



BUNDESGERICHTSHOF

BESCHLUSS

I ZB 97/05

Verkündet am:
27. April 2006
Walz
Justizamtsinspektor
als Urkundsbeamter
der Geschäftsstelle

in der Rechtsbeschwerdesache

betreffend die Marke 302 38 936

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat auf die mündliche Verhandlung vom 27. April 2006 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Ullmann und die Richter Prof. Dr. Bornkamm, Dr. Büscher, Dr. Schaffert und Dr. Bergmann

beschlossen:

Die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin gegen den Beschluss des 32. Senats (Marken-Beschwerdesenats) des Bundespatentgerichts vom 3. August 2005 wird zurückgewiesen.

Auf die Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 wird der vorbezeichnete Beschluss insoweit aufgehoben, als auf die Beschwerde der Markeninhaberin der Löschungsantrag der Antragstellerin zu 2 teilweise zurückgewiesen worden ist.

Im Umfang der Aufhebung wird die Sache zur anderweitigen Verhandlung und Entscheidung, auch über die Kosten des Rechtsbeschwerdeverfahrens, an das Bundespatentgericht zurückverwiesen.

Der Gegenstandswert für das Rechtsbeschwerdeverfahren wird im Verhältnis zur Antragstellerin zu 1 auf 600.000 €, im Verhältnis zur Antragstellerin zu 2 auf 1 Million € und im Verhältnis zur Antragstellerin zu 3 auf 50.000 € festgesetzt.

Gründe:

1 A. Die am 7. August 2002 angemeldete Wortmarke Nr. 302 38 936

WM 2006

ist am 20. März 2003 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; Diapositive; Torf (Dünger);

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

Schmiermittel; Motorenöle und -kraftstoffe; Kerzen; Wachse, soweit in Klasse 04 enthalten;

pharmazeutische Produkte; medizinischer Kaugummi; Material für Zahnfüllungen, zahntechnisches Wachs; medizinische Hygieneprodukte; Damenhygieneprodukte; Fungizide, Herbizide; Augenmedikamente; medizinischer Tee; medizinische Nahrungszusätze; diätetische Nahrungszusätze für medizinische Zwecke; Babynahrung; Vitaminprodukte; Produkte zur Reinigung und Geruchsverbesserung von Luft, Geruchsverbesserer für Fahrzeuge, Geruchsverbesserer für nichtprivaten Gebrauch, soweit in Klasse 05 enthalten; Sonnenschutzlotionen für pharmazeutische Zwecke;

Aluminiumfolie; dekorative Schlüsselanhänger aus Metall; Figuren aus Metall; Ornamente aus Metall; magnetische Dekorationen; Statuen, Statuetten, Skulpturen aus gewöhnlichem Metall oder Legierungen davon; Spielscheiben ("Pogs") aus Metall; Schmucknadeln und Anstecker aus unedlem Metall; fest angebrachte Servietenspender aus Metall; Geldklammern aus Metall für Banknoten; Trophäen anlässlich der Fußballweltmeisterschaft aus gewöhnlichem Metall oder Legierungen davon; Küchenaluminiumfolien, soweit in Klasse 06 enthalten;

Maschinen zur Herstellung kohlenensäurehaltiger Getränke; elektrische Dosenöffner; elektrische Messer, elektromechanische Maschinen zur Nahrungsmittelherstellung; Haushaltsrührgeräte; elektrische Schneebeesen für Haushaltszwecke; elektrische Fruchtpressen für Haushaltszwecke; elektrische Küchenmaschinen; elektrische Mixer für Haushaltszwecke; Geschirrspüler; Haushaltswaschmaschinen; Wäscheschleudern; Bügelmaschinen; Nähmaschinen; Staubsauger und Zubehör, soweit in Klasse 07 enthalten; Bauteile von Kraftmaschinen;

(handbetriebene) Handwerkzeuge und -geräte; elektrische oder nichtelektrische Rasierer, einschließlich Rasierklingen; Messerwaren, soweit in Klasse 08 enthalten; Gabeln und Löffel; Haarentfernergeräte; Pinzetten; Lockenstäbe; Küchenscheren; Schraubendreher;

Videospiele; Arkadenspiele, soweit in Klasse 09 enthalten; Videospielkassetten; aufgezeichnete Computersoftware einschließlich Software für Spiele; Computerprogramme und -datenbanken, sämtliche vorgenannten Waren der Klasse 09 nur, soweit sie in Bezug zu oder im räumlichen, sachlichen oder zeitlichen Zusammenhang mit Fußballweltmeisterschaften stehen; *Brillen, Sonnenbrillen, Etuis und Bänder für Sonnenbrillen und Brillen; Ferngläser; Magnete und dekorative Magnete; Kompass; 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; Kreditkartengeräte; Bankautomaten; Videokameras, Camcorders; photographische Ausrüstung, Kameras, Projektoren, Blitzlampen (Fotografie), Batterien; elektronische Handspiele ausschließlich zur Verwendung mit Fernsehgeräten; Videospielgeräte; Bildschirmschonerprogramme für Compu-*

