrbekleidung, Skischuhe, Unterwäsche, Socken, Stirnbänder, Sweater, Überzieher, Wadenstrümpfe, Stutzen, Taschen, Trikots, T-Shirts, Bälle, Sportgeräte, Sportschläger, Sporthandschuhe und Sportzubehör.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, der Marke fehle die erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Das Publikum verstehe die angemeldete Wortfolge im Sinne von „meine Sportwelt“, also dass die versagten Dienstleistungen der Sportwelt dienten. Der Satz „Wir bewegen Dich“ sei im Zusammenhang mit Dienstleistungen im Sportbereich beschreibend und trage nicht zur Schutzfähigkeit bei.

Entgegen der Auffassung der Anmelderin sei auch der Bildbestandteil nicht geeignet, das Schutzhindernis mangelnder Unterscheidungskraft zu überwinden.

Für die Dienstleistungen Lagerung und Verpackung von Waren sowie Erziehung sah die Markenstelle dagegen keine Schutzhindernisse.

Der Beschluss im Erinnerungsverfahren ist der Anmelderin am 25. Mai 2012 zugestellt worden.

Sie hat dagegen am 25. Juni 2012 Beschwerde eingelegt und sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen worden ist.

Sie hält die angemeldete Marke aufgrund der farbigen Kombination der verschiedenen Elemente und der typographisch unterschiedlichen Wortelemente für schutzfähig. „Wir bewegen Dich“ sei außerdem ein Slogan mit einer ungewöhnlichen Aussage.

In der mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin das Dienstleistungsverzeichnis auf die o.g. Dienstleistungen der Klasse 35 sowie die nichtbeschwerdegegenständlichen Dienstleistungen Lagerung und Verpackung von Waren sowie Erziehung beschränkt.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache nach Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses Erfolg.

Einer Registrierung der beanspruchten Marke in ihrer Gesamtheit stehen für die noch beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen keine Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 MarkenG entgegen.

Das angemeldete Zeichen entbehrt insoweit nicht jeglicher Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Zwar enthält die Wortfolge „my sportworld“, die aufgrund ihrer dem Grundwortschatz des Englischen entstammenden Bestandteile weitesten Kreisen unmittelbar

verständlich ist, einen allgemein verständlichen Hinweis auf Angebote im sportlichen Bereich und mit dem Personalpronomen der ersten Person (my) eine anpreisende Angabe (vgl. BPatG, Beschl. v. 29. Juli 2002 – 30 W (pat) 138/01 - myMusicScore).

Zu betrachten ist aber die Marke in ihrer Gesamtheit. Mit dem Slogan „Wir bewegen Dich“, der das Verb „bewegen“ in einer für Werbung und Handelsdienstleistungen ungewöhnlichen Art verwendet, wirkt sie als betriebliches Unterscheidungsmittel (vgl. EUGH GRUR 2010, 228 - Vorsprung durch Technik; BPatG GRUR 2001, 511 - Energie mit Esprit; BPatG, Beschl. v. 3. März 2010 – 26 W (pat) 71/09, BeckRS 2010, 10223 - Energie mit Idee), zumal die Wortfolge vom Publikum einen gewissen Interpretationsaufwand verlangt. Mit den Dienstleistungen Werbung und Handelsdienstleistungen werden keine Personen wie bei Reisen von einem Ort zum anderen bewegt. Auch werden dabei Menschen weder physiotherapeutisch bewegt noch in ihren Bewegungsabläufen angeleitet oder direkt unterstützt. Dass die von den Handelsdienstleistungen betroffenen Waren (Sportschuhe und –geräte etc.) einer Bewegung dienen können, erfasst die Aussage, dass jemand einen anderen bewegt, nur nach analysierender Betrachtungsweise, die für die Beurteilung der Unterscheidungskraft nicht zu Grunde gelegt werden darf.

Gleiches gilt für die Übertragung von „bewegen“ auf „motivieren“ oder „emotional berühren“ im Zusammenhang mit Werbung und Verkauf.

Grundsätzlich sind keine unterschiedlichen Anforderungen an die Unterscheidungskraft von Werbeslogans gegenüber anderen Wortmarken zu stellen (vgl. BGH GRUR 2000, 321, 322 - Radio von hier; GRUR 2000, 323, 324 - Partner with the Best; GRUR 2000, 720, 721 - Unter Uns). Die Eignung als Werbeslogan schießt eine Identifizierungsfunktion nicht aus.

Damit werden die angesprochenen Verbraucher das angemeldete Zeichen für die noch beanspruchten Dienstleistungen als so hinreichend phantasievoll ansehen, dass es als unternehmenskennzeichnendes Unterscheidungsmerkmal dienen kann.

Letzte Zweifel an der Unterscheidungskraft würde die Graphik überwinden, zumal an diese auf Grund der sprachlichen Eigentümlichkeit der Wortbestandteile jedenfalls keine besonders hohen Anforderungen zu stellen wären.

Unter Berücksichtigung sämtlicher konkreten Merkmale der in farbiger Gestaltung beanspruchten Marke ist sie auch nicht nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, denn sie besteht nicht ausschließlich aus beschreibenden Angaben.

Die Marke kann auch für die noch streitgegenständlichen Dienstleistungen eingetragen werden. Die Angaben im Verzeichnis der Dienstleistungen sind hinreichend konkret, um der Anmelderin ebenso wie den Mitbewerbern Aufschluss darüber zu geben, welche Dienstleistungen vom Schutz der Marke umfasst sind, denn es sind die Waren oder Arten von Waren genannt, auf die sich die Handelsdienstleistungen beziehen (vgl. EuGH GRUR 2005, 764 – Praktiker).

Eine Rückzahlung der Beschwerdegebühr nach § 71 Abs.3 MarkenG ist nicht veranlasst, nachdem erst die Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses zum uneingeschränkten Erfolg der Beschwerde geführt hat.

Dr. Albrecht

Kruppa

Kopacek

Hu