

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 226/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 37 538.4

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. Januar 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Schülke sowie des Richters Kraft und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 4. Januar und 31. Mai 2000 aufgehoben.

G r ü n d e

I.

Die Beschwerdeführerin hat die Bezeichnung

Go Spain

als Wortmarke für die Waren und Dienstleistungen

"Druckerzeugnisse, insbes Kataloge, Printmedien, Broschüren;
Werbung in allen Medien;
Leistungen einer Zielgebietsagentur, Vermittlung von Verkehrsleistungen, Reisebegleitung, Veranstaltung und/oder Vermittlung von Ausflügen, Rundreisen, Stadtrundfahrten, Mietwagen, Wohnmobilen sowie sonstigen touristischen Dienstleistungen;
Beherbergung und Verpflegung von Gästen in Hotels, Pensionen und Restaurants"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 39 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen des Bestehens absoluter Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen. Die Wortmarke sei aus den englischsprach-

chigen Begriffen "Go" = "gehen, fahren" und "Spain" = "Spanien" zusammengesetzt. Mit der Bedeutung "Auf nach Spanien" stelle die Bezeichnung lediglich ein unmittelbar beschreibendes Werbemotto dar, unter dem die Waren vertrieben bzw die Dienstleistungen erbracht würden. Einen schutzbegründenden Phantasiegehalt weise die angemeldete Marke mithin nicht auf. Da "Go Spain" von beachtlichen inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres in seinem beschreibenden Sinn verstanden werde, sei das Markenwort nicht geeignet, die von der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen bezüglich ihrer Herkunft aus einem Unternehmen von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidbar zu machen. Der Anmeldung fehle daher jegliche Unterscheidungskraft.

An der im Inland ohne weiteres verständlichen, die in der Anmeldung aufgeführten Waren und Dienstleistungen unmittelbar beschreibenden Angabe bestehe auch ein Freihaltebedürfnis der Mitbewerber.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Ansicht nach stellt die angemeldete Bezeichnung weder eine unmittelbar beschreibende Angabe dar, noch lägen konkrete Hinweise auf ein aktuelles oder zukünftiges Freihaltebedürfnis vor. Bei der Wortkombination "Go Spain" handele es sich für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen um eine unübliche und ausreichend originelle Kennzeichnung, die nicht zwangsläufig als ein unmittelbarer Hinweis auf die konkrete Beschaffenheit der beanspruchten Waren und Dienstleistungen verstanden werde. Hinweise für eine Verwendung der Bezeichnung in der Umgangs- oder Werbesprache lägen ebenfalls nicht vor. Die korrekte Übersetzung von "auf nach Spanien" würde ohnehin "Go to Spain" lauten. Das fehlende "to" werde dem inländischen englischkundigen Verkehr auffallen und für ihn Anlaß sein, die Wortfolge "Go Spain" mit bereits bekannten Marken wie zB "Go West" zu vergleichen. Selbst bei einem Verständnis "Auf nach Spanien" sei die erforderliche Unterscheidungskraft zu bejahen, weil sämtliche Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit Tätigkeiten einer Zielgebietsagentur im Reiseland selbst bestimmt seien, so daß die Reiseaufforderung nicht beschreibend sein könne. Da die angemeldete

Wortfolge keine eindeutige Aussage vermittele, bestehe an ihr auch kein aktuelles oder zukünftiges Freihaltebedürfnis der Mitbewerber zur Beschreibung ihrer eigenen Produkte.

II.

Die zulässige Beschwerde erweist sich in der Sache als begründet, denn der begehrten Eintragung stehen die Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind nur Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr ua zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen dienen können. Dabei ist davon auszugehen, daß ein Eintragungshindernis auch dann besteht, wenn eine Benutzung als Sachangabe bisher nicht erfolgt ist, eine solche jedoch nach den gegebenen Umständen erfolgen wird (vgl BGH GRUR 1995, 408 - PROTECH). Zu den nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG vom Markenschutz ausgeschlossenen Angaben zählen allerdings nicht nur die ausdrücklich aufgeführten, sondern auch solche, die für den Warenverkehr wichtige und für den umworbenen Abnehmerkreis irgendwie bedeutsame Umstände mit konkretem Bezug auf die betreffenden Waren und Dienstleistungen selbst beschreiben (vgl BGH BIPMZ 1999, 410 - FOR YOU). Zu diesen Angaben oder Umständen gehört die angemeldete Bezeichnung "Go Spain" jedoch nicht.