ter; leere digitale oder analoge Ton- und Bildträger, unbespielte Videodisketten, unbespielte Videobänder, unbespielte Magnetbänder, unbespielte Magnetplatten, unbespielte DVDs, unbespielte Disketten, unbespielte optische Disketten, unbespielte Kompaktdisketten, unbespielte CD-ROMs; Hologramme; (codierte) Magnetkarten; Speicherkarten; Mikrochipkarten; magnetische Kredit-, Telefon-, Bankautomaten-, Reise- und Unterhaltungs-, Scheck- und Abrechnungskarten; elektrische Bügeleisen; Sicherheitsalarme; elektronische Verkaufsautomaten; Luftsäcke als Windanzeiger; Entfernungsmessgeräte; Geschwindigkeitsmess- und -anzeigergeräte; in elektronischer Form, über CD-ROM, Datenbanken oder das Internet gelieferte Veröffentlichungen;

private diagnostische Apparate und Geräte für medizinische Zwecke; medizinische Messapparate und -instrumente; Massagegeräte zum privaten Gebrauch; Gymnastikgeräte für medizinische Zwecke; medizindiagnostische Anzeigergeräte; Säuglingsflaschen; Kondome; Stützbandagen; Eis- und Wärmebeutel für medizinische Zwecke;

Taschenlampen, insbesondere Blitzlampen; Tischlampen; dekorative Lampen; Lampenschirme; Glühlampen; Glühbirnen; Leuchten; Fahrradlampen; Kühlschränke; Gefriergeräte; Herde; Gasherde; Elektrokoher; Grillgeräte, Küchenherde, Mikrowellengeräte; elektrische Kaffeemaschinen; elektrische Kochkessel; elektrische Brot-röster; elektrische Friteusen; elektrische Wäsche- und Haartrockner; Heizgeräte; Luftbefeuchter, Luftreiniger; Wasserfilter; Trinkwasserbrunnen; Ventilatoren (Klimatisierung) oder als Teile von Klimaanlage;

Fahrräder, Motorräder, Automobile, Lastwagen, Wohnmobile, Busse, Kühlfahrzeuge, Flugzeuge und Boote; Ballone, Luftschiffe; Fahrzeugzubehöre, soweit in Klasse 12 enthalten; Sonnenblenden, soweit in Klasse 12 enthalten; Sportfelgen und -reifenabdeckungen, Sitzbezüge, soweit in Klasse 12 enthalten; Fahrzeugabdeckungen; Kinderwagen; Kinderbuggies, Fahrzeugsitze für Babies und Kinder; Fahrzeugkraftmaschinen und -bauteile für Landfahrzeuge;

Juwelierwaren; Armbanduhren, Uhren; Medaillons aus Metall, Anhänger aus Edelmetall; Broschen aus Edelmetall; Schmucknadeln (Juwelierware); Krawattenklammern und -nadeln aus Edelmetall; Manschettenknöpfe aus Edelmetall; Gedenkmünzen aus Edelmetall; Becher und Teller aus Edelmetall; Statuen und Skulpturen; Teekannen aus Edelmetall; Spielscheiben ("Pogs") aus Edelmetall; Aschenbecher und Zigarettenetuis aus Edelmetall; dekorative

Schlüsselanhänger aus Edelmetall; Siegertrophäen, soweit in Klasse 14 enthalten; Münzen, verkäufliche Team- und Spielernadeln (Juwelierware);

Musikinstrumente, Spieldosen; elektrische und elektronische Musikinstrumente;

Veranstaltungsprogramme, Veranstaltungsalben, Fotoalben, Autogrammbücher, Eintrittskarten, Sammelkarten, sämtliche vorgenannten Waren der Klasse 16 nur, soweit sie in Bezug zu oder im räumlichen, sachlichen oder zeitlichen Zusammenhang mit Fußballweltmeisterschaften stehen; *Papiertischdecken; Servietten; Tischwäsche aus Papier; 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; 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; Papierfahnen; Papierfähnchen; Papierlaternen; Schreibinstrumente; Füller; Stifte; Kugelschreiber; Füllersets; Stiftsets; Filzstifte; Füller mit Rollspitze; Markierstifte; Stempelkissen, Gummistempel; Malkasten; Mal- und Zeichenstifte; Druckformen; gedrucktes Lehrmaterial; Adressenbücher; Tagebücher; Terminkalender; Straßenkarten; Rubbelkarten; Schecks; gedruckte Fahrpläne; Flugblätter und Comic Strips; Autoaufkleber; Aufkleber; Aufkleberalben; Kalender; Poster; Postkarten; Werbeschilder und -transparente und -materialien aus Papier; Bügelbilder; Abziehbilder; *Bürobedarf (außer Möbeln); Korrekturflüssigkeiten; Radiergummis; Bleistiftspitzer; Ständer für Schreibutensilien; Büro- und Heftklammern; Reißzwecken; 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; Tinte, Kreide, Dekorationen für Stifte und Lineale, soweit in Klasse 16 enthalten;**

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; Aktentaschen; Kosmetikkoffer (leer); Toilettentaschen; Schlüsseltaschen; Dokumententaschen; Ausweismäppchen; Brieftaschen; Geldbörsen; Schecktaschen; Kamerataschen;

