BGH v. 27.04.2006 - I ZB 96/05

Leitsatz

[1] a) "FUSSBALL WM 2006" ist eine sprachübliche Bezeichnung für das Ereignis der Fußballweltmeisterschaft im Jahr 2006, die der Verkehr wegen ihrer allgemeinen Bekanntheit und ihrer begrifflichen Eindeutigkeit stets mit diesem Ereignis als solchem in Verbindung bringt. Ihr fehlt die Eignung, als Unterscheidungsmittel Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen.

b) Eine Bezeichnung, mit der Waren oder Dienstleistungen der Sponsoren einer Sportveranstaltung von Produkten der Nichtsponsoren unterschieden werden sollen, muss, wenn sie als Marke eingetragen werden soll, die allgemeinen Eintragungsvoraussetzungen erfüllen, insbesondere auch über hinreichende Unterscheidungskraft verfügen.

c) Eine begriffliche Kategorisierung entsprechender Kennzeichnungen als "Ereignismarken" oder "Eventmarken" ist insoweit bedeutungslos; sie kann insbesondere nicht zu geringeren Anforderungen an die Schutzvoraussetzungen derartiger Bezeichnungen führen. Auch eine "Ereignismarke" kann nur dann als Marke eingetragen werden, wenn sie die Eintragungsvoraussetzungen erfüllt, also insbesondere (auch) über hinreichende Unterscheidungskraft verfügt.

Gesetz(e):

MarkenG § 8 Abs. 2 Nr. 1; MarkenG § 8 Abs. 2 Nr. 2

Instanzenzug:

03.08.2005

Gründe

A. Die am 26. März 2001 angemeldete Wortmarke Nr. 301 19 919

FUSSBALL WM 2006

ist am 18. Juli 2002 für folgende Waren und Dienstleistungen eingetragen worden (die unterschiedliche Druckweise gibt darüber Auskunft, hinsichtlich welcher Waren und Dienstleistungen der Löschungsantrag beim Bundespatentgericht Erfolg hatte):

"unbelichtete Filme; Gerbstoffe; künstliche Süßungsmittel; Kulturerde; Düngemittel; Torf als Dünger;

Kosmetika; Seifen; kosmetische Badezusätze; Parfums; Kölnischwasser; Vor- und Nachrasurlotionen; Rasiercremes; Shampoos, Haarspülungen; Zahnpasta, Mundwässer; Deodorants und Schweißhemmer für den privaten Gebrauch; Pflegecremes, Hautcremes, Gesichtsreinigungscremes, Make-up-Entferner; Sonnenschutzlotionen; Haarlotionen, Haarlacke; Make-ups, Lidschatten, Gesichtspuder, Kosmetikstifte; dekorative Abfüllungen für Kosmetikzwecke; Reinigungs-, Polier-, Spül-, Scheuermittel für Haushaltszwecke; Waschpulver; synthetische Haushaltsreiniger; Schuhpolitur und -cremes; Ledercremes; Polierwachs;

Schmiermittel; Motorenöle und -kraftstoffe; Kerzen; Wachse für gewerbliche Zwecke; Lederfette; Torf als Brennstoff;

pharmazeutische Produkte; medizinischer Kaugummi; Material für Zahnfüllungen, zahntechnisches Wachs; medizinische Hygieneprodukte; Damenhygieneprodukte; Fungizide, Herbizide; Augenmedikamente; medizinischer Tee; medizinische Nahrungszusätze; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke; diätetische Erzeugnisse für nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Vi-

1 Nachschlagewerk: ja; BGHZ: ja; BGHR: ja

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

taminen, Mineralstoffen, Spurenelementen; Babynahrung; Vitaminprodukte; Luftauffrischungsmittel; Geruchsverbesserer für Fahrzeuge;

Aluminiumfolie; Geldklammern; Figurinen und Ornamente aus unedlem Metall; magnetische Dekorationen; Statuen, Statuetten, Skulpturen und Trophäen aus gewöhnlichem Metall oder Legierungen davon; Spielscheiben ("Pogs") aus Metall; fest angebrachte Serviettenspender aus Metall; Küchenaluminiumfolie; ortsfeste Handtuchspender aus Metall; Eisen;

Maschinen zur Herstellung kohlensäurehaltiger Getränke; elektrische Dosenöffner; elektrische Messer, elektromechanische Maschinen zur Nahrungsmittelherstellung; Haushaltsrührgeräte; elektrische Schneebesen für Haushaltszwecke; elektrische Fruchtpressen für Haushaltszwecke; elektrische Küchenmaschinen; elektrische Mixer für Haushaltszwecke; Geschirrspüler; Haushaltswaschmaschinen; Wäscheschleudern; Bügelmaschinen; Nähmaschinen; Staubsauger; Bauteile von Kraftmaschinen;

Handwerkzeuge; handbetätigte Geräte für land-, garten- und forstwirtschaftliche Zwecke, für den Maschinen-, Apparate- und Fahrzeugbau sowie die Bautechnik; elektrische oder nichtelektrische Rasierer, einschließlich Rasierklingen; Messerwaren; Gabel und Löffel; Haarentfernungsgeräte; Pinzetten; Lockenstäbe; Küchenscheren; Schraubendreher;

Brillen, Sonnenbrillen, Etuis und Bänder für Sonnenbrillen und Brillen; Ferngläser; Magnete und dekorative Magnete; Kompasse; Geräte zur Aufnahme, Übermittlung und Wiedergabe von Bild und Ton; Fernsehgeräte; Radios; Videorecorder; CD-Spieler; DVD-Spieler; Lautsprecher; Kopfhörer; Computer; datenverarbeitende Geräte; Computertastaturen; Computerbildschirme; Modems; elektronische Taschenübersetzer; Diktiergeräte; elektronische Notebooks; Scanner; Drucker; Fotokopierer; Faxgeräte; Telephone; Anrufbeantworter; Videotelephone; Zellulartelefone; Rechenmaschinen; Kreditkartenlesegeräte; Bankautomaten; Videokameras, Camcorders; photographische Ausrüstung, Kameras, Projektoren, belichtete Filme, Diapositive; Blitzlampen, Kameratasche, Batterien; elektronische Handspiele ausschließlich zur Verwendung mit Fernsehgeräten; Videospiele; Videospielgeräte; Spielautomaten, nämlich Arcadenspiele; Videospielkassetten; aufgezeichnete Computersoftware einschließlich Software für Spiele; Computerprogramme und -datenbanken; Bildschirmschonerprogramme für Computer; magnetische, leere oder bespielte, digitale oder analoge Ton- und Bildträger, Videobänder, Magnetbänder, Magnetplatten, DVDs, Disketten, optische Disketten, Kompaktdisketten, CD-ROMs; leere oder mit Musik, Ton oder Bildern (die animiert sein können), bespielte Videodisketten; Hologramme; (codierte) Magnetkarten; Speicherkarten; Mikrochipkarten; magnetische Kredit-, Telefon-, Bankautomaten-, Reise- und Unterhaltungs-, Scheck- und Abrechnungskarten; Sicherheitsalarme; elektronische Verkaufsautomaten; Windmesser, nämlich Luftsäcke; Entfernungsmessgeräte; Geschwindigkeitsmess- und -anzeigegeräte; in elektronischer Form, über CD-ROM, Datenbanken oder das Internet gelieferte Veröffentlichungen; Zeichentrickfilme, insbesondere für Werbezwecke;

Diagnosegeräte für medizinische Zwecke; medizinische Messapparate und -instrumente; Massagegeräte zum privaten Gebrauch; Gymnastikgeräte für medizinische Zwecke; medizindiagnostische Anzeigegeräte; Säuglingsflaschen; Kondome; Stützbandagen; Eis- und Wärmebeutel für medizinische Zwecke; Handschuhe für medizinische Zwecke;

Taschenlampen; Tischlampen; dekorative Lampen; Lampenschirme; Glühlampen; Glühbirnen; Leuchten; Fahrradlampen; Kühlschränke; Gefriergeräte; Herde; Gasherde; Elektrokocher; Grillgeräte, Küchenherde, Mikrowellengeräte; elektrische Kaffeemaschinen; elektrische Kochkessel; elektrische Brotröster; elektrische Friteusen; elektrische Wäsche- und Haartrockner; Heizgeräte; Luftbefeuchter, Luftreiniger; Wasserfilter; Trinkwasserbrunnen; Ventilatoren für den privaten Gebrauch;

Fahrräder, Motorräder, Automobile, Lastwägen, Wohnmobile, Busse, Kühlfahrzeuge, Flugzeuge und Boote; Ballone, Luftschiffe; Fahrzeugsonnenblenden; Sportfelgen und -reifenabdeckungen,

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

Fahrzeugsitzbezüge; Kinderwagen; Kinderbuggies, Fahrzeugsitze für Babies und Kinder; Dachträger für Automobile; Fahrzeugkraftmaschinen und -bauteile;

Juwelierwaren; Armbanduhren, Uhren; Medaillons, Anhänger; Broschen; Schmucknadeln (Juwelierware); verkäufliche Team- und Spielernadeln (Juwelierware); Schmucknadeln und Anstecker; Krawattenklammern und -nadeln; Manschettenknöpfe; Gedenkmünzen; Becher und Teller; Siegertrophäen, Statuen und Skulpturen; Teekannen; Spielscheiben ("Pogs"); Aschenbecher und Zigarettenetuis; dekorative Schlüsselanhänger; Münzen; Figurinen und Ornamente; Medaillen; alle vorgenannten Waren aus Edelmetall;

