



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 569/13

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2012 045 384.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 27. Mai 2014 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Hermann und den Richter k.A. Schmid

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 29. September 2013 aufgehoben.

Gründe

I.

Die am 21. August 2012 angemeldete Wort-/Bildmarke 30 2012 045 384



hat die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts nach vorangegangener Beanstandung mit dem angefochtenen Beschluss zum Teil, nämlich für die Dienstleistungen

Klasse 35:

Veranstaltungen von Ausstellungen, Veranstaltungen und Messen zu gewerblichen oder zu Werbezwecken sowie deren Organisation; organisatorische und betriebswirtschaftliche Ausstellerberatung; Werbung und Öffentlichkeitsarbeit; Marketing, Werbung und Vermittlung von Verträgen für Dritte über die Erbringung von Werbedienstleistungen; Anzeigenvermittlung; Produktion von Werbefilmen; Sponsorensuche; Verkaufsförderung für Dritte; Verfassen von Werbetexten; Vermietung von Werbeflächen; Verteilung von Warenproben zu Werbezwecken

Klasse 41:

Durchführung von Veranstaltungen für kulturelle Zwecke; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; Herausgabe von Büchern und Zeitschriften; Publikation von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form, auch im Internet; Produktion von Shows und Filmen; Aufzeichnung von Videobändern; Party-Planung [Unterhaltung]; Veranstaltung von Unterhaltungswettbewerben; Eintrittskartenvorverkauf [Unterhaltung]

Klasse 43:

Verpflegung und Bewirtung von Gästen; Beherbergung von Gästen; Catering.

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen.

Bei der angemeldeten Marke handele es sich um eine Wortkombination. Sie werde in ihrer konkreten Bedeutung von den betroffenen inländischen Verkehrskreisen als „Ehrung, Auszeichnung für eine künstlerische Leistung bei der Mitarbeit an einem Werbefilm“ verstanden und sei daher eine eindeutige Sachinformation bezüglich der versagten Dienstleistungen und kein betrieblicher Herkunftshinweis. Das Publikum werde in der Bezeichnung "Reklame Filmpreis" nur erkennen, dass es sich um Dienstleistungen handelt, die speziell diesen zum Ziel und/oder Inhalt hätten oder zu diesem Ereignis erbracht würden. Die zurückgewiesenen Dienstleistungen dienten allesamt der hier aufgeführten Verwendung. Zudem stehe der Eintragung § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen, denn die Anmeldung weise ausschließlich inhaltsbeschreibende Merkmale auf und unterliege deshalb im Interesse der Allgemeinheit und Mitbewerber einem Freihaltebedürfnis. Die Bezeichnung "Reklame Filmpreis" diene zur Bezeichnung der Art, Beschaffenheit und Bestimmung, da ihr nur ein inhalts-/zweckbeschreibender Hinweis in Bezug auf die angemeldeten Dienstleistungen zu entnehmen sei.

Auch die grafische Ausgestaltung sei nicht als geeignet anzusehen, Unterscheidungskraft zu begründen. Zwar könne einem kombinierten Wort/Bildzeichen unbeschadet der fehlenden Unterscheidungskraft seiner Wortelemente als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden, wenn die graphischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verbraucher einen Herkunftshinweis sieht. Für eine glatt waren- und dienstleistungsbeschreibende Angabe wie „Reklame Filmpreis“ bedürfte es aber einer über eine allgemein übliche Gebrauchsgrafik hinausgehenden, phantasievollen Ausgestaltung, um von der durch die Zeichenwörter vermittelten Sachaussage wegzuführen und ein Verständnis im Sinne eines betrieblichen Herkunftshinweises zu ermöglichen; eine solche Ausgestaltung weise das angemeldete Zeichen jedoch nicht auf. Es handle sich um einfache grafische Gestaltungselemente in etikettenform, ohne kennzeichnende Eigenart, die lediglich der Hervorhebung des Schriftzugs diene.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin vom 1. November 2013, mit der sie beantragt,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben und die angemeldete Marke insgesamt einzutragen.

Die Anmelderin hält die angemeldete Marke in ihrer Gesamtheit für unterscheidungskräftig. Bei den beanspruchten Dienstleistungen handle es sich um solche für eine reine Branchenveranstaltung, welche die besten Werbespots in verschiedenen Kategorien auszeichne. Daher sei von einer gesteigerten Aufmerksamkeit des Verkehrskreises für die angemeldete Wort-/Bildmarke und ihre graphische Ausgestaltung auszugehen, wobei insbesondere auch Details von Marken stärker wahrgenommen würden, weshalb ohne Weiteres davon auszugehen sei, dass dieser Verkehrskreis in dem Wortbestandteil „REKLAMEFILMPREIS“ einen Herkunftshinweis begreife.