Spiegel; Artikel aus Plastik, soweit in Klasse 20 enthalten; Statuen, Figurinen, Anhängerschilder (uncodiert), zB Namensschilder, Schlüsselkarten (uncodiert), Kreditkarten (uncodiert), dekorative Schlüsselanhänger, alle aus Plastik; Sitzkissen und Zubehöre für Automobile, soweit in Klasse 20 enthalten; Möbel; Sitzmöbel für innen und außen; Regale (Möbel); Warenverkaufsstände; Küchenhandtuchspender (nicht aus Metall); Kleiderbügel; aufblasbare Werbeobjekte, soweit in Klasse 20 enthalten; Bücherregale; Ständer für Schreibwaren; Spielscheiben ("Pogs"), nicht aus Metall; Kissen, Schlafsäcke und Trophäen anlässlich der Fußballweltmeisterschaft, soweit in Klasse 20 enthalten;

(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- und Getränkekühler; Spender für Küchenhandtücher (aus Metall); Käämme und Haarbürsten; Zahnseide; Statuen, Skulpturen und Trophäen aus Porzellan, Terrakotta oder Glas, die mit der Fußballweltmeisterschaft im Zusammenhang stehen;

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

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; Schürzen; Lätzchen; Schlafanzüge; Kleinkind- und Kinderspielbekleidung; Socken und Strümpfe; Strumpf-

bänder; Hosenträger; Schweißbänder, Stirnbänder, Handschuhe und Gürtel, soweit in Klasse 25 enthalten;

Borten; Quasten; Bänder; Knöpfe; Nadeln; Nähkästchen; Medaillen für Kleidung (mit Ausnahme derjenigen aus Edelmetall); Medaillons und Anstecker für Kleidung (mit Ausnahme derjenigen aus Edelmetall), Broschen für Kleidung; Nadeln für Mützen (mit Ausnahme derjenigen aus Edelmetall); Haarnetze, Haarbänder; Haarnadeln; Haarschleifen oder anderer Haarschmuck; Medaillons aus unedlem Metall für Kleidung; 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, Fußmatten (nicht Teppiche);

Tische für Tischfußball; Stoffpuppen und -tiere; Spielzeugautos; Puzzles; Ballone; aufblasbare Spielzeuge; Spielscheiben ("Pogs"); Fußballausrüstung, nämlich Sportartikel für den Fußballsport, soweit in Klasse 28 enthalten; Fußbälle; Knieschoner; Ellenbogenschoner; Schulterschoner; Schienbeinschoner; Fußballtore; Sporttaschen und -behälter zum Tragen von Sportartikeln; Partyhüte (Spielzeug); Schaumgummihände, soweit in Klasse 28 enthalten; Handschuhe, Schweißbänder und Stirnbänder, soweit in Klasse 28 enthalten; Spiele und Spielzeug; Sportbälle; Brettspiele; handbetriebene elektronische Spiele, andere als diejenigen, die nur für den Gebrauch mit Fernsehgeräten ausgelegt sind; Konfetti, Spielkarten;

Fleisch; Fisch; Geflügel; Wild; konservierte Fleischextrakte; gekochtes Obst und Gemüse; Dosenfrüchte und -gemüse; genießbare Öle und Fette; Kartoffelchips; Pommes frites; verarbeitete Nüsse; Marmeladen; eingemachtes Obst und Gemüse; Konfitüren; Milch; Milchprodukte; Molkereiprodukte; Käse; diätische Nahrungszusätze für nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Eiweißen, Fetten, Fettsäuren, unter Beigabe von Vitaminen, Spurenelementen, Mineralstoffen, entweder einzeln oder in Kombination, soweit in Klasse 29 enthalten;

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 auf der Basis von Kohlehydraten (nicht für medizinische oder diätetische Zwecke); diätische Nahrungszusätze für nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Kohlehydraten, Ballaststoffen unter Beigabe von

Vitaminen, Mineralstoffen, Spurenelementen, entweder einzeln oder in Kombination, soweit in Klasse 30 enthalten;

Tiernahrung; Grassamen; frische Früchte; frische Beeren; frisches Gemüse; Blumen; Tierstreu; Rasen, Rasenwachstumsgrundlage; Torf (natürlich) und 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, Aschenbecher, Raucherartikel aus unedlem Metall; Zigaretten; Tabak;

Erstellen von Sportaufzeichnung und Statistiken, sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Klasse 35 nur, soweit sie in Bezug zu oder im räumlichen, sachlichen oder zeitlichen Zusammenhang mit Fußballweltmeisterschaften stehen; Betrieb von Stellenvermittlungsgesellschaften; Dienstleistungen einer Personalvermittlung; Dienstleistungen einer Werbeveröffentlichungsgesellschaft; Dienstleistungen einer Werbeagentur; Dienstleistungen einer Werbeagentur über das Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Werbeverbreitung; Vorspannmietdienste; Werbeplatzmietdienste; Vorspannwerbedienste; Dienste für Fernseh- und Radiowerbung; Werbung in Form von Trickfilmen; Dienstleistungen einer Promotionsagentur; Dienstleistungen einer Promotionsagentur für Sport und Öffentlichkeitsarbeit; Marktforschungsdienste; Markterhebungsdienste; Organisation der Werbung für Handelsmessen; Archivierungsdienste für stehende und bewegte Bilder; Werbung für Fußballveranstaltungen; Betrieb eines elektronischen Marktes im Internet durch online-Vermittlung von Verträgen über die Anschaffung von Waren; Werbungs- und Promotions-Dienstleistungen und Informations-Dienstleistungen, Geschäftsinformations-Dienstleistungen, sämtliche geliefert online aus einer computergestützten Datenbasis oder dem Internet oder einer kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Zusammenstellung von Werbungen zur Benutzung als Webseiten im Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Zusammenstellung von Verzeichnissen zur Veröffentlichung im Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Durchführung von Auktionen im Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; geschäftliche Administrations-