Eine Verwendung der um Schutz nachsuchenden Bezeichnung als beschreibende Angabe für die hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen hat die Markenstelle nicht nachgewiesen. Auch der Senat hat insoweit keine Feststellungen zu treffen vermocht. Von einem auf gegenwärtiger Benutzung als Sachangabe beruhenden Freihaltebedürfnis kann deshalb nicht ausgegangen werden. Ebenso-

wenig liegen hinreichende Anhaltspunkte dafür vor, daß im Zusammenhang mit den beanspruchten Druckwerken und Dienstleistungen wie Werbetätigkeiten, Leistungen einer Zielgebietsagentur oder der Beherbergung und Verpflegung von Gästen in Zukunft eine Benutzung der Marke als Sachangabe erfolgen wird.

Selbst wenn mit der Markenstelle davon ausgegangen wird, daß die angemeldete Bezeichnung "Go Spain" aus den beiden englischen Wörtern "go" und "spain" gebildet ist, die zum englischen Grundwortschatz gehören und deren Sinngehalte "gehe" und "Spanien" weiten Teilen des inländischen Verkehrs geläufig sind, so fehlt der angemeldeten Wortfolge dennoch die Eignung, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eindeutig zu beschreiben. Auch wenn das angesprochene inländische Publikum der Wortkombination "Go Spain" wegen des bekannten amerikanischen Slogans "Go West" die Aufforderung "auf nach Spanien" entnimmt, sagt dieser Sinngehalt nichts Konkretes darüber aus, welche besonderen Merkmale die unter dieser Bezeichnung angebotenen Druckerzeugnisse und Dienstleistungen auszeichnen könnten. Sofern der angesprochene inländische Verkehr "Go Spain" möglicherweise als allgemeinen, werbemäßigen Hinweis darauf auffaßt, daß die betreffenden Waren und Dienstleistungen im Zusammenhang mit Reisen nach Spanien stehen oder dort erbracht werden, sagt diese Annahme nur etwas über das Reiseland aus, über das die betreffenden Druckerzeugnisse informieren oder wo die angebotenen Dienstleistungen erbracht werden. Von einem gegenwärtigen oder zukünftigen Freihaltebedürfnis der Mitbewerber der Anmelderin an der angemeldeten Marke kann deshalb nicht ausgegangen werden.

2. Ebenso wenig kann der Marke jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG abgesprochen werden. Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die der Anmeldung zugrunde liegenden Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Hierbei ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh, jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden, zumal der Verkehr ein als Marke verwendetes

Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann demnach einer Wortmarke kein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch nicht um ein so gebräuchliches Wort der deutschen oder einer sonst im Inland geläufigen Sprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung (vgl BGH WRP 1998, 495, 496 - Today) - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß einem als Marke verwendeten Wortzeichen die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH MarkenR 1999, 349 - YES).

Hiervon ausgehend kann der Bezeichnung "Go Spain" nicht die erforderliche Unterscheidungseignung abgesprochen werden: Eine warenbeschreibende Sachaussage, die auf bestimmte Eigenschaften der in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen selbst Bezug nimmt, stellt "Go Spain" nicht dar (s oben). Ebenso wenig handelt es sich hierbei um ein gebräuchliches Wort der Alltagssprache, das der Verkehr infolge einer entsprechenden Verwendung in der Werbung nur als eine englischsprachige schlagwortartige Aussage versteht. Selbst wenn "Go Spain" als Hinweis darauf gewertet wird, daß die damit gekennzeichneten Druckschriften und Dienstleistungen im Zusammenhang mit Spanien stehen und indirekt zu (Urlaubs-)Reisen nach Spanien auffordern, stellt diese Aussage eine werbemäßige Reiseanregung dar, die die Aufmerksamkeit des angesprochenen Verkehrs auf die Angebote und Dienstleistungen der Anmelderin lenken soll und die es verbietet, dem Zeichen jegliche Unterscheidungskraft abzuspochen (vgl BGH aaO - FOR YOU). Die angesprochene Mehrdeutigkeit spricht vielmehr für die erforderliche Unterscheidungseignung.

Schülke

Eder

Kraft

br/prö