Musikinstrumente, Spieldosen; elektrische und elektronische Musikinstrumente;

Geldklammern für Banknoten; Papiertischdecken; Servietten; Tischwäsche; Papiertüten; Einladungskarten; Grußkarten; Geschenkpapier; Papierdeckchen und Platzmatten aus Papier; Papier- oder Plastikmülltüten; Tüten zur Nahrungsmittelaufbewahrung; Kaffeefilter aus Papier; Etiketten (nicht aus Textilien), Papierhandtücher; feuchte Papierhandtücher; Toilettenpapier; Kosmetiktücher, Papiertaschentücher; Babywindeln aus Papier; Schreibwaren- und Schulbedarf (Apparate ausgenommen); Schreibmaschinenpapier, Kopierpapier, Briefumschläge, Themenblöcke, Notizblöcke, Notizpapier; Schreibpapier, Schmierpapier; Einbandpapier; Ordner, Aktendeckel, Buchhüllen; Malblocks, Zeichenblocks, Spiel- und Rätselbücher; Leuchtpapier; Klebezettel; Krepppapier; Seidenpapier; Büro- und Heftklammern; Konfetti; Papierfahnen; Papierfähnchen; Papierlaternen; Schreibinstrumente; Füller; Stifte; Kugelschreiber; Füllersets; Stiftsets; Filzstifte; Füller mit Rollspitze; Markierstifte; Tinte; Stempel; Stempelkissen, Gummistempel; Malkasten; Mal- und Zeichenstifte; Kreide, Dekorationen für Stifte; Druckformen; Magazine; Zeitungen; Bücher und Tageszeitungen, insbesondere über Sportler und Sportereignisse; gedrucktes Lehrmaterial; Zeitpläne (zur Aufzeichnung von Ergebnissen); Veranstaltungsprogramme, Veranstaltungsalben, Fotoalben, Autogrammbücher, Adressenbücher; Tagebücher; Zeitplaner; Straßenkarten; Spielkarten; Eintrittskarten; Rubbelkarten; Schecks; gedruckte Fahrpläne; Flugblätter und Broschüren; Comic Strips; Sammelkarten; Autoaufkleber; Aufkleber; Aufkleberalben; Kalender; Poster; Fotos; Postkarten; Werbeschilder und -transparente und Werbematerial aus Papier; Abziehbilder; Bürobedarf (außer Möbeln); Korrekturflüssigkeiten; Radiergummis; Bleistiftspitzer; Ständer für Schreibutensilien; Reißzwecken; Lineale; Klebeband für Schreibwaren; Spender für Klebeband; Hefter; Schablonen; Papierscheren; Dokumentenhalter; Klemmtafeln; Notizblockhalter; Bücherstützen; Bücherständer; Stempel; Kredit-, Telefon-, Bankautomaten-, Reise- und Unterhaltungs-, Scheck- und Abrechnungskarten aus Papier oder Karton (nicht codiert); Fahnen (aus Papier); Wimpel (aus Papier);

Leder und Lederimitat; Regenschirme; Sonnenschirme; Sporttaschen (andere als diejenige, die Produkten angepasst sind, die sie enthalten sollen); Freizeittaschen; Reisetaschen, Rucksäcke; Transporttaschen; Schultaschen; Gürteltaschen; Handtaschen; ballförmige Taschen aus Leder; Strandtaschen; Koffer; Reisetaschen; Aktentaschen; Kosmetikkoffer (leer); Toilettentaschen; Schlüsseltaschen; Dokumententaschen; Ausweismäppchen; Brieftaschen; Geldbörsen; Schecktaschen;

Spiegel; Artikel aus Plastik, soweit in Klasse 20 enthalten; Statuen, Figurinen, Trophäen, Anhängerschilder (uncodiert), zB Namensschilder, Schlüsselkarten (uncodiert), Kreditkarten (uncodiert), dekorative Schlüsselanhänger, alle aus Plastik; Kissen; Sitzkissen für Automobile; Dachträger für Automobile; Schlafsäcke; Möbel; Sitzmöbel für innen und außen; Regale (Möbel); transportable Bauten aus Metall; Küchenhandtuchspender (nicht aus Metall); Kleiderbügel; aufblasbare Werbeobjekte; Bücherregale; Ständer für Schreibwaren; Spielscheiben ("Pogs"), nicht aus Metall; Figurinen und Ornamente aus Holz, Wachs, Gips oder Kunststoff;

(nicht elektrische) Haushalts- oder Küchenutensilien und -behältnisse, nicht aus Edelmetall oder damit beschichtet; Bierkrüge, Becher, Tassen und Trinkgläser, Platten und Teller, Untersetzer, keines davon aus Edelmetall; Teekannen (nicht aus Edelmetall); isolierte Küchenhandschuhe; Haushaltshandschuhe; Flaschenöffner; Getränkeflaschen; Thermoskannen; nicht elektrische Nahrungs-

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

und Getränkekühler; Papierhandtuchspender (aus Metall); Kämme und Haarbürsten; Zahnseide; Statuen, Skulpturen und Trophäen aus Porzellan, Terrakotta oder Glas, die mit dem Fußballsport zu tun haben; Figurinen und Ornamente aus Porzellan, Ton oder Glas;

Schlafsäcke (gesteppt); Bettlaken; Steppdecken; Überwürfe; Kissenbezüge; Vorhänge und Duschvorhänge aus Textilien und aus Kunststoff; Vorhangstoffe; Textilhandtücher; Badetücher; Geschirrtücher; Geschirrhandtücher; Decken; Stofftaschentücher; Wandbehänge; Flaggen; Fahnen (nicht aus Papier); Wimpel (nicht aus Papier); Tischwäsche aus Textilien; Etiketten (Stoff); Bügelbilder;

Bekleidung; Schuhe; Kopfbedeckung; Hemden; Strickhemden; Pullover und Trikots; T-Shirts; ärmellose Trikots; Kleider; Röcke; Unterwäsche; Badekleidung; kurze Hosen; lange Hosen; Sweater; Mützen; Kappen; Hüte; Schals; Kopftücher; Schirmmützen; Trainingsanzüge; Sweatshirts; Jacken; Blazer; Regenkleidung; Mäntel; Uniformen; Krawatten; Schweißbänder, Stirnbänder; Schürzen; Lätzchen; Schlafanzüge; Kleinkind- und Kinderbekleidung; Socken und Strümpfe; Strumpfbänder; Gürtel; Hosenträger; Handschuhe (Bekleidung);

Borten; Quasten; Bänder; Knöpfe; Nadeln; Nähkästchen; Pailletten für Kleidung; Medaillons und Anstecker für Kleidung (mit Ausnahme derjeniger aus Edelmetall), Broschen für Kleidung; Nadeln für Mützen (mit Ausnahme derjeniger aus Edelmetall); Haarnetze, Haarbänder; Haarnadeln; Haarschleifen oder anderer Haarschmuck; Medaillons aus unedlem Metall; Nadeln aus unedlem Metall; Anstecker aus Plastik;

Teppiche, Vorleger, Matten (auch für Autos); Geflechte, Linoleum und andere Materialien zum Belegen eines vorhandenen Bodens; Holzbodenbeläge, Kunstrasen, Strandmatten;

Spiele und Spielzeuge; Sportbälle; Brettspiele; Tische für Tischfußball; Stoffpuppen und -tiere; Spielzeugautos; Puzzles; Ballone; aufblasbare Spielzeuge; Spielscheiben ("Pogs"); Fußballausrüstung; Fußbälle; Sporthandschuhe, insbesondere Fußballhandschuhe, Boxhandschuhe und Baseballhandschuhe; Knieschoner; Ellenbogenschoner; Schulterschoner; Schienbeinschoner; Fußballtore; Sporttaschen und -behälter zum Tragen von Sportartikeln; Partyhüte (Spielzeug); handbetriebene elektronische Spiele, andere als diejenigen, die nur für den Gebrauch mit Fernsehgeräten ausgelegt sind; Schaumgummihände;

Fleisch; Fisch; Geflügel; Wild; konservierte Fleischextrakte; gekochtes Obst und Gemüse; Dosenfrüchte und -gemüse; genießbare Öle und Fette; Kartoffelchips; Pommes frites; verarbeitete Nüsse; Marmeladen; Eingemachtes; Konfitüren; Milch; Milchprodukte; Molkereiprodukte; Käse; diätetische Erzeugnisse für nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Proteinen;

Kaffee; Tee; Kakao; Zucker; Honig; Kaffee-Ersatz; Mehl; Getreidepräparate; Getreide; Brot; feine Backwaren; Kuchen; Kekse; Cracker; Bonbons; Eiskrem; Konfekt; Reis; Maischips; Senf; Essig; (Würz-)Saucen; Gewürze; Salz; Nahrungsmittelzusätze (nicht für medizinische oder diätetische Zwecke); diätetische Erzeugnisse für nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Kohlehydraten;

