

# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 105/00

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 397 17 475.6**

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 4. April 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, der Richterin Martens und des Richters Kunze

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Angemeldet zur Eintragung ins Markenregister ist das Wort

Weekendfeeling

für zahlreiche Waren der Klassen 14, 16, 18 und 25.

Die Markenstelle für Klasse 14 des Deutschen Patent- und Markenamts hat im Erstbeschluß die Anmeldung insgesamt zurückgewiesen, auf die Erinnerung der Anmelderin hin wurde nur noch hinsichtlich der Waren

"aus Edelmetallen und deren Legierungen hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit in Klasse 14 enthalten; Juwelierwaren, Schmuckwaren, insbesondere Ringe, Edelsteine; Uhren und Zeitmeßinstrumente, insbesondere Kleinuhren, Armbanduhr, Uhrteile, Zifferblätter, Uhrgehäuse, Uhrwerke, Uhrwerkteile; Teile und Bestandteile vorgenannter Waren, soweit in Klasse 14 enthalten; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten; Teile und Bestandteile vorgenannter Waren, soweit in Klasse 18 enthalten; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Teile und Bestandteile vorgenannter Waren, soweit in Klasse 25 enthalten."

die Eintragung mit der Begründung versagt, die Wortbildung weise sprachüblich auf den Bestimmungszweck der Waren und ihre Eignung, Weekend- und Freizeitgefühle zu erzeugen, hin.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem sinngemäßen Antrag,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen wurde.

Auf die vom Senat übersandte Internetrecherche hat die Anmelderin den Antrag auf mündliche Verhandlung zurückgenommen und um Entscheidung nach Aktenlage gebeten.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Auch nach Ansicht des Senats steht der Eintragung der angemeldeten Marke für die noch im Streit stehenden Waren zumindest das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegen, da ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede, auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Diese Unterscheidungskraft fehlt jedoch, wenn dem Zeichen ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache handelt, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht nur als Unterscheidungsmittel verstanden wird (BGH BRP 99, 1167 und 1169, "YES" und "FOR YOU").

Selbst diese geringen Anforderungen erfüllt die angemeldete Marke nicht. Der Senat hat anhand einer Internetrecherche feststellen können, daß die Bezeichnung "Weekendfeeling" im deutschen Sprachraum bereits Verwendung findet. So heißt es in der Zeitschrift Wirtschaftswoche: "Das Fazit dieses kleinen Ausflugs in unser privates Weekendfeeling lautet für mich: Ich liebe Cyberprofit, weil ..." (wiwo.de). Im Sendegebiet von Radio Ri wird ... "schon am Donnerstag ins Weekendfeeling geschickt. Die besten Partysongs, die heißesten grooves ..." (www.radiori.ch). Unter dem Begriff "Weekendfeeling" wird daher alles das zusammengefaßt, was an positiven Gefühlen mit dem Wochenende verbunden wird: Freizeit, Hobby, Musik, Spaß oder auch einen Flohmarkt zu durchstöbern, wie dies unter dem Motto: "Auf ins Weekendfeeling!" (www.htwk-Leipzig.de) zum Ausdruck kommt. Das populäre Lexikon von Walter Krämer "Modern talking auf deutsch" (Pieper Verlag, 2000, S 87f) führt unter dem Stichwort "Feeling" aus, daß auch gewisse Wochentage, Jahreszeiten oder Wäschestücke ihre "feelings" haben, wobei beispielhaft "weekend feelings" (Zott Sahnejoghurt), "springtime feelings" (Werbebeilage Peek & Cloppenburg), "summer feeling mit Jeans" (Otto Katalog), "casual feeling" (Karstadt Unterhosen) zitiert werden. Bereits dem Erinnerungsbeschuß waren zahlreiche weitere Werbebeispiele beigefügt, die sowohl besondere Gefühlsregungen (Ferienfeeling, natural feeling, summer feeling) dokumentieren als auch belegen, daß gerade im Zusammenhang mit Bekleidung und Lederwaren der passende Auftritt zum Wochenende eine wichtige Rolle spielt, was sich in entsprechenden Wortbildungen wie "weekend style, weekend-outfits" oder "weekender" sprachlich niederschlägt.

Diese Ermittlungen zeigen, daß im Gegensatz zur Auffassung der Anmelderin jedenfalls zu den Waren der Klassen 18 und 25 ein unmittelbar beschreibender Sachbezug besteht. In den speziellen "Weekend-Outfits", oder ausgestattet mit der als "weekender" bezeichneten Reisetasche kommen "weekendfeelings" auf. Soweit die Anmelderin darüber hinaus Schutz für die Waren der Klasse 14 beansprucht, handelt es sich um das typische Accessoire zum mode- und zeitgeistbewußten Auftritt des Freizeitmenschen, so daß auch diesbezüglich der beschrei-

bende Begriffsgehalt von "weekendfeeling" im Vordergrund steht mit der Folge, daß der angemeldeten Marke für alle noch im Streit befindlichen Waren jegliche Unterscheidungskraft fehlt.

Die Beschwerde war daher zurückzuweisen.

Stoppel

Martens

Kunze

Na/prö