leistungen zur Bearbeitung von Handelsleistungen über das Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Präsentation von Filmen und Bild- und Tonaufnahmen zu gewerblichen und/oder Werbezwecken;

finanzielle Unterstützung von Sportveranstaltungen, sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Klasse 36 nur, soweit sie in Bezug zu oder im räumlichen, sachlichen oder zeitlichen Zusammenhang mit Fußballweltmeisterschaften stehen; Kreditkartendienste; Ausgabe von Kreditkarten; Reisescheckdienste; Finanzierungsdienste; Bankdienste; Kredit- und Darlehensvermittlung; Versicherungsdienste; Leasing- und Mietdienste; Leasing von Bild- und Tonaufzeichnungen; Informationsleistungen im Zusammenhang mit Finanz- und Versicherungsleistungen, online-bereitgestellt aus einer Computer-Datenbasis oder dem Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Homebanking; Internetbanking oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung;

Tankstellendienste, nämlich Schnellreparaturdienste; Fahrzeugreinigung; Schmierens des Fahrzeugs; Fahrzeugwartung; Fahrzeugreparatur;

Kommunikations- und Telekommunikationsdienste; Kommunikation durch Mobiltelefone; Kommunikation durch Telex; Kommunikation durch mit Telekommunikationsnetzwerken verbundenen elektronischen Computerterminals, Datenbanken und Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Kommunikation durch Fernschreiber; Kommunikation durch Telefon; Kommunikation durch Telefax; Funkruf; Kommunikation durch Telekonferenz; Bereitstellen von Dienstleistungen zu Fernsehübertragungen, zu Kabelfernsehübertragungen und zu Rundfunkübertragungen; Dienstleistungen einer Presseagentur sowie Informations- oder Nachrichtenübertragungsagentur; Übertragen einer kommerziellen Internetseite über Internet oder über kabellose, elektronische Kommunikationsvorrichtungen; Bereitstellen eines Computer-Zugangs zu "schwarzen Brettern" (Informations- und Annoncenschlagtafeln) und Echtzeit-Chatforen; Radio- und Fernsehprogramm- und Verbreitungsdienste über das Internet oder kabellosen elektronischen Kommunikationsvorrichtung; elektronische Nachrichtenübertragung; Übertragung von Nachrichten und Bildern über Computer; Betrieb von Chatrooms im Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtungen, sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Klasse 38 nur, soweit sie in Bezug zu oder im räumlichen, sachlichen oder zeitlichen Zusammenhang mit Fußballweltmeisterschaften stehen; Vermietung von Telefongeräten,

Fax und anderen Kommunikationsgeräten; Verschaffung von Zugriff auf fremde Websites im Internet oder über kabellose, elektronische Kommunikationsvorrichtungen; Bereitstellen eines Zugriffs auf private und geschäftliche Einkaufs- und Bestelldienste über Computer und/oder interaktive Kommunikationstechnologien; Telekommunikation von Information (einschließlich Webseiten), Computerprogrammen und anderen Daten; Leistungen des elektronischen Postversandes; Gewährung von Nutzerzugriff auf das Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Bereitstellung von Telekommunikationsverbindungen zum Internet oder Datenbanken; *Bereitstellung von Zugriffen zu Webseiten mit digitaler Musik im Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Bereitstellung von Zugriffen zu MP3-Webseiten im Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Bereitstellung digitaler Musik über Telekommunikation;* Vermietung von Zugriffszeit auf eine zentrale Computer-Datenbank;

Betrieb eines Reisebüros, sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Klasse 39 nur, soweit sie in Bezug zu oder im räumlichen, sachlichen oder zeitlichen Zusammenhang mit Fußballweltmeisterschaften stehen; Fluglinien-, Bahn-, Bus- und Wohnmobilbeförderungsdienste; Boottransport; Bootsausflugdienste; Fahrzeugmietdienste; Parkplatzdienste; Taxidienste; Frachtversanddienste; *Versorgung mit Wasser, Wärme, Gas oder Elektrizität; Müllbeseitigungsdienste;* Beförderung und Zustellung 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; Änderung, Maß-Anfertigung von Bekleidungsstücken; Druckdienste;

Unterhaltung, Wett- und Spieldienste, die sich auf Sport beziehen oder damit in Zusammenhang stehen; Unterhaltungsdienste bei oder im Zusammenhang mit Sportveranstaltungen; kulturelle Aktivitäten; Organisation von kulturellen Veranstaltungen und Aktivitäten; Sitzreservierung für Shows und Sportveranstaltungen; interaktive Unterhaltung; Bereitstellung von Informationen im Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtungen, nämlich unterhaltungs- und bildungsbezogene Informationen; Online-Bereitstellung elektronischer Veröffentlichungen; Online-