Tiernahrung; Grassamen; frische Früchte; frische Beeren; frisches Gemüse; Blumen; Tierstreu; Rasen, Torfstreu für Tiere;

alkoholfreie Getränke; Sirup und Pulver zur Herstellung alkoholfreier Getränke; Mineralwasser und mit Kohlensäure versetztes Wasser; andere nichtalkoholische Getränke; Frucht- und Gemüsesäfte; geeiste Fruchtgetränke; Bier, helles Bier;

alkoholische Getränke (Bier ausgenommen);

Streichhölzer; Feuerzeuge; Zigarettenetuis, nicht aus Edelmetall, Aschenbecher, nicht aus Edelmetall, Raucherartikel aus unedlem Metall; Zigaretten; Tabak;

Betrieb von Stellenvermittlungsagenturen; Dienstleistungen einer Personalvermittlungsagentur; Dienstleistungen im Bereich Werbung; Dienstleistungen einer Werbeagentur; Dienstleistungen

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

im Bereich Internet-Werbung; Werbeverbreitung; Dienstleistung zur Vermietung von Reklameflächen; Werbeplatzdienste; Dienstleistung für Reklamefläche; Fernseh- und Rundfunkwerbung; Filmwerbung; Dienstleistungen einer Promotionsagentur für Werbung; Dienstleistungen einer Promotionsagentur für Sport und Öffentlichkeitsarbeit; Marktforschungsdienste; Markterhebungsdienste; Organisation der Werbung für Handelsmessen; Datenbankverwaltungsdienste; Erstellen und Herausgeben von Statistiken und Sportaufzeichnungen; Dienstleistungen im Bereich Datenaufnahme und Veröffentlichungen statistischer Informationen über sportliche Leistungen; Werbung für Fußballveranstaltungen; Betrieb eines elektronischen Marktes im Internet durch Online-Vermittlung von Verträgen über die Anschaffung von Waren;

Abwickeln von Geldgeschäften mit Kreditkarten; Ausgabe von Kreditkarten; Ausgabe von Reiseschecks; Finanzierungsdienste; Bankdienste; Kredit- und Darlehensvermittlung; Versicherungsdienste; Leasinggeschäfte, insbesondere Leasing von Bild- und Tonaufzeichnungen; finanzielle Unterstützung von Sportveranstaltungen;

Fahrzeugreinigung; Schmierdienste für Fahrzeuge; Fahrzeugwartung; Fahrzeugreparatur; Dienstleistungen eines Bekleidungsausstatters, nämlich Ausbessern von Bekleidungsstücken; Reinigen von Bekleidungsstücken;

Kommunikations- und Telekommunikationsdienste; Kommunikation durch Mobiltelefone; Kommunikation durch Telex; Kommunikation durch mit Telekommunikationsnetzwerken verbundenen elektronischen Computerterminals, Datenbanken und Internet; Kommunikation durch Fernschreiber; Kommunikation durch Telefon; Kommunikation durch Telefax; Funkruf; Kommunikation durch Telekonferenz; Fernsehübertragungen; Kabelfernsehübertragungen; Rundfunkübertragungen; Dienstleistungen einer Presse- und Informationsagentur; elektronische Nachrichtenübermittlung; Sammeln und Liefern von Pressemeldungen; Übermittlung von Nachrichten; Vermietung von Telefon-, Fax- und anderen Kommunikationsgeräten; Übertragen einer kommerziellen Internetseite; Radio- und Fernsehprogramm- und Verbreitungsdienste über das Internet; elektronische Nachrichtenübertragung; Bereitstellen eines Computer-Zugangs zu "schwarzen Brettern" (Informations- und Annoncenanschlagtafeln) und Echtzeit-Chatforen; Übertragung von Nachrichten und Bildern über Computer; Bereitstellen eines Zugriffs auf private und geschäftliche Einkaufs- und Bestelldienste über Computer und/oder interaktive Kommunikationstechnologien; Ausstrahlung von Fernseh- und Radiowerbung;

Dienstleistungen eines Reisebüros; Fluglinien-, Bahn-, Bus- und Wohnmobilbeförderungsdienste; Boottransport; Bootsausflugdienste; Ausflugsorganisationsdienste; Fahrzeugmietdienste; Parkplatzdienste; Taxidienste; Frachtversanddienste; Versorgung mit Wasser, Wärme, Gas oder Elektrizität; Müllbeseitigungsdienste; Reservierungsdienste für Reisen; Verteilung von Zeitungen, Magazinen und Büchern; Post-, Kurier- und Lieferdienste; Lagerdienste; Verteilung von Lösungsmitteln, Paraffin, Wachs, Bitumen und Erdöl, mit Ausnahme von flüssigem Erdgas, für Dritte;

Entwickeln von Filmen für Spielfilme; Vergrößern von Photographien; Drucken von Photographien, Entwickeln von Filmen für Photographien; Leasen oder Mieten von Maschinen und Geräten zum photographischen Entwickeln, Drucken, Vergrößern oder Endbearbeiten; Dienstleistungen eines Bekleidungsausstatters, nämlich Anfertigung von Bekleidungsstücken; Maßanfertigung von Bekleidungsstücken;

Ausbildung; Bereitstellen von Training; Unterhaltung, Organisation von Lotterien und Wettbewerben; Wett- und Spieldienste, die sich auf Sport beziehen oder damit in Zusammenhang stehen; Unterhaltung bei oder im Zusammenhang mit Sportveranstaltungen; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen und Aktivitäten; Organisation von Sportwettbewerben; Bewerben von Fußballveranstaltungen; Organisation von Fußballveranstaltungen, nämlich Fußballweltmeisterschaften; Vermietung von Sporteinrichtungen; Anmietung von Sporteinrichtungen zur Nutzung durch Dritte; Vermietung von Audio- und Videoaus-

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

rüstungen; Radio-, Fernsehprogramm-, Videoband-, Zeichentrickfilm- und Zeichentrickfernsehprogrammproduktion; im Sinne künstlerisch-kreativer Produktion; Präsentation, Vernetzung von Filmen und Bild-, Ton- und Videoaufnahmen; Präsentation von interaktiver Ausbildung und Unterhaltung, interaktiver CDs, CD-ROMs, Computerprogramme und Spiele; Präsentation, Vernetzung und/oder Vermietung interaktiver CDs, CD-ROMs, Computerprogramme und Spiele; Dienstleistung im Zusammenhang mit Radio- und Fernsehausstrahlung von Sport und Sportveranstaltungen; Dienstleistung zur Herstellung von Radio- und Fernsehprogramm- und Videobandaufnahmen; Sitzplatzreservierung für Shows und Sportveranstaltungen; Zeitmessung von Sportveranstaltungen; Organisation von Schönheitswettbewerben; interaktive Unterhaltung; online-Spieledienste; Bereitstellen von Spielen über das Internet; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften; Förderung von Veranstaltungen für kulturelle und sportliche Zwecke in Form von Zurverfügungstellung von Einrichtungen zur Verpflegung und Unterhaltung von Gästen;

Verpflegung von Gästen, insbesondere Schnell- und Zwischenverpflegungen in Cafeterien und Restaurants; Cateringdienste; Zimmervermittlung; Zimmerreservierung in Hotels; Dolmetschdienste; Foto-, Audio- und Videoaufnahmeproduktionsdienste; Druckdienste; Miete einer Zugriffszeit auf einen zentralen Datenbankrechner; Dienstleistungen eines Computer-Beraters; Datenverarbeitung (Programmieren); Entwicklung von Computersoftware; Wach- und Sicherheitsdienste; medizinische, zahnmedizinische, klinische und Krankenhausdienste; Arzneimitteluntersuchungen; Damen-, Herrenfriseur- und Schönheitssalondienste; Uniformverleih; Dienstleistungen eines Bekleidungsausstatters, nämlich Vermietung von Bekleidungsstücken; Lizenzvergabe von geistigen Eigentumsrechten; Datenbankerstellungsdienste; Lizenzvergabedienste für Datenbanken; Archivierungsdienste für stehende und bewegte Bilder; Aufnahme von fremden Websites im Internet."

Die Rechtsvorgängerin der Antragstellerin zu 1 und die Antragstellerin zu 2 haben die vollständige Löschung der Marke beantragt, die Antragstellerin zu 3 hat die Löschung nur für die beanspruchten Waren der Klasse 14 ["Juwelierwaren; Armbanduhren, Uhren; Medaillons, Anhänger; Broschen, Schmucknadeln (Juwelierware); verkäufliche Team- und Spielernadeln (Juwelierware); Schmucknadeln und Anstecker; Krawattenklammern und -nadeln; Manschettenknöpfe; Gedenkmünzen; Becher und Teller; Bierkrüge; Siegertrophäen, Statuen und Skulpturen; Teekannen; Spielscheiben ("Pogs"); Aschenbecher und Zigarettenetuis; dekorative Schlüsselanhänger; Münzen; Figurinen und Ornamente; Medaillen; alle vorgenannten Waren aus Edelmetall"] begehrt. Zur Begründung haben die Antragstellerinnen ausgeführt, die angegriffene Marke sei entgegen §§ 3, 8 Abs. 2 Nr.1 und 2 MarkenG eingetragen worden. Die Markenanmeldung sei zudem sittenwidrig gewesen.

Die Markeninhaberin hat der Löschung widersprochen.

Die Markenabteilung 3.4. des Deutschen Patent- und Markenamts hat den Löschungsanträgen stattgegeben.

