

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 143/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 35 042.6

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 15. Oktober 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer sowie der Richterin Friehe-Wich und des Richters Schwarz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Der Anmelder begehrt die Eintragung von

4fun

als Wortmarke (nunmehr noch) für "Marketingberatung; Vermietung von Werbematerial und/oder von Werbeflächen; Betrieb eines Internetmarktplatzes".

Die Markenstelle für Klasse 25 hat die Anmeldung, die sich zunächst auf eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen der Klassen 25, 28, 35, 38 und 42 richtete, durch Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes wegen fehlender Unterscheidungskraft und bestehenden Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, die angesprochenen Verkehrskreise würden "4fun" aufgrund der Verwendung in der Werbesprache im Sinne von "for fun" und damit "für den Spaß" verstehen. Sämtliche beanspruchten Dienstleistungen könnten als Gegenstand die Zweckbestimmung "Spaß" haben. Der Verkehr spalte die Marke nicht in "4" und "fun" auf. Als Hinweis auf die Art und Bestimmung der Waren und Dienstleistungen sei die angemeldete Marke als beschreibende Angabe Freihaltebedürftig. Ihr fehle auch jegliche Unterscheidungskraft.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er meint, die Kombination der Zahl 4 mit dem Wort "fun" sei der deutschen Sprache fremd und führe zu einer neuen Wortkombination und einer neuen schutzfähigen Gesamtaussage. "4fun" werde als Phantasiebegriff aufgefasst und sei für die beanspruchten Dienstleistungen nicht unmittelbar beschreibend. Es handele sich um eine lexikalisch nicht nachweisbare fremdsprachige Angabe, die entsprechenden deutschen Wortbildungen nicht ohne weiteres gleichzusetzen sei. Der allgemeine Verkehr werde das Zeichen "4fun" nicht ohne weiteres verstehen, weil die Zahl 4 nichts konkret

beschreibe; sie könne wie "for", aber auch deutsch mit "vier" ausgesprochen werden. "Spaß haben" habe in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen keine Bedeutung. Wenn man "zum Spaß" ausdrücken wolle, würde man "for fun" schreiben und nicht "4fun".

II.

Die Beschwerde ist zulässig, jedoch nicht begründet. Denn der Eintragung der Bezeichnung "4fun" als Wortmarke für die nunmehr noch beanspruchten Dienstleistungen steht jedenfalls das Hindernis fehlender Unterscheidungskraft entgegen (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG), so dass die Markenstelle die Anmeldung zu Recht zurückgewiesen hat (§ 37 Abs 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden, weil es Hauptfunktion der Marke ist, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (st Rspr, vgl BGH MarkenR 2002, 338 mwN – Bar jeder Vernunft). Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, das Schutzhindernis zu überwinden. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen 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 jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH aaO).

Unter Berücksichtigung dieser Grundsätze fehlt der angemeldeten Bezeichnung im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft. Denn die angesprochenen Verkehrskreise werden ihr einen wenn auch nicht glatt beschreibenden Hinweis auf die Art des mit der Kennzeichnung "4fun" versehenen Angebots entnehmen und sie im Hinblick auf ihre vielfache Verwendung in der Werbung für verschiedenste Waren und Dienstleistungen lediglich in einen sachlichen Bezug zu Spaß bzw Vergnügen setzen, nicht aber als Hinweis auf den Anbieter dieser Waren und Dienstleistungen auffassen.