Veröffentlichung elektronischer Bücher und Zeitschriften, sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Klasse 41 nur, soweit sie in Bezug zu oder im räumlichen, sachlichen oder zeitlichen Zusammenhang mit Fußballweltmeisterschaften stehen; Ausbildungsdienste; Vermietung von Sporteinrichtungen; Mietdienste für Audio- und Videoausrüstungen; Produktion von Zeichentrickfilmen; Produktion von Zeichentrick-Fernsehprogrammen; Timing von Sportveranstaltungen; *Organisation von Schönheitswettbewerben*; Dienstleistungen eines Wettbüros; Durchführung von Gewinnspielen; Durchführung und Organisation von Vorzugsprogrammen für Kunden und Zugangssteuerung bei Sportstadien durch Ausgabe von Sponsorenkarten, welche persönliche Daten des Inhabers enthalten; *Bereitstellung digitaler Musik aus dem Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung*; *Bereitstellung digitaler Musik aus MP3-Webseiten im Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung*; Bereitstellen von Spielen, Computerprogrammen, Computerspielen und elektronischen Spielen über das Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtungen sowie diesbezügliche weitere Leistungen, online-Spieledienste; Organisation von sportlichen Veranstaltungen, nämlich Fußballweltmeisterschaften; Betrieb eines Wettbüros; Dolmetschdienste; Präsentation von Filmen und Bild- und Tonaufnahmen zu kulturellen und/oder Unterrichtszwecken; Vermietung von Filmen und Bild- und Tonaufnahmen; Foto-, Audio- und Videoaufnahmeproduktionsdienste;

Vermietung von Zugriffszeiten auf einen zentralen Datenbankrechner; Dienstleistungen eines Computer-Beraters; Datenverarbeitung (Programmieren); Entwicklung von Computersoftware; Lizenzvergabe von geistigen Eigentumsrechten; Computerverleih; Schaffung, Gestaltung und Schreiben, sämtlich für die Zusammenstellung von Webseiten im Internet oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtung; Erstellung und Pflege von Webseiten; Erstellung und Wartung von Computersoftware; Zusammenstellung, Erstellung und Pflege eines Registers von Domain-Namen; Vermietung von Zugriffszeit auf eine Computer-Datenbasis; Bereitstellen von Datenbanken; Betrieb einer Datenbank; Datenbankverwaltungsdienste; Lizenzvergabedienste für Datenbanken; Bereitstellung von Speicherplatz auf Webseiten oder kabellosen, elektronischen Kommunikationsvorrichtungen zur Bewerbung von Waren und Dienstleistungen; Betrieb von Suchmaschinen;

Bereitstellen von Getränken und Nahrung, insbesondere mit Fast Food, in Cafeterien und Restaurants; Bedienungsdienste, insbesondere für Getränke und Nahrung; Cateringdienste, Dienstleistun-

gen eines Hotels; Unterkunft- und Verpflegungsdienste; Bereitstellen von Business-Einrichtungen für Unterhaltungszwecke, nämlich Vermietung von Versammlungsräumen;

medizinische, Zahnmedizinische und klinische Dienste; Arzneimitteluntersuchungen; Damen-, Herrenfriseur- und Schönheitssalondienste;

Wach- und Sicherheitsdienste; Uniformverleih."

2 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; Siegetrophäen, 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 Markenmeldung sei zudem sittenwidrig gewesen.

3 Die Markeninhaberin hat der Löschung widersprochen.

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

5 Auf die Beschwerde der Markeninhaberin hat das Bundespatentgericht den Beschluss der Markenabteilung insoweit aufgehoben, als die Marke aufgrund der Löschanträge der Antragstellerinnen zu 1 und 2 für die in der obigen Aufstellung kursiv gedruckten Waren und Dienstleistungen gelöscht

worden ist. Unter Zurückweisung der Beschwerde der Markeninhaberin im übrigen hat das Bundespatentgericht die Löschanträge der Antragstellerinnen zu 1 und 2 insoweit zurückgewiesen.

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

7 Mit der vom Bundespatentgericht zugelassenen Rechtsbeschwerde, deren Zurückweisung die Antragstellerinnen zu 1 und 2 beantragen, verfolgt die Markeninhaberin ihr Begehren, die Löschanträge insgesamt zurückzuweisen, mit der Einschränkung weiter, dass die Zurückweisung der Löschanträge 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.

8 B. Das Bundespatentgericht hat die Löschanträge teilweise für begründet erachtet, weil für einen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen die Eintragungshindernisse des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft und des Freihaltungsbedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 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 Löschanträge der Antragstellerinnen zu 1 und 2 zurückgewiesen. Zur Begründung hat es ausgeführt:

9 Der Löschantrag nach § 50 Abs. 1 i.V. mit § 3 MarkenG habe keinen Erfolg. "WM 2006" sei als Kombination aus zwei Buchstaben bzw. 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.