Auf die Beschwerde der Markeninhaberin hat das Bundespatentgericht den Beschluss der Markenabteilung insoweit aufgehoben, als die Marke aufgrund der Löschungsanträge der Antragstellerinnen zu 1 und 2 für die in der obigen Aufstellung kursiv gedruckten Waren und Dienstleistungen gelöscht worden ist (BPatG GRUR 2005, 948). Unter Zurückweisung der Beschwerde der Markeninhaberin im Übrigen hat das Bundespatentgericht die Löschungsanträge der Antragstellerinnen zu 1 und 2 insoweit zurückgewiesen.

Mit Schriftsatz vom 4. April 2006 hat die Markeninhaberin gegenüber dem Deutschen Patent- und Markenamt auf die Dienstleistung "Organisation und Bewerbung von Fußballveranstaltungen" verzichtet.

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

Mit der vom Bundespatentgericht zugelassenen Rechtsbeschwerde, deren Zurückweisung die Antragstellerinnen zu 1 und 2 beantragen, verfolgt die Markeninhaberin ihr Begehren, die Löschungsanträge insgesamt zurückzuweisen, mit der Beschränkung weiter, dass die Zurückweisung der Löschungsanträge nicht mehr hinsichtlich der Dienstleistung "Organisation und Bewerbung von Fußballveranstaltungen" begehrt werde. Die Antragstellerin zu 2 wendet sich mit ihrer Rechtsbeschwerde gegen den angefochtenen Beschluss, soweit die Beschwerde der Markeninhaberin Erfolg hatte. Die Markeninhaberin beantragt, die Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 zurückzuweisen.

B. Das Bundespatentgericht hat die Löschungsanträge für teilweise begründet erachtet, weil für einen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen die Eintragungshindernisse des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und des Freihaltungsbedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG im Zeitpunkt der Eintragung bestanden hätten und auch noch im Zeitpunkt der Beschwerdeentscheidung bestünden. Hinsichtlich der übrigen Waren und Dienstleistungen hat es die Löschungsanträge der Antragstellerinnen zu 1 und 2 zurückgewiesen. Zur Begründung hat es ausgeführt:

Der Löschungsantrag nach § 50 Abs. 1 i.V. mit § 3 MarkenG habe keinen Erfolg. "FUSSBALL WM 2006" sei als Kombination aus einem Wort, einer Abkürzung und einer Jahreszahl abstrakt markenfähig. Eine Löschung nach § 50 Abs. 1 i.V. mit § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG komme nicht in Betracht. Die grundsätzliche Vermutung, dass der Inhaber der Marke einen Benutzungswillen habe, sei nicht widerlegt. Die Absicht, die Marke der Benutzung durch einen Dritten zuzuführen, reiche aus.

Es bestehe jedoch für einen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. "WM" sei als Abkürzung für "Weltmeisterschaft" eine im Sport übliche Bezeichnung für einen internationalen Wettbewerb. "FUSSBALL" beschreibe die Sportart und die Jahreszahl 2006 die zu verschiedenen Terminen veranstalteten Wettkämpfe nach dem Jahr ihrer Durchführung. "FUSSBALL WM 2006" beschreibe damit insgesamt einen internationalen Fußballwettkampf im Jahr 2006. Dritten müsse es unbenommen bleiben, frei von Monopolrechten mit der Bezeichnung "FUSSBALL WM 2006" darauf hinzuweisen, dass sich ihre Angebote auf eine Fußballweltmeisterschaft im Jahre 2006 bezögen, dabei zum Einsatz kämen oder sich bei einer solchen bewährt hätten. Ein Freihaltebedürfnis bestehe für Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Durchführung von Sportwettbewerben und Fußballveranstaltungen, und zwar als beschreibende Angabe für die auf diese Veranstaltung bezogenen Waren und Dienstleistungen. Alle üblicherweise mit einer solchen Veranstaltung verbundenen Dienstleistungen wie Unterhaltung, kulturelle Aktivitäten, Organisation von Sportveranstaltungen, Reisedienste, Werbung, Vermittlung von Sporteinrichtungen sowie Bewirtung, Verpflegung und Unterhaltung von Gästen seien vom Freihaltebedürfnis umfasst. Als Inhaltsangabe freihaltebedürftig sei "FUSSBALL WM 2006" außerdem für Medienprodukte und Dienstleistungen, die die mediale Auswertung und Vermarktung derartiger Veranstaltungen zum Gegenstand hätten. Der beschreibende Charakter des Veranstaltungsnamens betreffe auch die hierfür eingesetzten Hilfsmittel und Hilfsleistungen, wie z. B. Sport- und Fanartikel, Schuhe und Bekleidung, Berechtigungssysteme, Reisedienstleistungen, Messungen, Promotion, Arbeitsvermittlung, Ausbildung und Andenken. Hinsichtlich dieser Waren und Dienstleistungen fehlt der Marke nach Ansicht des Bundespatentgerichts wegen ihres beschreibenden Gehalts auch jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Die insoweit bestehenden Eintragungshindernisse seien nicht durch Verkehrsdurchsetzung beseitigt. Der Nachweis der Verkehrsdurchsetzung scheitere am Fehlen einer markenmäßigen Verwendung. Die Marke werde bisher immer nur zusammen mit der Angabe "FIFA" und (teilweise zusätzlich) mit dem Logo der Markeninhaberin verwendet. Dies stelle keine ausreichende Benutzung dar, die der Identifizierung der Ware oder Dienstleistung als von einem bestimmten Unternehmen

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

stammend diene, da die Angabe "FIFA" und das Logo zumindest deutlich kennzeichnungskräftiger seien und dem Verbraucher nicht nahe legten, daneben auch "FUSSBALL WM 2006" als (Zweit)Marke zu verstehen. Außerdem sei eine Verkehrsdurchsetzung nicht gegeben, weil keine ausreichende Zuordnung zur Inhaberin der angegriffenen Marke erkennbar sei.

Kein Freihaltebedürfnis bestehe dagegen für technische Geräte und Dienstleistungen, die alltäglich Verwendung fänden, wie Fernsehgeräte, Radios, Videorekorder, Kameras u.ä. Diese könnten zwar für eine Berichterstattung erforderlich sein, würden aber nicht mit der Inhaltsangabe der Berichte beschrieben. Ebenso wenig bestehe ein Freihaltebedürfnis für Merchandisingartikel und -angebote, soweit es sich um Waren oder Dienstleistungen handele, die sonst keinen Bezug zu der Veranstaltung hätten. Bei diesen Produkten, die - anders als etwa Bälle - keine Eigenschaften aufwiesen, die für eine spezielle Veranstaltung charakteristisch seien, sei ein ausschließlich beschreibender Sinngehalt weder ersichtlich noch nahe liegend. Soweit ein Freihaltebedürfnis nicht bestehe, könne auch nicht mit der für eine Löschung erforderlichen Sicherheit festgestellt werden, dass es der angegriffenen Marke an jeglicher Unterscheidungskraft fehle.

C. Die zulässige Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin hat keinen Erfolg. Die Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 führt zur Aufhebung des angefochtenen Beschlusses und zur Zurückverweisung, soweit das Bundespatentgericht auf die Beschwerde der Markeninhaberin den Löschungsantrag der Antragstellerin zu 2 teilweise zurückgewiesen hat.

I. Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin

Die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin ist unbegründet, weil das Bundespatentgericht das Vorliegen der Löschungsgründe gemäß § 50 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG rechtsfehlerfrei bejaht hat.

1. Das Bundespatentgericht hat angenommen, die Streitmarke habe beschreibenden Charakter. "FUSSBALL WM 2006" beschreibe einen internationalen Fußballwettkampf im Jahr 2006. Nach den Feststellungen des Bundespatentgerichts beschreibt "FUSSBALL WM 2006" damit für einen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen deren Art, Inhalt oder Bestimmung oder bezeichnet sonstige Merkmale im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Hinsichtlich dieser Waren und Dienstleistungen fehlt der Angabe "FUSSBALL WM 2006" nach Auffassung des Bundespatentgerichts aus denselben Gründen, aus denen ein Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besteht, jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Diese Beurteilung hält den Angriffen der Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin stand.

2. Die Eintragungshindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG (Art. 3 Abs. 1 lit. b und c MarkenRL) sind, auch wenn sich ihre Anwendungsbereiche überschneiden, voneinander unabhängig und gesondert zu prüfen, wobei jedes Eintragungshindernis im Licht des Allgemeininteresses auszulegen ist, das ihm jeweils zugrunde liegt (EuGH, Urt. v. 8.4.2003 - C-53/01 bis C-55/01, Slg. 2003, I-3161 Tz. 67 = GRUR 2003, 514 = WRP 2003, 627 - Linde, Winward, Rado; Urt. v. 12.2.2004 - C-363/99, Slg. 2004, I-1619 = GRUR 2004, 674 Tz. 67/68 - Postkantoor, m.w.N.). An das Vorliegen der Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG dürfen daher nicht wegen eines möglichen Freihaltungsinteresses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erhöhte Anforderungen gestellt werden (vgl. BGH, Beschl. v. 1.3.2001 - I ZB 54/98, GRUR 2001, 1042, 1043 = WRP 2001, 1205 - REICH UND SCHOEN; Beschl. v. 17.5.2001 - I ZB 60/98, GRUR 2001, 1043, 1045 = WRP 2001, 1202 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten, m.w.N.).