Jedenfalls sei von einer Überwindung eines eventuellen Schutzhindernisses aufgrund der graphischen Ausgestaltung der Wort-Bildmarke auszugehen. Denn die

graphische Ausgestaltung der vorliegenden Wortbildmarke bestehe nicht in einer naheliegenden Form für die beanspruchten Dienstleistungen. Die Darstellung sei zwar an Darstellungselementen reduziert, jedoch ohne dabei gewöhnlich zu erscheinen. Gerade aufgrund dieser Eigenart könne ohne Weiteres davon ausgegangen werden, die graphische Ausgestaltung übersteige das werbeübliche Maß.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg; einer Registrierung der angemeldeten Marke stehen keine Schutzhindernisse aus § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 2 MarkenG entgegen.

Die angemeldete Marke entbehrt in ihrer Gesamtheit kann nicht jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Bei Marken, die aus Wort- und Bildbestandteilen kombiniert sind, hat sich die Prüfung der Schutzfähigkeit darauf zu erstrecken, ob die Marke in ihrer Gesamtheit den Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt (vgl. BGH BIPMZ 2000, 397 - antiKALK). Der angemeldeten Marke in ihrer Gesamtheit kann nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden.

Die von den beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen angesprochenen inländischen (Fach-) Verkehrskreise werden zwar ohne Weiteres in der Lage sein, bei „Reklame Filmpreis“ einen Zusammenhang mit Werbung, Filmen und Preis herzustellen. Der Senat hat abweichend von der Auffassung der Markenstelle jedoch bereits Bedenken, ob dieser Kombination die erforderliche Unterscheidungskraft in Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen fehlt, da an Werbung für Filmpreise ebenso gedacht werden kann wie an Ehrungen für Werbespots oder Zusammenhänge mit deren Kosten und Etats.

Letztlich kann die Frage, ob die angemeldeten Wortbestandteile für sich betrachtet unterscheidungskräftig sind, jedoch dahingestellt bleiben, da die Marke aufgrund ihrer graphischen Ausgestaltung unterscheidungskräftig ist. An die Graphik sind vorliegend keine besonders hohe Anforderungen zu stellen, da die zu überwindende Kennzeichnungsschwäche aller Wortbestandteile in Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen nicht so ausgeprägt ist (BPatG GRUR 1996, 410 - Color COLLECTION). Unter Berücksichtigung sämtlicher konkreter Merkmale der in grafischer Gestaltung beanspruchten Marke ist dieser nicht jegliche Unterscheidungskraft abzusprechen. Die konkrete Gestaltung mit dem (leicht unregelmäßig) gerahmten, schwarzen Grund, der weißen Schrift und Buchstabenanordnung erinnert an Kinoleinwand und schwarz/weiß Film und ist damit hinreichend eigentümlich, um sich dem angesprochenen (Fach-) Publikum als betriebliches Unterscheidungsmittel einzuprägen.

Zwar mögen die Gestaltungsmittel je für sich genommen werbeüblich sein. Dies gilt jedoch nicht für die graphischen Gestaltungen in ihrer Gesamtheit, die der Senat für ausreichend komplex hält.

Damit kann der verfahrensgegenständlichen Marke ein - wenngleich möglicherweise eher geringer - Schutz letztlich nicht abgesprochen werden. Dem stehen Belange der Allgemeinheit und Wettbewerber nicht entgegen, weil der Schutz der Marke auf die ganz konkrete Ausgestaltung beschränkt ist, also insbesondere nicht gegenüber Kennzeichnungen oder sonstigen Angaben besteht, welche zwar ebenfalls die Wortbestandteile „Reklame“ und „Filmpreis“ enthalten, aber nicht die konkrete graphische Ausgestaltung der Marke aufweisen. Vielmehr steht eine Verwendung in veränderter Gestaltungsform der Markenelemente der Allgemeinheit weiterhin offen.

Die konkrete graphische Gestaltung ist auch nicht Freihaltungsbedürftig (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

Für eine Rückzahlung der Beschwerdegebühr nach § 71 Abs. 3 MarkenG besteht kein Anlass, da die Wertung der graphischen Ausgestaltung durch die Markenstelle nicht willkürlich erscheint.

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.

Dr. Albrecht

Hermann

Schmid

Hu