10 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. Die Jahreszahl 2006 beschreibe die zu verschiedenen Terminen veranstalteten Wettkämpfe nach dem Jahr ihrer Durchführung. "WM 2006" beschreibe damit insgesamt einen internationalen Wettkampf im Jahr 2006. Dritten müsse es unbenommen bleiben, frei von Monopolrechten mit der Bezeichnung "WM 2006" darauf hinzuweisen, dass sich ihre Angebote auf eine Weltmeisterschaft im Jahr 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 "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 -leistungen, 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 Bundespatentge-

richts auch jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

11 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, der Identifizierung der Ware oder Dienstleistung als von einem bestimmten Unternehmen stammende dienende Benutzung dar, da die Angabe "FIFA" und das Logo zumindest deutlich kennzeichnungskräftiger seien und dem Verbraucher nicht nahelegten, daneben auch "WM 2006" als (Zweit)Marke zu verstehen. Außerdem sei eine Verkehrsdurchsetzung nicht gegeben, weil keine ausreichende Zuordnung zur Inhaberin der angegriffenen Marke erkennbar sei.

12 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 naheliegend. 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.

13 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.

14 I. Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin

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

16 1. Das Bundespatentgericht hat angenommen, die Streitmarke habe beschreibenden Charakter. "WM 2006" beschreibe einen internationalen Wettkampf im Jahr 2006. Nach der Feststellung des Bundespatentgerichts beschreibt "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 "WM 2006" nach Auffassung des Bundespatentgerichts aus denselben Gründen, aus denen ein Freihaltungsbedürfnis besteht, jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Diese Beurteilung hält den Angriffen der Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin stand.

17 2. Die Eintragungshindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 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 - Lin-

- 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.).

18

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 normal 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 ge-

kennzeichneten 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).

- 19 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 Wendun-

gen 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.).

20 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.

21 (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 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.

22 (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.

23 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 Weltmeisterschaft im Jahr 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.

24 a) Wie das Bundespatentgericht rechtsfehlerfrei und in Übereinstimmung mit dem allgemeinen Erfahrungswissen festgestellt hat, dient die Angabe "WM 2006" der Bezeichnung einer Weltmeisterschaft im Jahr 2006. Der Verkehr ist daran gewöhnt, dass sportliche Ereignisse wie Europa- oder Weltmeisterschaften mit der Abkürzung "EM" oder "WM" und dem Jahr ihrer Austragung be-

zeichnet 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 "WM 2006" daher unmittelbar beschreibend. Denn der Verkehr versteht die Bezeichnung "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 "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 "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.

25 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.

26 aa) Soweit die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin geltend macht, der Verkehr verstehe "WM 2006" als Bezeichnung für einen bestimmten internationalen Wettkampf im Jahr 2006, nämlich für die in diesem Jahr stattfindende Fußballweltmeisterschaft, ändert ein solches Verständnis nichts an dem vom Bundespatentgericht angenommenen beschreibenden Charakter des Zeichens. 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 wer-

den kann, steht nicht der der rechtlichen Beurteilung des Bundespatentgerichts zugrunde liegenden Annahme entgegen, der Verkehr verbinde mit "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 "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. Soweit es bei anderen Waren und Dienstleistungen nur von dem Zusammenhang mit einer Weltmeisterschaft gesprochen, die Fußballweltmeisterschaft jedoch nicht ausdrücklich erwähnt hat, ist nicht erkennbar und wird von der Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin auch nicht dargelegt, dass die betreffenden Erwägungen des Bundespatentgerichts nur für andere Weltmeisterschaften als Fußballweltmeisterschaften Geltung beanspruchen.

- 27 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. Selbst wenn dem Harmonisierungsamt, wie die Rechtsbeschwerde geltend macht, derselbe Prüfungsstoff unterbreitet worden sein sollte, bestünde keine rechtliche Bindung der nationa-

len Behörden und Gerichte, zu demselben 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).

28 cc) Ohne Erfolg rügt die Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin, ein hinlänglich enger Bezug zwischen "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 betreffen, 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 gene-

ralisierend 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.

29 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 "WM 2006" als übliche Bezeichnung für eine Weltmeisterschaft, insbesondere 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 Jahr 2006 stattfindenden Fußballweltmeisterschaft aufweisen, dass der Verkehr bei der Verwendung von "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.

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

31 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 "WM 2006" und deren Verwendung für bestimmte Waren und Dienstleistungen festgestellt, dass der Verkehr "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 trichterliche Feststellung ist, wie oben unter C I 4 dargelegt wurde, aus Rechtsgründen nicht zu beanstanden.

32 ee) Das Bundespatentgericht hat daher mit Recht der Marke "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 "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 Aus-

wertung 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 "Sitzreservierung für Shows und Sportveranstaltungen; interaktive Unterhaltung". Nicht begründet ist daher auch die Rüge der Rechtsbeschwerde der Markeninhaberin, das Bundespatentgericht habe diese Dienstleistungen nicht abgehandelt.

33 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.

34 a) Das Bundespatentgericht hat, wie oben unter C I 4 a) ausgeführt wurde, rechtsfehlerfrei festgestellt, dass "WM 2006" dazu dient, einen internationalen Wettkampf 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.

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

36 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 oh-

ne 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.