3. Die Unterscheidungskraft einer Marke ist im Hinblick auf jede der Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, zu beurteilen, wobei es auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise ankommt (EuGH GRUR 2004, 674 Tz. 73, 75 - Postkantoor; EuGH, Urt. v. 7.10.2004 - C-136/02 P, Slg. 2004, I-9165 Tz. 19 = GRUR Int. 2005, 135 - Maglite; Urt. v. 16.9.2004 - C-404/02, Slg. 2004, I-8499 Tz. 23 = GRUR Int. 2005, 42 - Nichols; Urt. v. 7.7.2005 - C-353/03, GRUR 2005, 763 Tz. 25 = WRP 2005, 1159 - Nestlé/Mars). Dabei ist auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines nor-

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

mal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen (vgl. EuGH, Urt. v. 16.9.2004 - C-329/02 P, Slg. 2004, I-8317 Tz. 24 = GRUR Int. 2005, 44 - SAT 2; EuGH GRUR Int. 2005, 135 Tz. 19 - Maglite). Unterscheidungskraft i.S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG (Art. 3 Abs. 1 lit. b MarkenRL) ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR Int. 2005, 135 Tz. 29 - Maglite; BGHZ 159, 57, 62 - Farbige Arzneimittelkapsel; BGH, Beschl. v. 16.12.2004 - I ZB 12/02, GRUR 2005, 417, 418 = WRP 2005, 490 - BerlinCard, m.w.N.). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab zugrunde zu legen, sodass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden. Für die Beurteilung der Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 1 Nr. 1 und 2 MarkenG ist unerheblich, wer die Marke angemeldet hat (BGH, Beschl. v. 3.11.2005 - I ZB 14/05, WRP 2006, 475 - Casino Bremen; vgl. ferner BGH, Beschl. v. 6.7.1995 - I ZB 27/93, GRUR 1995, 732, 734 - Füllkörper).

a) Enthalten die Wortbestandteile einer Bezeichnung einen beschreibenden Begriffsinhalt, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (vgl. BGH, Beschl. v. 1.3.2001 - I ZB 42/98, GRUR 2001, 1151, 1152 = WRP 2001, 1082 - marktfrisch; Beschl. v. 28.6.2001 - I ZB 58/98, GRUR 2001, 1153 = WRP 2001, 1201 - antiKALK; Urt. v. 22.4.2004 - I ZR 189/01, GRUR 2004, 778, 779 = WRP 2004, 1173 - URLAUB DIREKT, m.w.N.). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt eine (hinreichende) Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (vgl. BGH, Beschl. v. 23.10.1997 - I ZB 18/95, GRUR 1998, 465, 468 = WRP 1998, 492 - BONUS). Die Eignung, Waren oder Dienstleistungen ihrer Herkunft nach zu unterscheiden, kommt ferner solchen Angaben nicht zu, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache bestehen, die etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. BGH GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHOEN; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten, m.w.N.).

b) Zu solchen nicht unterscheidungskräftigen Bezeichnungen rechnet auch die sprachübliche Bezeichnung von Ereignissen, und zwar nicht nur für das Ereignis selbst, sondern auch für Waren und Dienstleistungen, die vom Verkehr mit diesem Ereignis in Zusammenhang gebracht werden, sei es als Sonderanfertigung, als Sonderangebot oder als notwendige oder zusätzliche Leistung aus Anlass dieses Ereignisses. Die Gemeinfreiheit der den Anlass beschreibenden Angabe steht deren herkunftshinweisenden Zuordnung zu einem bestimmten Unternehmen entgegen. Das aktuelle Ereignis macht dessen umgangssprachliche Benennung nicht zur Marke. Eine begriffliche Kategorisierung entsprechender Kennzeichnungen als "Ereignismarken" oder "Eventmarken" ist insoweit bedeutungslos; sie kann insbesondere nicht zu geringeren Anforderungen an die Schutzvoraussetzungen derartiger Bezeichnungen führen.

(1) Nach Ansicht der Markeninhaberin soll eine von ihr im Anschluss an das von ihr vorgelegte Rechtsgutachten mit "Eventmarke" umschriebene Bezeichnung die mit dieser versehenen Waren

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

oder Dienstleistungen der Sponsoren einer Sportveranstaltung als Produkte des sogenannten Merchandising identifizieren und von Produkten der Nichtsponsoren unterscheiden. Die Benutzung der "Eventmarke" durch einen Sponsor garantiere zwar nicht die Herkunft der mit ihr gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen als solche. Ihre Benutzung identifiziere und kommuniziere aber die Leistung durch die Sponsoren auf dem Markt. Der Veranstalter, der den Sponsoren die Verwendung seiner Marke für deren Produkte oder Dienstleistungen erlaube, stehe für ein bestimmtes Qualitätsniveau ein und stelle sicher, dass bestimmte Produkte oder Dienstleistungen nicht mit der Veranstaltung in Verbindung gebracht werden könnten.

(2) Auch eine "Ereignismarke" kann nur dann als Marke eingetragen werden, wenn sie die Eintragungsvoraussetzungen erfüllt, also insbesondere (auch) über hinreichende Unterscheidungskraft verfügt. Die bei der Beurteilung des Schutzhindernisses des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG maßgeblich zu berücksichtigende Hauptfunktion der Marke, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung zu garantieren, indem sie ihm ermöglicht, diese Ware oder Dienstleistung ohne Verwechslungsgefahr von Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden, bedeutet zugleich, dass die Marke die Gewähr bieten muss, dass alle Waren oder Dienstleistungen, die sie kennzeichnet, unter der Kontrolle eines einzigen Unternehmens hergestellt oder erbracht worden sind, das für ihre Qualität verantwortlich gemacht werden kann (vgl. EuGH, Urt. v. 18.6.2002 - C-299/99, Slg. 2002, I-5475 Tz. 30 = GRUR 2002, 804 = WRP 2002, 924 - Philips/Remington; Urt. v. 12.11.2002 - C-206/01, Slg. 2002, I-10273 Tz. 48 = GRUR 2003, 55 = WRP 2002, 1415 - Arsenal FC). Die Qualitätskontrolle kann in diesem Sinne auch dann in einer Hand liegen, wenn der Markeninhaber im Falle einer Lizenzvergabe die Qualität der mit der Marke versehenen Erzeugnisse des Lizenznehmers beispielsweise dadurch kontrolliert, dass er in den Lizenzvertrag Bestimmungen aufnimmt, die den Lizenznehmer zur Einhaltung seiner Anweisungen verpflichten und ihm die Möglichkeit geben, deren Einhaltung sicherzustellen (vgl. EuGH, Urt. v. 22.6.1994, C-9/93, Slg. 1994, I-1789 Tz. 37 = GRUR Int. 1994, 614 - Ideal Standard II). Nach diesen Grundsätzen kann auch der Veranstalter eines Sportereignisses als Markeninhaber Lizenzen an Dritte (Sponsoren) vergeben und sich die Möglichkeit der Kontrolle der Qualität der von den Sponsoren mit seiner Marke gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen vorbehalten. An die Schutzfähigkeit einer solchen Marke sind jedoch keine anderen und insbesondere keine geringeren Anforderungen zu stellen als bei sonstigen Marken. Die Bezeichnung, die der Veranstalter durch Sponsoren als Marke benutzen will, muss demnach wie jede andere Marke über eine hinreichende Unterscheidungskraft verfügen (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Das bedeutet, dass sie auch im Falle der Verwendung durch Sponsoren in dem Sinne auf den Veranstalter hinweisen muss, dass der Verkehr diesen für die Qualität der unter der Kennzeichnung angebotenen Ware oder Dienstleistung verantwortlich macht. Daran fehlt es, wenn der Verkehr lediglich einen beschreibenden Zusammenhang der einzelnen Waren oder Dienstleistungen mit dem benannten Ereignis herleitet oder die Bezeichnung aus sonstigen Gründen allein mit dem Ereignis als solchem in Verbindung bringt. Daher kann der Bezeichnung des Ereignisses nur in ihrer verfremdeten Verwendung herkunftshinweisende Kraft zukommen. Wer seine Leistung zum Ereignis - als Sponsor oder als Veranstalter, als Warenlieferant oder als Diensteanbieter - unter Benennung des Ereignisses mit registerrechtlichem Schutz herkunftshinweisend bezeichnen möchte, hat hierzu eine von der bloßen Beschreibung des Ereignisses unterscheidungskräftig abweichende oder diese ergänzende Angabe zu wählen.

4. Von diesen Grundsätzen ist auch das Bundespatentgericht ausgegangen. Seine tatrichterliche Beurteilung, für den Teil der Waren und Dienstleistungen, bei denen der Verkehr einen Bezug zu der Veranstaltung einer Fußballweltmeisterschaft im Jahre 2006 herstelle, fehle der angegriffenen Marke wegen ihres eindeutig beschreibenden Sinngehalts jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, lässt keinen Rechtsfehler erkennen.