"4fun" ist weder eine neue noch eine ungebräuchliche Wortkombination, sondern wird - gerade auch im Internet - häufig und im Zusammenhang mit der Werbung für verschiedenste Waren und Dienstleistungen verwendet. Sie weist - anders als zB "for you" (vgl BGH GRUR 1999, 1093) - auf die Zielrichtung des so gekennzeichneten Angebots hin, nämlich den Spaß oder das Vergnügen im Gegensatz zB zu Arbeit oder sonstigen ernsten Themen. Diese Bedeutung verstehen entgegen der Ansicht des Anmelders nicht nur besonders gebildete Schichten. Dies ist bereits daraus zu ersehen, dass die angemeldete Bezeichnung vielfach sowohl werbend wie auch beschreibend verwendet wird, ohne dass sie erklärt wird; der jeweilige Verwender geht offensichtlich davon aus, dass die angesprochenen Verkehrskreise, unter denen sich (zB im Zusammenhang mit der Dienstleistung "Betrieb eines Internetmarktplatzes") auch Endverbraucher befinden können, diese Bezeichnung ohne weiteres verstehen. Hinzu kommt, dass die Zahl "4" als Synonym für "for" aufgrund überaus häufiger Verwendung vor allem in der Werbung allgemein bekannt ist. "for" und "fun" gehören zu den für ganz weite Teile der deutschen Bevölkerung ohne weiteres verständlichen englischen Grundwörtern. "fun" hat auch bereits in die deutsche Sprache Einzug gefunden, zB in der Kombination "Funsportarten" oder "Fun haben". Daher haben die angesprochenen Verkehrskreise keine Veranlassung, der angemeldeten Bezeichnung etwas anderes zu entnehmen, als dass die mit ihr gekennzeichneten Angebote Spaß machen sollen.

Dies beschreibt zwar nicht die konkreten Eigenschaften der beanspruchten Dienstleistungen, darauf kommt es jedoch nicht an. Denn bei der angemeldeten Marke handelt es sich um einen in der Werbesprache so gebräuchlichen Ausdruck, dass dieser unabhängig von der konkreten Bedeutung im Zusammenhang mit dem jeweiligen Angebot vom Verkehr nicht als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen und damit als Unterscheidungsmittel verstanden, sondern - gerade auch im Hinblick auf den mit dem Wort "Spaßgesellschaft" verkürzt wiedergegebenen Trend, dass möglichst alles, was man tut, Spaß machen soll - nur als Werbeschlagwort für hierzu geeignete Angebote angesehen wird.

Wie bereits ausgeführt, wird die Kombination "4fun" in der Werbung häufig benutzt, wobei sich das Angebot, das jeweils mit "4fun" gleichsam als spaßtauglich beworben wird, an alle Verkehrskreise richten kann. Gerade die vorliegend beanspruchten Dienstleistungen können sich teils sowohl an den Verbraucher als auch an werbende Unternehmen richten (zB hinsichtlich des Betriebs eines Internetmarktplatzes).

Diese Annahme ist nicht spekulativ. Denn es gibt zB im Internet unter vielen anderen allgemein zugänglichen Angeboten, die den Bestandteil "4fun" enthalten, auch bereits eine "kostenlose Kommunikations- und Informationsplattform" für Studenten und Jungakademiker, die sich "4students.de" "die virtuelle studentenstadt" nennt und die verschiedenen "Themen-Channel 4career, 4fun, 4money und 4study" umfasst (www.media-agency.com/4students/media_stud.htm). Die Betreiberin dieser Internet-Seite bietet gegen Entgelt "zielgenaue Ansprachemöglichkeiten" und "eine Fülle von Werbemöglichkeiten" an. Der "Themen-Channel" 4fun enthält teils kommerzielle, teils nicht kommerzielle Beiträge; er kann zum einen von Benutzern aufgerufen werden, zum anderen können Anbieter auf dieser Seite (gegen Entgelt) Werbung platzieren.

Soweit von der angemeldeten Marke Dienstleistungen erfasst sind, die sich allein an Personen oder Unternehmen richten, die werben wollen (Marketingberatung; Vermietung von Werbematerial und/oder von Werbeflächen), werden diese die Anmeldung nicht anders beurteilen, als wenn ihnen die Bezeichnung "4fun" in der Werbung entgegentritt, dh sie werden ihr einen Hinweis auf die Zielrichtung der angebotenen Dienstleistungen entnehmen, nicht aber einen betrieblichen Herkunftshinweis.

Nach alledem konnte die Beschwerde keinen Erfolg haben.

Dr. Schermer

Schwarz

Friehe-Wich

Pü