37 II. Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2

38 Die Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 ist begründet und führt zur (teilweisen) Aufhebung und Zurückverweisung. Die Annahme des Bundespatentgerichts, der Marke "WM 2006" fehle für die Waren und Dienstleistungen, hinsichtlich deren es den Löschungsantrag der Antragstellerin zu 2 zurückgewiesen hat, nicht jegliche Unterscheidungskraft (§ 50 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), hält der rechtlichen Nachprüfung nicht stand.

39 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.

40 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 Lösungsgrund 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 Markenmeldungen nunmehr bereits die Eintragung versagt werden kann (vgl. Begründung des Regierungsentwurfs des Geschmacksmusterreformgesetzes, BT-Drucks. 15/1075, S. 67 = BIPMZ 2004, 222, 253).

- 41 b) Der Lösungsgrund der bösgläubigen Markenmeldung 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, 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.).
- 42 c) Das Bundespatentgericht hat den Lösungsgrund 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).
- 43 2. Gleichfalls keinen rechtlichen Bedenken begegnet die Auffassung des Bundespatentgerichts, hinsichtlich technischer Geräte und Dienstleistungen,

die alltäglich Verwendung fänden, sowie für sogenannte Merchandisingartikel und -angebote, die sonst keinen Bezug zu der Veranstaltung einer Fußballweltmeisterschaft hätten, sei das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht gegeben. Das Bundespatentgericht hat rechtsfehlerfrei festgestellt, dass bei Waren und Dienstleistungen, die keinen Bezug zu einer Weltmeisterschaft im Jahr 2006 haben, für den Verkehr kein ausschließlich beschreibender Sinngehalt ersichtlich ist. Hinsichtlich solcher Waren und Dienstleistungen dient die Angabe "WM 2006" nicht zur Bezeichnung von Merkmalen der Waren oder der Dienstleistungen im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die Möglichkeit, dass im Verkehr bloße Assoziationen zwischen der Marke, den Waren oder Dienstleistungen und dem Ereignis einer Weltmeisterschaft im Jahr 2006 hergestellt werden, begründet, wie das Bundespatentgericht rechtsfehlerfrei angenommen hat, kein Allgemeininteresse daran, dass die Angabe "WM 2006" allen Unternehmen zur freien Verfügung belassen bleibt, um sie zur Bezeichnung von Waren und Dienstleistungen zu verwenden, die von ihren Merkmalen her keinen Bezug zu einer Weltmeisterschaft im Jahr 2006 haben. Insofern besteht auch kein nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG anzuerkennendes Bedürfnis, die Marke "WM 2006" zur allgemeinen Benutzung freizuhalten, damit sie jedermann als Hinweis auf eine etwaige Sponsorenstellung im Zusammenhang mit einer im Jahr 2006 veranstalteten Weltmeisterschaft verwenden kann.

44 3. Dagegen tragen die Feststellungen des Bundespatentgerichts nicht seine Annahme, für technische Geräte und Dienstleistungen für den täglichen Gebrauch sowie für sogenannte Merchandisingartikel und -angebote lägen die Voraussetzungen des Eintragungshindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht vor.

45 a) Das Bundespatentgericht hat das Vorliegen des Eintragungshindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG für technische Geräte und Dienstleistungen für den täglichen Gebrauch mit der Begründung verneint, diese 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 Lösungsgrund gegeben sei, nicht thematisch beschränkt. Ein ausschließlich beschreibender Sinngehalt sei zudem weder ersichtlich noch nahe liegend bei sogenannten Merchandisingartikeln 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 lasse sich nicht mit der für eine Löschung erforderlichen Sicherheit feststellen, dass es der angegriffenen Marke für diese Waren und Dienstleistungen an jeglicher Unterscheidungskraft fehle. Dies gelte insbesondere für den Anmeldezeitpunkt, der vom Termin der FIFA-Fußballweltmeisterschaft 2006 noch weiter entfernt gewesen sei. Die gegen diese Beurteilung des Bundespatentgerichts gerichteten Angriffe der Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 haben Erfolg.

46 b) Anders als im Parallelverfahren I ZB 96/05 (FUSSBALL WM 2006) kann allerdings nicht der Ansicht der Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 gefolgt werden, auch die im vorliegenden Verfahren angegriffene Marke "WM 2006" werde vom Verkehr stets als glatt beschreibende Sachangabe für das weltweit wichtigste Sportereignis im Jahr 2006 aufgefasst. Es fehlt bei der Marke "WM 2006", die einen dem Bestandteil "FUSSBALL" vergleichbaren Hinweis nicht enthält, ein derart eindeutiger und unmissverständlicher Bezug auf eine Sportart, dass auch bei solchen Waren und Dienstleistungen, die ihrer Art und Bestimmung oder ihren sonstigen Merkmalen nach keinen Bezug zu einer Sportveranstaltung haben, ausnahmslos und ohne weiteres angenommen werden kann, der Verkehr verstehe die Bezeichnung "WM 2006" immer als Hinweis auf einen als "Weltmeisterschaft im Jahr 2006" veranstalteten sportlichen Wettbewerb. Nach § 50 Abs. 1 i.V. mit § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG kann eine Marke nur gelöscht werden, wenn das Schutzhindernis des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft bereits im Zeitpunkt der Entscheidung über die Ein-

tragung bestanden hat. Entgegen der Auffassung der Rechtsbeschwerde der Antragstellerin zu 2 besteht kein Erfahrungssatz dahingehend, dass "WM 2006" schon Anfang des Jahres 2003 vom Verkehr stets und für alle Waren und Dienstleistungen nur als beschreibende Angabe für die im Jahr 2006 stattfindende Fußballweltmeisterschaft oder für eine andere Weltmeisterschaft verstanden worden ist.