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

a) Wie das Bundespatentgericht rechtsfehlerfrei und in Übereinstimmung mit dem allgemeinen Erfahrungswissen festgestellt hat, dient die Angabe "FUSSBALL WM 2006" der Bezeichnung einer Fußballweltmeisterschaft im Jahre 2006. Der Verkehr ist daran gewöhnt, dass sportliche Ereignisse wie Europa- oder Weltmeisterschaften mit der Abkürzung "EM" oder "WM" und dem Jahr ihrer Austragung bezeichnet werden (vgl. BGH, Urt. v. 25.3.2004 - I ZR 130/01, GRUR 2004, 775, 777 = WRP 2004, 1037 - EURO 2000). Sowohl für die Veranstaltung selbst als auch für die mit ihrer Durchführung verbundenen Dienstleistungen und Waren ist "FUSSBALL WM 2006" daher unmittelbar beschreibend. Denn der Verkehr versteht die Bezeichnung "FUSSBALL WM 2006" als Beschreibung des sportlichen Ereignisses als solchen und nicht als Hinweis auf seinen Veranstalter. Dieser beschreibende Gehalt kommt der angegriffenen Marke, wie das Bundespatentgericht weiter rechtsfehlerfrei angenommen hat, bei allen Waren und Dienstleistungen zu, bei denen der Verkehr wegen des erkennbaren Zusammenhangs mit der Durchführung der ihm als "FUSSBALL WM 2006" bekannten Sportveranstaltung in der Verwendung der angegriffenen Bezeichnung lediglich eine Bezugnahme auf dieses Sportereignis sieht. Aufgrund dieser Bezugnahme verbindet der Verkehr mit der Bezeichnung "FUSSBALL WM 2006" lediglich eine Angabe zum Inhalt, zur Bestimmung oder zu sonstigen Merkmalen der jeweiligen Ware oder Dienstleistung und keinen Hinweis auf deren Hersteller oder Anbieter.

b) Gegen diese im Wesentlichen auf tatrichterlichem Gebiet liegende Beurteilung wendet sich die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin, die dabei weitgehend lediglich ihre eigene Auffassung an die Stelle derjenigen des Tatrichters setzt, ohne Erfolg.

aa) Soweit die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin geltend macht, "FUSSBALL WM 2006" beschreibe nicht "einen" internationalen Fußballwettkampf im Jahr 2006, der Verkehr verstehe vielmehr "FUSSBALL WM 2006" als Bezeichnung für einen bestimmten internationalen Wettkampf im Jahre 2006, nämlich für die in diesem Jahre stattfindende, von der Markeninhaberin veranstaltete Fußballweltmeisterschaft, ändert ein solches Verständnis an dem vom Bundespatentgericht angenommenen beschreibenden Charakter des Zeichens nichts. Der Umstand, dass die Fußballweltmeisterschaft im Jahr 2006 von der Markeninhaberin veranstaltet wird und die Veranstaltung einer weiteren Fußballweltmeisterschaft in demselben Jahr durch einen anderen Ausrichter schon aus zeitlichen und organisatorischen Gründen tatsächlich ausgeschlossen werden kann, steht nicht der der rechtlichen Beurteilung des Bundespatentgerichts zugrunde liegenden Annahme entgegen, der Verkehr verbinde mit "FUSSBALL WM 2006" das Ereignis als solches und sehe darin keinen Hinweis auf einen Hersteller oder Veranstalter. Bietet lediglich ein einziger Anbieter aufgrund einer Monopolstellung eine bestimmte Leistung an, so führt dies nicht ohne weiteres dazu, dass der Verkehr eine von Haus aus beschreibende Angabe deshalb als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der angebotenen Leistung versteht. Vielmehr liegt es nahe, dass der Verkehr die betreffende Angabe mit diesem Anbieter in Verbindung bringt, ohne darin zwingend einen Herkunftshinweis zu erblicken (vgl. BGHZ 30, 357, 365 - Nährbier; BGH, Beschl. v. 19.1.2006 - I ZB 11/04, Umdruck S. 10 - LOTTO). Im Übrigen hat das Bundespatentgericht den beschreibenden Charakter von "FUSSBALL WM 2006" hinsichtlich der einzelnen Waren und Dienstleistungen, für die es das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG bejaht hat, ausdrücklich aus dem erkennbaren Bezug zu einer Fußballweltmeisterschaft im Jahr 2006 hergeleitet.

bb) Die Eintragung des Zeichens "WM 2006" als Gemeinschaftsmarke durch das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt steht der Beurteilung des Bundespatentgerichts gleichfalls nicht entgegen. Mit Recht hat das Bundespatentgericht der Eintragung identischer oder ähnlicher Marken in anderen Ländern oder durch das Harmonisierungsamt keine rechtliche Bindung, sondern lediglich eine bloße Indizwirkung beigemessen. Entgegen der Ansicht der Rechtsbeschwerde kann dem Harmonisierungsamt schon deshalb nicht derselbe Prüfungsstoff unterbreitet worden sein wie in der vorliegenden Sache, weil es sich um unterschiedliche Zeichen handelt. Im Übrigen bestünde selbst bei identischen Zeichen keine rechtliche Bindung der nationalen Behörden und Gerichte, zu dem-

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

selben Ergebnis zu gelangen wie das Harmonisierungsamt (vgl. EuGH, Urt. v. 29.4.2004 - C-456/01 P und C-457/01 P, Slg. 2004, I-5089 Tz. 62 f. = GRUR Int. 2004, 631 = WRP 2004, 722 - Henkel/ HABM; Urt. v. 12.1.2006 - C-173/04 P, GRUR 2006, 233 Tz. 49 - Standbeutel).

cc) Ohne Erfolg rügt die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin, ein hinlänglich enger Bezug zwischen "FUSSBALL WM 2006" und den Waren und Dienstleistungen, hinsichtlich deren das Bundespatentgericht die angegriffene Marke für löschungsbedürftig erachtet habe, sei entgegen der Auffassung des Bundespatentgerichts nicht festzustellen. Soweit die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin in diesem Zusammenhang beanstandet, das Bundespatentgericht habe nicht die Kriterien beachtet, nach denen in der Rechtsprechung des Senats zwischen Angaben, die die Ware oder Dienstleistung selbst unmittelbar beträfen, und solchen, die nur mittelbar mit ihr in Beziehung stünden, unterschieden werde (vgl. BGH GRUR 1998, 465, 468 - BONUS; GRUR 2005, 417, 419 - BerlinCard), vermag sie keinen Rechtsfehler des Bundespatentgerichts aufzuzeigen. Nach der von der Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin angeführten Senatsrechtsprechung kann bei Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, eine hinreichende Unterscheidungskraft nur verneint werden, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2005, 417, 419 - BerlinCard). Die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin führt unter Berufung auf diese Rechtsprechung einzelne Kennzeichnungen für bestimmte Waren oder Dienstleistungen an, bei denen ein solcher enger beschreibender Bezug verneint oder in Frage gestellt worden ist, und will aus dem Vergleich mit den hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen herleiten, dass das Bundespatentgericht die Unterscheidungskraft insoweit zu Unrecht verneint hat. Sie übersieht dabei, dass das Merkmal des engen beschreibenden Bezugs nicht absolut und generalisierend zu ermitteln ist, sondern von den Umständen des Einzelfalls abhängt, nämlich vom Bedeutungsgehalt der konkret als Marke beanspruchten Bezeichnung und den konkreten Waren und Dienstleistungen, für die die Eintragung begehrt wird. Maßgeblich für die Feststellung, dass einer Bezeichnung jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt, ist in jedem Fall, ob der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und deshalb in der Bezeichnung kein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der betreffenden Waren oder Dienstleistungen sieht.

Je bekannter der beschreibende Begriffsinhalt einer Bezeichnung ist, desto eher wird der Verkehr ihn auch dann als solchen erfassen, wenn der Begriff ihm im Zusammenhang mit der Kennzeichnung einer Ware oder Dienstleistung entgegentritt. Auch nach der Ansicht der Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin ist "FUSSBALL WM 2006" als übliche Bezeichnung für die Fußballweltmeisterschaft im Jahr 2006 allgemein bekannt. Demnach kann es aus Rechtsgründen nicht beanstandet werden, dass das Bundespatentgericht die Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG für alle Waren und Dienstleistungen verneint hat, die einen solchen Bezug zu der im Jahre 2006 stattfindenden Fußballweltmeisterschaft aufweisen, dass der Verkehr bei der Verwendung von "FUSSBALL WM 2006" im Zusammenhang mit den betreffenden Waren und Dienstleistungen diesen Bezug zu der Veranstaltung als solcher erfasst und daher in der Bezeichnung kein Unterscheidungsmittel für die Herkunft dieser Waren oder Dienstleistungen sieht. Durch den Bestandteil "FUSSBALL" wird bei der angegriffenen Marke ein derart eindeutiger Bezug zu der Sportveranstaltung als solcher hergestellt, dass nach der Lebenserfahrung ausgeschlossen werden kann, der Verkehr könne bei einer Verwendung der Bezeichnung "FUSSBALL WM 2006" im Zusammenhang mit einzelnen Waren oder Dienstleistungen darin ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der betreffenden Ware oder Dienstleistung als aus einem bestimmten Unternehmen stammend sehen.

dd) Die Markeninhaberin kann sich auch nicht mit Erfolg darauf berufen, die Funktion der angegriffenen Marke bestehe darin, die mit ihr versehenen Waren oder Dienstleistungen als solche von

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

Unternehmen zu kennzeichnen, die als Sponsoren das damit bezeichnete Sportereignis unterstützen.

