



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 27/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
8. Januar 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 29 390.2

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 8. Januar 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterin Schwarz-Angele und des Richters Paetzold

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister für die Waren

"Wohnmobile, Freizeitmobile"

ist das Wort "Winner" in nachfolgend wiedergegebener Schreibweise

siehe Abb. 1 am Ende

Die Markenstelle für Klasse 12 hat die Anmeldung mit der Begründung zurückgewiesen, es handele sich bei dem als Marke beanspruchten Wort lediglich um eine werbeanpreisende Angabe für Produkte von erstklassiger Qualität, die dem Käufer einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz versprechen. Die angesprochenen Verkehrskreise würden die Marke ohne weiteres allein in diesem Sinne als "Gewinner" und damit "Gewinn" verstehen, so dass nicht nur ein aktuelles Freihaltebedürfnis bestehe, sondern der Anmeldung auch jegliche Unterscheidungskraft fehle. Die graphische Ausgestaltung sei völlig verkehrsüblich und könne die Schutzfähigkeit nicht begründen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die darauf hinweist, dass mit "Gewinner" weder ein Warenmerkmal noch eine Eigenschaft der Ware bezeichnet würde; allenfalls handele es sich um eine Qualitätsanpreisung, die indes nicht unter den Tatbestand des § 8 Abs 2 Ziff 2 MarkenG falle. Im übrigen

würde auch nicht etwa das Wort als solches, sondern nur in der besonderen Schreibweise beansprucht.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist nicht begründet, denn an der angemeldeten Marke besteht in Bezug auf die streitigen Waren zumindest ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, da sie auch nach den Feststellungen des Senats als konkrete Angabe über wesentliche Eigenschaften der unter ihr angebotenen Waren dienen kann und deswegen für die Mitbewerber freigehalten werden muss.

Das beanspruchte Wort "winner" entstammt ursprünglich der englischen Sprache, muss inzwischen aber wegen seiner vielfältigen Verwendung im allgemeinen Sprachgebrauch als eingedeutscht angesehen werden und wird vom Verkehr zwanglos mit dem deutschen Begriff "Gewinner, Sieger" gleichgesetzt. Hierbei handelt es sich aber um nichts anderes als eine das Produkt im Sinne einer herausragenden Qualität oder Spitzenstellung anpreisende und damit warenbeschreibende Angabe, mit der der Kaufentschluss potentieller Käufer positiv auch durch die Vorstellung beeinflusst werden soll, das angebotene Produkt habe bereits Preise gewonnen oder besitze jedenfalls Eigenschaften, die es bzw. seinen Erwerber zum (zB Test-) Sieger machen können. Dadurch wird ein Gefühl der Stärke, Schnelligkeit oder Fitness vermittelt und suggeriert, gerade diesem Produkt den Vorzug zu geben. In diesem Kontext wird das beanspruchte Wort bereits auch auf dem Warengbiet der Klasse 12 verwendet, wie Recherchen des Senats ergeben haben, die von der Anmelderin nicht bestritten worden sind. Die Firma BMW bietet etwa ihre 3er-Serie unter dem Schlagwort "easy winner" an, bei Ford gibt es ein Modell "Mondeo Winner", bei Peugeot den "205 winner" und bei Audi den "R6 winner". Die Anmelderin beansprucht mithin für sich das Monopol an einem Begriff, der hinsichtlich der dafür vorgesehenen Waren nichts anderes als

deren qualitativ hochwertige Beschaffenheit zum Ausdruck bringt. Solche rein werbemäßige Anpreisungen, die auch vom inländischen Verkehr ohne weiteres verstanden werden, dürfen aber nicht zugunsten eines Anbieters monopolisiert werden (vgl. schon BPatG 28 W 88/94 v. 24.5.1995 "winner", PAVIS-CD-ROM).

Von einer graphischen Verfremdung des Wortes und einer sich daraus eventuell ableitenden Schutzfähigkeit als Marke kann keine Rede sein, da sich die Anmelderin lediglich einer Drucktype bedient hat, die allenfalls vom gängigen Bild alltäglicher Printmedien abweicht, aber keineswegs drucktechnisch oder graphisch aus dem Rahmen werbeüblicher Darstellungen fällt.

Die Beschwerde der Anmelderin war daher als unbegründet zurückzuweisen. Für die von der Anmelderin angeregte Zulassung der Rechtsbeschwerde fehlt es ersichtlich an den tatbestandlichen Voraussetzungen.

Stoppel

Schwarz-Angele

Paetzold

Fa

Abb. 1