- 47 c) Die Erwägungen, mit denen das Bundespatentgericht der Marke "WM 2006" für die hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen allgemein eine hinreichende Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zugesprochen hat, unterliegen jedoch aus anderen Gründen durchgreifenden rechtlichen Bedenken. Entgegen der Ansicht des Bundespatentgerichts legt der Umstand, dass dem Verkehr die von der Markeninhaberin im Jahr 2006 veranstaltete Fußballweltmeisterschaft als solche bekannt ist, nicht die Annahme nahe, er werde die hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen im Falle ihrer Bezeichnung mit "WM 2006" dem Veranstalter als einem unter mehreren Unternehmen zuordnen. Nach den insoweit zutreffenden Feststellungen des Bundespatentgerichts versteht der Verkehr die Bezeichnung "WM 2006", wenn sie für Waren und Dienstleistungen verwendet wird, die ihrer Art oder Bestimmung oder ihren sonstigen Merkmalen nach einen Bezug zu der Durchführung einer Weltmeisterschaft haben, als beschreibende Angabe, nämlich als Hinweis auf das Sportereignis als solches und nicht auf den Hersteller oder Anbieter der so gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung. Die Annahme des Bundespatentgerichts, der Verkehr werde, wenn er bei Waren und Dienstleistungen, die ihrer Art und Bestimmung oder ihren sonstigen Merkmalen nach keinen Bezug zu einer Weltmeisterschaft hätten, den beschreibenden Gehalt der Bezeichnung "WM 2006" erkenne, darin gleichwohl keinen bloßen Hinweis auf die Veranstaltung als solche, sondern ein Unterscheidungsmittel sehen, ist in sich widersprüchlich. Erkennt der Verkehr in "WM 2006" die beschreibende Angabe einer Weltmeisterschaft im Jahr 2006, wird er vielmehr auch in dieser Hinsicht

allenfalls einen Bezug zu der Veranstaltung als solcher herstellen. 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.

48 d) Mithin ist davon auszugehen, dass die Bezeichnung "WM 2006" vom Verkehr weder allgemein für alle Waren und Dienstleistungen als nicht unterscheidungskräftiger Hinweis auf die Veranstaltung einer Weltmeisterschaft im Jahr 2006 verstanden wird, noch dieser Bezeichnung grundsätzlich für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen, die nach den Feststellungen des Bundespatentgerichts keinen Bezug zu der Veranstaltung einer Weltmeisterschaft im Jahr 2006 haben (technische Geräte und Dienstleistungen und sog. Merchandisingartikel und -angebote), hinreichende Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zukommt. Dementsprechend bedarf es hinsichtlich jeder einzelnen der hier noch in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen der konkreten Feststellung, ob der normal informierte, ange-

messen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher der fraglichen Ware oder Dienstleistung die Bezeichnung "WM 2006", wenn sie für die betreffende Ware oder Dienstleistung verwendet wird, als ein Unterscheidungsmittel auffasst, das die Ware oder Dienstleistung als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet. An solchen hinreichend differenzierenden Feststellungen zu den verbleibenden Waren und Dienstleistungen fehlt es bislang.

49 Die angefochtene Entscheidung ist daher insoweit aufzuheben, damit die erforderlichen Feststellungen zu den einzelnen noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen nachgeholt werden können. Dabei wird zu berücksichtigen sein, inwieweit der Verkehr aufgrund der Art, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der betreffenden Ware oder Dienstleistung Anlass hat, einen Bezug zwischen der Bezeichnung "WM 2006" und einer so bezeichneten Weltmeisterschaft im Jahr 2006 herzustellen, oder ob ein solcher Bezug fern liegend ist und der Verkehr daher für einzelne Waren oder Dienstleistungen im Eintragungszeitpunkt "WM 2006" nicht als abkürzende Beschreibung einer "Weltmeisterschaft im Jahr 2006", sondern als unterscheidungskräftige Buchstaben- und Zahlenkombination versteht. Bei der Ermittlung der Verkehrsauffassung können insbesondere die Kennzeichnungsgewohnheiten auf dem betreffenden Warengebiet (wie etwa eine Übung, Produkte mit aus Buchstaben und Zahlen bestehenden Kürzeln zu kennzeichnen) und der Grad der Nähe oder Ferne der Ware oder Dienstleistung zur Durchführung von Sportveranstaltungen einschließlich des damit verbundenen Sponsorings von Bedeutung sein.

50 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 zurückge-

wiesen hat. Insoweit ist die Sache an das Bundespatentgericht zurückzuweisen (§ 89 Abs. 4 Satz 1 MarkenG).

Ullmann

Bornkamm

Büscher

Schaffert

Bergmann

Vorinstanz:

Bundespatentgericht, Entscheidung vom 03.08.2005 - 32 W(pat) 238/04 -