Eine solche - von der Markeninhaberin als "Eventmarke" bezeichnete - Kennzeichnung kann, wie oben unter C I 3 b) dargelegt wurde, registerrechtlichen Schutz nur erlangen, wenn sie die gesetzlichen Voraussetzungen für die Eintragung als Marke erfüllt. An die aus Anlass oder im Zusammenhang mit einem Ereignis gebildeten Marken sind keine geringeren Anforderungen zu stellen. Auch das Bundespatentgericht hat es nicht als grundsätzlich ausgeschlossen angesehen, dass einer "Ereignismarke" in dem von der Markeninhaberin verstandenen Sinn die für die Annahme hinreichender Unterscheidungskraft erforderliche Hinweisfunktion zukommen kann. Es hat vielmehr nur im Blick auf die konkret eingetragene Marke "FUSSBALL WM 2006" und deren Verwendung für bestimmte Waren und Dienstleistungen festgestellt, dass der Verkehr "FUSSBALL WM 2006" wegen des eindeutig erkennbaren Bezugs allein als Hinweis auf das Sportereignis als solches und nicht (auch) als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen auffasst, das als Veranstalter oder Hersteller die Verantwortung für die Qualität der Waren und Dienstleistungen übernimmt, die mit dieser Bezeichnung versehen sind. Diese tatrichterliche Feststellung ist, wie oben unter C I 4 dargelegt wurde, aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

ee) Das Bundespatentgericht hat daher mit Recht der Marke "FUSSBALL WM 2006" für alle mit einer Fußballweltmeisterschaft üblicherweise verbundenen Dienstleistungen wie kulturelle Aktivitäten, Reisedienste, Werbung, Beförderung, Zurverfügungstellung von Sporteinrichtungen, Bewirtung und Unterhaltung von Gästen jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG abgesprochen. Der Umstand, dass derartige Dienstleistungen auch im Zusammenhang mit Veranstaltungen außerhalb des Fußballsports und des Sports im Allgemeinen angeboten werden, steht nicht der Annahme des Bundespatentgerichts entgegen, der Verkehr setze mit "FUSSBALL WM 2006" gekennzeichnete Dienstleistungen in Bezug zu der im Jahr 2006 stattfindenden Fußballweltmeisterschaft und sehe daher darin keinen Herkunftshinweis. Dasselbe gilt, soweit das Bundespatentgericht die Marke für Medienprodukte und die auf die mediale Auswertung und Vermarktung derartiger Veranstaltungen ausgerichteten Dienstleistungen sowie für weitere bei der Veranstaltung eingesetzte Hilfsmittel und Hilfsdienstleistungen wie Sport- und Fanartikel, Schuhe und Bekleidung, Berechtigungssysteme, Reisedienstleistungen, Messungen, Promotion, Arbeitsvermittlung und Ausbildung sowie Andenken als nicht unterscheidungskräftig angesehen hat. Ersichtlich beziehen sich die Ausführungen des Bundespatentgerichts, soweit sie die üblicherweise mit derartigen Sportveranstaltungen verbundenen Dienstleistungen betreffen, auch auf die von der Markeninhaberin beanspruchten Dienstleistungen "Sitzplatzreservierung für Shows und Sportveranstaltungen; interaktive Unterhaltung". Nicht begründet ist daher auch die Rüge der Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin, das Bundespatentgericht habe diese Dienstleistungen nicht abgehandelt.

5. Aus den vorstehenden Gründen wendet sich die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin auch ohne Erfolg gegen die Annahme des Bundespatentgerichts, bei demjenigen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen, für den der Marke jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle, handele es sich zudem um eine beschreibende Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

a) Das Bundespatentgericht hat, wie oben unter C I 4 a) ausgeführt wurde, rechtsfehlerfrei festgestellt, dass "FUSSBALL WM 2006" dazu dient, einen internationalen Fußballwettkampf im Jahr 2006 zu bezeichnen, und dass der Verkehr diese Bezeichnung daher als eine beschreibende Angabe der Art, des Inhalts oder sonstiger Merkmale der betreffenden Waren und Dienstleistungen auffasst.

b) Mit Recht ist das Bundespatentgericht des Weiteren davon ausgegangen, dass eine rechtlich oder faktisch begründete Monopolstellung des Markeninhabers einem Freihaltebedürfnis nach § 8

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht entgegensteht. Mit der Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG (Art. 3 Abs. 1 lit. c MarkenRL) wird das im Allgemeininteresse liegende Ziel verfolgt, dass beschreibende Zeichen oder Angaben im Sinne dieser Bestimmung von jedermann frei verwendet werden können (EuGH, Urt. v. 4.5.1999 - C-108/97 und C-109/97, Slg. 1999, I-2779 Tz. 25 = GRUR 1999, 723 = WRP 1999, 629 - Windsurfing Chiemsee; EuGH GRUR 2004, 674, 675 Tz. 54 - Postkantoor, m.w.N.). Dieses Allgemeininteresse bedeutet, dass alle Zeichen oder Angaben, die zur Bezeichnung von Merkmalen der Waren oder Dienstleistungen dienen können, für die die Eintragung beantragt wird, allen Unternehmen zur freien Verfügung belassen werden, damit diese sie zur Beschreibung derselben Eigenschaften ihrer eigenen Produkte verwenden können (EuGH GRUR 2004, 674, 675 Tz. 55 - Postkantoor). Es ist nicht entscheidend, wie groß die Zahl der Konkurrenten ist, die ein Interesse an der Verwendung der Zeichen oder Angaben haben können, aus denen die Marke besteht (vgl. BGH, Beschl. v. 19.1.2006 - I ZB 11/04, Umdruck S. 8 - LOTTO). Jeder Wirtschaftsteilnehmer, der Waren oder Dienstleistungen, die mit denen konkurrieren, für die die Eintragung beantragt wird, gegenwärtig anbietet oder künftig anbieten könnte, muss die Zeichen oder Angaben, die zur Beschreibung der Merkmale seiner Waren oder Dienstleistungen dienen können, frei nutzen dürfen (EuGH GRUR 2004, 674, 675 Tz. 58 - Postkantoor).

c) Ferner ist zu beachten, dass das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG der Eintragung einer Marke auch dann entgegensteht, wenn das Warenverzeichnis einen weiten Warenoberbegriff enthält, für den ein Freihaltungsbedürfnis als Sachangabe zwar nicht in seiner Gesamtheit, jedoch hinsichtlich einzelner unter den Oberbegriff fallender Waren anzunehmen ist (BGH, Beschl. v. 13.3.1997 - I ZB 4/95, GRUR 1997, 634, 635 = WRP 1997, 758 - Turbo II; Beschl. v. 5.7.2001 - I ZB 8/99, GRUR 2002, 261, 262 = WRP 2002, 91 - AC; Beschl. v. 2.12.2004 - I ZB 8/04, GRUR 2005, 578, 579 = WRP 2005, 889 - LOKMAUS). Aus diesem Grund ist es entgegen der Auffassung der Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin auch bei diesem Schutzhindernis ohne Bedeutung, dass einzelne der beanspruchten Waren und Dienstleistungen üblicherweise nicht nur im Zusammenhang mit der Veranstaltung einer Fußballweltmeisterschaft, sondern auch im Zusammenhang mit Veranstaltungen außerhalb des Sports angeboten werden.

II. Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2

Die Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 ist begründet und führt zur (teilweisen) Aufhebung und Zurückverweisung. Das Bundespatentgericht hat, soweit es den Löschungsantrag der Antragstellerin zu 2 zurückgewiesen hat, zu Unrecht den Löschungsgrund gemäß § 50 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG verneint.

1. Das Bundespatentgericht hat allerdings ohne Rechtsfehler angenommen, dass die Voraussetzungen für eine Löschung der Marke nach § 50 Abs. 1 i.V. mit § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG nicht vorliegen.

a) Gemäß § 50 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG wird die Eintragung einer Marke auf Antrag wegen Nichtigkeit gelöscht, wenn die Marke bösgläubig angemeldet worden ist. Derselbe Löschungsgrund war in der Vorschrift des § 50 Abs. 1 Nr. 4 MarkenG a.F. geregelt, die bis zum 1. Juni 2004 gegolten hat (vgl. Art. 2 Abs. 9 Nr. 5 i.V. mit Art. 6 Abs. 1 des Gesetzes zur Reform des Geschmacksmusterrechts - Geschmacksmusterreformgesetz - vom 12. März 2004, BGBl. I 2004, 390). Das geltende Recht unterscheidet sich von der früheren Rechtslage lediglich dadurch, dass bei bösgläubigen Markenanmeldungen nunmehr bereits die Eintragung versagt werden kann (vgl. Begründung des Regierungsentwurfs des Geschmacksmusterreformgesetzes, BT-Drucks. 15/1075, S. 67 = BlPMZ 2004, 222, 253).

b) Der Löschungsgrund der bösgläubigen Markenanmeldung soll Fälle erfassen, bei denen der Anmelder die Marke nur mit dem Ziel hat eintragen lassen, Unterlassungs- oder Geldersatzansprüche gegen Dritte durchzusetzen (BT-Drucks. 15/1075, S. 67). Von einer Bösgläubigkeit des Anmelders in diesem Sinne ist auszugehen, wenn der Anmelder das angemeldete Zeichen nicht als Marke,

