



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 48/02

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 36 283.5

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 10. Dezember 2003 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Viereck und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Klasse 41 – vom 27. September 2001 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung zurückgewiesen wurde.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

yourprice

wurde für die Dienstleistungen

Durchführung von Versteigerungen und Auktionen im Internet

mit der Begründung zurückgewiesen, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehle. Bei den beanspruchten Dienstleistungen sei zu beachten, dass Auktionen die Eigenart aufwiesen, dass der Preis der jeweiligen Ware nicht beidseitig ausgehandelt wird, sondern durch denjenigen Teilnehmer der Auktion bestimmt wird, der zuletzt das höchste Gebot ausspricht. "Dein Preis" bzw. "Ihr Preis" beschreibe schlagwortartig und plakativ diese besondere Form des entgeltlichen Erwerbs. Ein Herkunftshinweis könne der Marke nicht entnommen werden.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er macht geltend, dass die beanspruchte Marke "yourprice" allenfalls vage Assoziationen der Durchführung von Auktionen aufweise. Deshalb liege ohne weiteres die erforderliche Unterscheidungskraft vor.

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 Produktmerkmalsbezeichnung im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

1) Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr aus Unterscheidsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solcher anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um 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 Unterscheidsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr.; vgl. BGH, BIPMZ 2002, 85 – Individuelle).

Die im Beschwerdeverfahren noch gegenständlichen Dienstleistungen der Durchführung von Versteigerungen und Auktionen im Internet richten sich auch an die allgemeinen Verkehrskreise ohne besondere Einschränkung. Dienstleistungen dieser Art werden von Verbrauchern aus allen Schichten, Gruppen und Bereichen in Anspruch genommen. Selbst wenn man unterstellt, dass diese "yourprice" mit "Dein Preis" oder "Ihr Preis" übersetzen können, so fehlen jedoch jegliche Anhaltspunkte für die Annahme, dass in dieser Wortfolge ein eindeutig beschreibender Begriffsinhalt für die Durchführung von Versteigerungen und Auktionen liegt. Man spricht insbesondere nicht davon, dass die Aktion des Bieters bei der Ver-

steigerung sozusagen als "sein Preis" gelten soll. Im allgemeinen Sprachgebrauch wird hiermit vielmehr Gebot verwendet.

Es kann auch nicht festgestellt werden, dass der Verkehr die Wortfolge stets nur als gebräuchliches Wort für die beanspruchten Dienstleistungen und nicht als Unterscheidungsmittel der betrieblichen Herkunft versteht. Bei der Eingabe des Markenbegriffs in übliche Suchmaschinen des Internets (z.B. google/19.11.2003) gab es nur einen einzigen Treffer. Dort ist "YOURPRICE" als Marke aufgeführt, die bei der Firma B... AG erworben werden kann (vgl. www.b...com).

Auch bei Eingabe in getrennter Schreibweise der Einschränkung der Suche auf Seiten in deutscher Sprache findet sich im wesentlichen kennzeichenmäßige Verwendungen von "YOUR PRICE" wie "SAYYOURPRICE Großhandel" (www.payyourprice.de/19.11.2003) oder "PAYYOURPRICE Händlereinkauf" (www.payyourprice.de/19.11.2003) oder "selectyourprice.net" (www.selectyourprice.net/19.11.2003). Daneben gibt es noch sog. "name-your-price-lösungen" etwa für Reiseagenturen oder für Benzin (www.ecin.de/19.11.2003). Diese doch im wesentlichen kennzeichenmäßige Verwendung von "YOUR PRICE" trägt keinesfalls die Feststellung, dass die beanspruchte Marke stets nur als gebräuchliches Wort für die beanspruchten Produkte und nicht als Unterscheidungsmittel der betrieblichen Herkunft verstanden wird.

2) Die Marke ist auch nicht nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Sie besteht nicht ausschließlich aus Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen können. Eine Merkmalsangabe für die Durchführung von Auktionen kann auch nicht festgestellt werden, wenn an "yourprice" als Beschreibung eines Systems versteht, das dadurch gekennzeichnet ist, dass eine Anfrage mit Nennung des Wunschproduktes zu einem Wunschpreis darunter verstanden wird (z.B. www.qweasy.de/19.11.2003). Ob die Marke für die Durchführung von Verträgen auf dieser Grundlage bereits merkmalsbezeichnend ist, kann dahinstehen. Im Bereich der Versteigerungen und Auktionen

kann eine Eignung zur Merkmalsbezeichnung weder gegenwärtig auch zukünftig festgestellt werden.

Winkler

Viereck

Sekretaruk

Hu