



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 27/14

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2013 023 959.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 1. Juli 2014 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, den Richter Hermann und den Richter k.A. Schmid

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle vom 6. Februar 2014 wird insoweit aufgehoben, als dem angemeldeten Zeichen der Markenschutz versagt wurde.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

BASTEI ENTERTAINMENT

hat die Markenstelle nach vorangegangener Beanstandung vom 20. September 2013 mit Beschluss vom 6. Februar 2014 teilweise, nämlich für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 9: Fotografische, Film-, optische Apparate und -instrumente; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Software; Computerprogramme; Spiele (Software); auf Datenträger aufgezeichnete Computerspiele; Videospiele als Zusatzgeräte zu Fernsehern und/oder Computern; E-Books; elektronische Publikationen; elektronisch gespeicherte Daten aller Art (herunterladbar), einschließlich digitaler Daten; bespielte Ton-, Bild- und Datenträger aller Art (soweit in Klasse 9 enthalten),

auch für interaktive und Multimedia-Anwendungen;
DVDs, CDs, CD-ROMs; E-Book-Reader; 3-D-Brillen;

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Dienstleistungen eines Verlags (ausgenommen Druckerarbeiten), einschließlich elektronisches Publizieren und elektronische Veröffentlichungen, auch im Internet; Herausgabe von Verlags- und Druckereierzeugnissen, auch in elektronischer Form und im Internet; Herausgabe von Texten, ausgenommen Werbetexte; Dienstleistungen eines Ton- und Fernsehstudios; Betrieb von Ton-, Film-, Video- und Fernsehstudios; Ton-, Film-, Video- und Fernsehproduktion; Produktion von Multimedia-Anwendungen; Bereitstellen von elektronischen Publikationen; digitaler Bilderdienst; Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung); Verfassen von Drehbüchern; Vermietung von Ton-, Film-, Video- und Fernsehaufnahmen

Klasse 45: von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse; Vergabe von Lizenzen an gewerblichen Schutz- und Urheberrechten; Lizenzierung von Computersoftware; Lizenzierung von Computerspielen

zurückgewiesen.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, den Begriff „**BASTEI ENTERTAINMENT**“ werde das Publikum dahingehend verstehen, dass es sich bei den zurückzuweisenden Waren und Dienstleistungen um solche unterhaltender Art handelt, die auf

der Felsformation mit Aussichtsplattform in der Sächsischen Schweiz namens Bastei angeboten würden oder einen thematischen Bezug dazu hätten. Alle hier in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen könnten unterhaltender Art sein und einen Bezug zur Bastei haben. Es reiche zudem aus, wenn die Region um die Bastei und nicht die Felsformation selbst gemeint sei. Dass der Begriff „BASTEI“ auch im Firmennamen der Anmelderin enthalten ist, sei unmaßgeblich. Der angemeldete Markenbegriff gebe keinen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen, sondern weise direkt, in glatt beschreibender Form auf Thema und/oder Angebotsort der in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen hin.

Damit könne ein eventuell bestehendes Freihaltebedürfnisses gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dahingestellt bleiben.

Dagegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der Ansicht, der Begriff "Bastei" stelle nach dem normalen Sprachgebrauch keine geographische Herkunftsangabe dar, stamme vielmehr - wie sich aus dem Duden ergebe - aus der mittelalterlichen Befestigungsarchitektur und beschreibe einen "vorspringenden Teil an alten Festungsbauten" oder ein "Bollwerk". Synonym für "Bastei" stünden Begriffe wie "Bastion", "Befestigungsanlage", "Festung" und "Verteidigungsanlage". Auf eben diese Bedeutung gehe auch Name der im angefochtenen Beschluss erwähnten Felsformation in der sächsischen Schweiz zurück. Der normal informierte und verständige Durchschnittsverbraucher werde den Begriff "Bastei" daher mit einer mittelalterlichen Burg oder einer militärischen Befestigungsanlage assoziieren. Dass das Zeichen "Bastei" im Bereich Medien und Unterhaltung unterscheidungskräftig ist, zeige nicht zuletzt auch dessen Bekanntheit für die Anmelderin im Bereich Verlagswesen und Buchdruck. Die Anmelderin beantragt,

„den Beschluss der Markenstelle für Klasse 14 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 06. Februar 2014 aufzuheben und die angemeldete Marke Nr. 302013023959.8/41 – BASTEI

ENTERTAINMENT vollumfänglich in das Markenregister einzutragen.

