

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 39/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 395 45 738.6

hat der 32. Senat (Markenbeschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 6. Juni 2001 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richterin Klante und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 30 - vom 24. Juli 1998 und vom 28. November 2000 aufgehoben.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist das Wort

BONUS

für

Schokolade, Schokoladewaren, Fein- und Dauerbackwaren, Zuckerwaren.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen, da es sich bei jedem möglichen Deutungsgehalt des beanspruchten Wortes um eine unmittelbar warenbeschreibende Angabe handele.

Gegen den Erinnerungsbeschluß richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie ist der Auffassung, daß - auch nach höchstrichterlicher Rechtsprechung - die Marke den für ein Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft erforderlichen engen beschreibenden Bezug zu den angemeldeten Waren nicht aufweise.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet.

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) noch das einer beschreibenden Angabe (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) entgegen. Unterscheidungskraft im Sinne der Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderen Unternehmen aufgefaßt zu werden. Bereits eine

geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vergleiche Begründung zum Regierungsentwurf, Bundestagsdrucksache 12/6581, Seite 70 = BIPMZ 1994, Sonderheft, Seite 64). Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß ihr die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH BIPMZ 2000, 332, 333 - LOGO mwN). Diese kann der Marke für die beanspruchten Waren nicht abgesprochen werden, denn ihr kommt insoweit nicht ohne weiteres ein beschreibender Begriffsinhalt zu. Nach den zutreffenden Feststellungen der Markenstelle hat das beanspruchte Markenwort BONUS die Bedeutungen "Zugabe, Gewinnanteil, Überschuß, Sondervergütungen, Prämie, staatliche Beihilfe und Gutschrift". So gibt es einen Bonus für Studenten, einen Jugendbonus für Schüler, eine Bonuscard eines Hotels, einen Steuerbonus beim Kauf von Kraftfahrzeugen, einen Umweltbonus für Gasheizungen, einen Regierungsbonus, einen Kanzlerbonus, einen Siegerbonus, einen Amtsbonus oder den Zinsbonus als Zinsvorteil. Im Bereich der hier beanspruchten Schokolade, Schokoladewaren, Fein- und Dauerbackwaren und Zuckerwaren kann dem beanspruchten Markenwort "BONUS" jedoch keine im Vordergrund stehende Sachangabe entnommen werden. So ist nicht ersichtlich welchen Sinn die Bedeutungsgehalte "Zugabe, Gewinnanteil, Überschuß, Sondervergütung, Prämie, staatliche Beihilfe oder Gutschrift" für einen Artikel aus dem Süßwarenereich haben sollten. Ein möglicher Deutungsgehalt, daß der Verkehr einer entsprechend gekennzeichneten Süßware einen besonderen Gewinn für den Verbraucher darstelle, ist weder zwangsläufig noch erschließt er sich ohne analysierende Betrachtungsweise, die dem Verkehr nicht ohne weiteres unterstellt werden darf.

Nach den Feststellungen des Senats handelt es sich bei BONUS auch nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache, das stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird. So ergab eine Internetrecherche vom 5. Juni 2001 mit der Suchmaschine ... bei den ersten dreißig von insgesamt 352 Treffern auch marken- und firmenmäßige Verwendungen wie Bonus Heimservice, Bonus Wirtschaftsforum, Bonus Autovermietung, Airport Bonus Inn, Bonus Car Rental, so dass nicht festgestellt werden kann, dass der Verkehr "BONUS" keinesfalls als Unterscheidungsmittel verstehen wird.

Auch Eintragungshindernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besteht nicht, da "BONUS" nicht dazu dienen kann, die beanspruchten Waren unmißverständlich zu beschreiben (vgl. BGH GRUR 1998, 465 - BONUS).

Winkler

Klante

Sekretaruk

Wel