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

d.h. als Herkunftshinweis, benutzen, sondern die formale Rechtsstellung als Inhaber eines Kennzeichenrechts lediglich zum Zwecke der sittenwidrigen Behinderung Dritter einsetzen will (vgl. BGH, Urt. v. 23.11.2000 - I ZR 93/98, GRUR 2001, 242, 244 = WRP 2001, 160 - Classe E; Beschl. v. 30.10.2003 - I ZB 9/01, GRUR 2004, 510, 511 = WRP 2004, 766 - S100, m.w.N.).

c) Das Bundespatentgericht hat den Löschungsgrund des § 50 Abs. 1 i.V. mit § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG verneint, weil es schon das Fehlen des Benutzungswillens der Markeninhaberin nicht hat feststellen können. Die dagegen gerichteten Angriffe der Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 haben keinen Erfolg. Der Umstand, dass die Markeninhaberin im Jahr 2005 "Richtlinien zur Verwendung der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2006-Marken" herausgegeben hat und seither im Zusammenhang mit der von ihr veranstalteten Fußball-Weltmeisterschaft ausschließlich Angaben mit dem Zusatz "FIFA" verwendet, lässt entgegen der Ansicht der Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 nicht darauf schließen, dass die Markeninhaberin schon im Zeitpunkt der Eintragung der Streitmarke keinen ernsthaften Benutzungswillen gehabt und die Marke nur zur Verfolgung sittenwidriger Behinderungszwecke angemeldet hat. Für das absolute Schutzhindernis der bösgläubigen Anmeldung ist aber sowohl nach altem wie nach neuem Recht (allein) auf den Zeitpunkt der Eintragung abzustellen (vgl. BT-Drucks. 15/1075, S. 68 zu § 50 Abs. 2 MarkenG).

2. Die Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 beanstandet jedoch mit Erfolg, dass das Bundespatentgericht das Vorliegen des Eintragungshindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG für technische Geräte und Dienstleistungen für den alltäglichen Gebrauch sowie für so genannte Merchandisingartikel und -angebote verneint hat.

a) Das Bundespatentgericht hat dazu ausgeführt, technische Geräte und Dienstleistungen für den alltäglichen Gebrauch könnten zwar für eine Berichterstattung erforderlich sein, würden aber nicht mit der Inhaltsangabe der Berichte beschrieben. Sie seien, anders als die Medienprodukte und -dienstleistungen, bei denen ein Löschungsgrund gegeben sei, nicht thematisch beschränkt. Ein ausschließlich beschreibender Sinngehalt sei außerdem weder ersichtlich noch nahe liegend bei sogenannten Merchandisingartikel und -angeboten, die zwar für das betreffende Ereignis hergestellt und auch dort unter die Leute gebracht werden mögen, aber sonst keinen Bezug zu der Veranstaltung hätten. Es sei daher nicht mit der für eine Löschung erforderlichen Sicherheit festzustellen, dass es der angegriffenen Marke an jeglicher Unterscheidungskraft fehle. Dies gelte insbesondere für den Anmeldezeitpunkt, der vom Termin der FIFA-Fußballweltmeisterschaft 2006 noch weiter entfernt gewesen sei.

b) Die Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 macht zum Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG mit Recht geltend, die angegriffene Marke "FUSSBALL WM 2006" werde vom Verkehr stets als glatt beschreibende Sachangabe für das weltweit wichtigste Sportereignis im Jahre 2006 aufgefasst. Bei der Marke "FUSSBALL WM 2006" steht wegen des Bestandteils "FUSSBALL" der beschreibende Gehalt, nämlich der Hinweis auf das mit ihr bezeichnete Sportereignis als solches, derart im Vordergrund, dass der Verkehr, wie die Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 mit Recht ausführt, überhaupt nicht auf die Idee kommt, diese Bezeichnung könne oder solle die Herkunft einer damit versehenen Ware oder Dienstleistung aus einem bestimmten Unternehmen identifizieren. Den beschreibenden Inhalt der Angabe "FUSSBALL WM 2006" erkennt der Verkehr wegen seiner Bekanntheit und wegen der unmissverständlichen Bedeutung des Bestandteils "FUSSBALL" nach der Lebenserfahrung bei allen beanspruchten Waren und Dienstleistungen und daher auch dann, wenn die Bezeichnung im Zusammenhang mit Waren und Dienstleistungen verwendet wird, die als solche ihrer Art und ihrer Bestimmung nach keinen Bezug zu der Durchführung einer derartigen Sportveranstaltung aufweisen.

c) Entgegen der Ansicht des Bundespatentgerichts legt der Umstand, dass dem Verkehr die von der Markeninhaberin veranstaltete Fußballweltmeisterschaft als solche bekannt ist, nicht die Annahme nahe, er werde die hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen, wenn sie mit der Mar-

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

ke "FUSSBALL WM 2006" bezeichnet würden, dem Veranstalter zuordnen. Das Bundespatentgericht hat zutreffend festgestellt, dass der Verkehr die Bezeichnung "FUSSBALL WM 2006", wenn sie für Waren und Dienstleistungen verwendet wird, die ihrer Art oder ihrer Bestimmung nach einen Bezug zu der Durchführung einer Fußballweltmeisterschaft aufweisen, als beschreibende Angabe im Sinne eines Hinweises auf das Sportereignis als solches und nicht auf den Hersteller oder Anbieter der so gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung versteht. Nicht im Einklang mit der allgemeinen Lebenserfahrung steht jedoch seine Annahme, der Verkehr werde demgegenüber, wenn er bei Waren und Dienstleistungen, die ihrer Art und Bestimmung nach keinen Bezug zu einer Fußballweltmeisterschaft aufwiesen, den beschreibenden Gehalt der Bezeichnung "FUSSBALL WM 2006" erkenne - wovon angesichts der allgemeinen Bekanntheit und der Eindeutigkeit dieser Angabe auszugehen ist -, darin gleichwohl keinen bloßen Hinweis auf die Veranstaltung als solche, sondern ein Unterscheidungsmittel sehen. Die Annahme des Bundespatentgerichts, jedenfalls Teilen des Verkehrs sei bekannt, dass Vereine und Verbände ihre Namen, Embleme und Logos markenmäßig verwendeten, Sponsoren Veranstaltungen unterstützten und Veranstalter mit ihren Marken für eine gewisse Qualität der Produkte der Sponsoren einstehen wollten, rechtfertigt keine abweichende Beurteilung. Aus der Bekanntheit der Kennzeichnungsgewohnheiten im Zusammenhang mit dem Sponsoring von Großveranstaltungen könnte allenfalls hergeleitet werden, dass der Verkehr in diesem Bereich bei der Verwendung unterscheidungskräftiger Angaben die so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen nicht dem unmittelbaren Anbieter, sondern dem Ausrichter der betreffenden Veranstaltung zurechnet. Dagegen hat er keinen Anlass, eine lediglich das betreffende Ereignis als solches bezeichnende, nicht unterscheidungskräftige Angabe nur deshalb als Hinweis auf die Ursprungsidentität der mit ihr versehenen Waren oder Dienstleistungen aufzufassen, weil ihm bekannt ist, dass Ausrichter solcher Großveranstaltungen Verträge mit Sponsoren über die Kennzeichnung der von diesen im Zusammenhang mit der Durchführung der Veranstaltung angebotenen Produkte schließen.

d) Da folglich hinsichtlich der Waren und Dienstleistungen, hinsichtlich deren das Bundespatentgericht den Löschungsantrag der Antragstellerin zu 2 zurückgewiesen hat, die Voraussetzungen der Löschung gemäß § 50 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erfüllt sind, kann dahingestellt bleiben, ob auch das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gegeben ist.

D. Danach ist die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin zurückzuweisen. Auf die Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 ist der angefochtene Beschluss aufzuheben, soweit das Bundespatentgericht auf die Beschwerde der Markeninhaberin den Löschungsantrag der Antragstellerin zu 2 zurückgewiesen hat. Insoweit ist die Sache an das Bundespatentgericht zurückzuverweisen (§ 89 Abs. 4 Satz 1 MarkenG).

Auf diese Entscheidung wird Bezug genommen in folgenden Gerichtsentscheidungen:
BPatG 6.10.2020 - 29 W (pat) 28/20 (zu KOF 69/19)
BPatG 15.6.2018 - 27 W (pat) 576/16
BPatG 15.6.2018 - 27 W (pat) 507/17
BPatG 17.5.2018 - 27 W (pat) 18/17
BPatG 17.5.2018 - 27 W (pat) 536/16
BGH 9.11.2016 - I ZB 43/15
BGH 9.11.2016 - I ZB 43/15
BGH 28.4.2016 - I ZR 254/14
BPatG 3.3.2015 - 27 W (pat) 42/14
BGH 19.2.2014 - I ZB 3/13
BGH 18.4.2013 - I ZB 71/12
BGH 18.4.2013 - I ZB 72/12
BGH 22.6.2011 - I ZB 78/10
BGH 22.6.2011 - I ZB 83/10

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.

Fundstelle(n):
NJW 2006 S. 3002 Nr. 41
NWB AAAAB-96697

© NWB Verlag. Das Dokument darf ausschließlich im vertraglich vereinbarten Rahmen und in den Grenzen des Urheberrechts genutzt werden. Die Veröffentlichung im Internet ist nicht gestattet.