II.

Die nach §§ 66, 64 Abs. 6 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Einer Registrierung des angemeldeten Zeichens stehen keine Schutzhindernisse aus § 8 Abs. 2 MarkenG entgegen.

Der angemeldeten Wortfolgekombination fehlt für die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen nicht die erforderliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinn dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren und Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Kreise zu beurteilen, wobei auf die Wahrnehmung der Marke durch einen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 943 - SAT.2).

Ausgehend hiervon besitzen Zeichen keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen das angesprochene Publikum für die fraglichen Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet oder wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache bestehen, die stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. EuGH GRUR 2004,

1027, 1029 - Das Prinzip der Bequemlichkeit; BGH GRUR 2009, 949, Rn. 28 - My World).

„Bastei Entertainment“ weist entgegen der Annahme der Markenstelle auch für die noch in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen keine für das inländische Publikum auf der Hand liegende Beschreibung des Inhalts oder der Herkunft dieser Angebote auf.

Denn mit der Anmelderin ist nicht davon auszugehen, dass die angesprochenen, breiten inländischen Verkehrskreise bei „Bastei“ an eine Felsformation mit Aussichtsplattform in der Sächsischen Schweiz namens Bastei denken werden. Im Gegenteil weist Bastei auf eine Befestigungsanlage hin, insoweit kann auf die Beschwerdebegründung vom 6. Juni 2014 verwiesen werden. Es ist danach entgegen der Ansicht in der angefochtenen Entscheidung deutlich, dass der Begriff „Bastei“ für die hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen keine (glatt) beschreibende Bedeutung hat. Als geografische Herkunftsangabe lässt sich eine beliebige Bastion nicht ansehen.

Dass Bastei für die in den Vordergrund der Argumentation der Markenstelle gerückte Felsformation namensgebend gewesen ist, wie die Beschwerdebegründung zutreffend ausführt und belegt, führt nicht dazu, dass das Publikum den Begriff allein synonym für diese Region versteht.

Das angemeldeten Zeichens unterliegt auch keinem Freihaltungsbedürfnis im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, weil „Bastei Entertainment“ keine Merkmalsbezeichnung ist.

Die Vorschrift verbietet es, Zeichen als Marken einzutragen, die ausschließlich aus Teilen bestehen, welche zur Bezeichnung der Beschaffenheit, der Bestimmung, des Wertes oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale von Dienstleistungen dienen können, unabhängig davon, ob und inwieweit sie bereits bekannt sind oder verwendet werden (vgl. Ströbele, FS für Ullmann, S. 425, 428). Unter die Vor-

schrift des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG fallen nämlich nur solche Angaben, die im normalen Sprachgebrauch die angemeldeten Dienstleistungen entweder unmittelbar oder durch Hinweis auf eines ihrer wesentlichen Merkmale bezeichnen können. Bei Zeichen aus mehreren Wörtern müsste ein etwaiger beschreibender Charakter nicht nur gesondert für jedes Wort, sondern auch für das durch die Wörter gebildete Ganze festgestellt werden.

Bei der angemeldeten Bezeichnung handelt es sich nicht um eine freihaltungsbedürftige geographische Angabe. Als Herkunftsangaben kommen zwar auch Bauwerks-Bezeichnungen in Betracht, die einen Ort hinreichend deutlich bezeichnen, was nach obigen Ausführungen aber nicht der Fall ist.

Dr. Albrecht

Hermann

Schmid

Hu