



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 95/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 37 647.6

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 23. April 2003 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Rauch und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Klasse 24 – vom 23. Januar 2002 aufgehoben.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister für

textile Werbeträger, insbesondere Fahnen, Fahnentücher, Wimpel, Spannbänder, Spanntücher, Standarten, Flaggen, Planen, Plakate, vorzugsweise aus nicht beschichteten und beschichteten Flächengebilden, insbesondere aus beschichteten Polyestergeweben sowie Flächengebilden mit Gitternetzstrukturen; Textilstoffe, insbesondere für die Bespannung von Sonnenschirmen und Regeschirmen

ist die Wortmarke

best.

Die Markenstelle für Klasse 24 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke zurückgewiesen. "best" entstamme der englischen Sprache, sei aber dem inländischen Publikum in seinem Bedeutungsgehalt geläufig und darüber hinaus auch geeignet, die konkret beanspruchten Waren als "die Besten" anzupreisen. Es fehle jegliche Mehrdeutigkeit oder ein selbständig kennzeichnender Bestandteil oder auch ein phantasievoll-

ler Überschuss, so dass der angesprochene Verkehr keine betriebliche Hinweiswirkung erkennen könne.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie weist darauf hin, dass es vielfältige Möglichkeiten gebe "best" in das Deutsche zu übersetzen und deshalb nicht vom Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ausgegangen werden könne.

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 Angabe i.S.v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

a) Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmer 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 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 Anhaltspunkt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr., vgl. BGH, BIPMZ 2002, 85 - INDIVIDUELLE). Die von der Marke beanspruchten Waren, nämlich textile Werbeträger und Textilstoffe richten sich z.T. an die allgemeinen deutschen Verkehrskreise, aber überwiegend an Fachkreise, die

diese Stoffe industriell verarbeiten. Der Senat geht davon aus, dass diese "best" auch als englisches Wort für "der, die oder das Beste" kennen. Ein im Vordergrund stehender Begriffsinhalt liegt hierin nicht. "Der, die oder das Beste" bleibt ohne nähere Angaben unklar und interpretationsbedürftig. Es könnte etwa "das beste Produkt" oder auch "der beste Anbieter" gemeint sein (vgl. hierzu auch BGH, BIPMZ 2000, 163, 164 – Partner with the Best). Schon wegen dieser Mehrdeutigkeit kann nicht davon ausgegangen werden, dass der Marke für die beanspruchten Waren jegliche Unterscheidungskraft fehlt.

Es kann auch nicht festgestellt werden, dass der Verkehr das Wort "best" – bspw. wegen einer Verwendung durch viele Anbieter – nicht mehr als Unterscheidungsmittel der betrieblichen Herkunft versteht. Bei der Eingabe von "best" in Zusammenhang mit Werbung in übliche Suchmaschinen des Internets (hier: Google/23.04.2003) erhält man Ergebnisse, die die beanspruchte Marke in verschiedenen Verwendungsbeispielen zeigen. Es gibt häufig den Begriff des "best of" als allgemeine Spitzenstellungsbehauptung (z.B. ARD-Werbung – ARD-Best of/www.ard-werbung.de, The Best of the Net/www.haserl.de) oder best in Zusammenhang mit bestimmten Dienstleistungen (z.B. best-downloads/www.best-downloads.de, best Spot tarif/www.win-football.de) und auch eindeutige Verwendungen als Kennzeichen wie best-gewinnspiel.de. In Bezug auf die beanspruchten Waren war "best" im Sinne einer beschreibenden Bezeichnung indes nicht nachweisbar.

Damit kann nicht belegt werden, dass der Verkehr die Marke stets nur als bloße Werbeanpreisung und nicht als Unterscheidungsmittel versteht.

b) 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 dienen können. Weder "best" noch die deutsche Übersetzung

"der, die, das Beste" enthält eine verständliche Angabe darüber, welches Merkmal hier bezeichnet wird. Eine Ware als "die Beste" zu bezeichnen drückt keine warenbezogene Eigenschaft aus.

Winkler

Rauch

Sekretaruk

Fa