

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 229/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 66 573.3

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. Juni 2002 durch Richter Dr. Albrecht als Vorsitzenden, Richterin Klante und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Kl. 41 – vom 26. Juli 2001 aufgehoben.

Gründe

I.

Die für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen angemeldete Marke

dogsworld

hat die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts wegen fehlender Unterscheidungskraft für die Waren und Dienstleistungen

Pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse sowie Präparate für die Gesundheitspflege, diätische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Pflaster, Verbandmaterial, Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke, Desinfektionsmittel, Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren, Fungizide, Ton-, Bild- und Datenträger aller Art, insbesondere Tonbänder, Kassetten, Compact Discs, Schallplatten, DAT-Bänder, Videobänder, Disketten, CD-ROMs, sämtliche vorstehenden Waren in bespielter und unbespielter Form; belichtete Filme, bespielte und unbespielte Ton- und/oder Bildträger (ausgenommen unbelichtete Filme); Druckerzeugnisse, Zeitungen und Zeitschriften; Bücher, Photographien, Poster; Post- und Grußkarten,

Tauschkarten, Abziehbilder, (auch zum Aufbügeln und als vorübergehende Tätowierung), Rubbelbilder, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate) in Form von Druckereierzeugnissen, Spielen, Tier- und Pflanzenpräparaten, Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Milch und Milchprodukte; Mehle und Getreidepräparate, Speiseeis; Kühleis; nichtmedizinische Kaugummi; lebende Tiere und Pflanzen, Futtermittel; Marketing, Marktforschung, Marktanalyse; Meinungsforschung; Werbeforschung; Verteilung von Waren zu Werbezwecken; Werbung, insbesondere Rundfunk-, Fernseh-, Kino-, Print-, Videotext- und Teletextwerbung; Werbevermarktung, insbesondere in vorbenannten Medien und über vorbenannte Medien; Veröffentlichung von Prospekten; Werbefilmproduktion; Werbefilmvermietung; telefonische Bestallannahme für Teleshopping-Angebote; Ausstrahlung von Film-, Fernseh-, Rundfunk-, BTX-, Videotext-, Teletext-Programmen oder -Sendungen, insbesondere Werbespots; Ausstrahlung von Teleshopping –Sendungen; Internetdienstleistungen, nämlich Sammeln, Bereitstellen und Übermittlung von Informationen und Nachrichten aller Art im Internet, Veröffentlichung und Herausgabe von Texten, Datensammlungen in elektronischen Medien, auch im Internet; Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Produktion von Film-, Fernseh-, Rundfunk-, BTX-Videotext-, Teletext-Programmen oder Sendungen; Produktion von Teleshopping-Sendungen; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen, insbesondere Katalogen, Büchern, Zeitungen und Zeitschriften; Dressur von Tieren; Angebote von Waren und Dienstleistun-

gen in elektronisch abrufbaren Datenbanken mit interaktivem Zugriff und unmittelbarer Bestellmöglichkeit

zurückgewiesen. Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, dass - wenn "dogsworld" auch nicht lexikalisch nachweisbar sei -, es doch sprachüblich gebildet sei. Soweit die Anmeldung zurückgewiesen werde, handle es sich jeweils um Waren und Dienstleistungen rund um den Hund.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie trägt vor, dass "world" durchaus ein Ladengeschäft bezeichnen könne, das auf einem bestimmten Gebiet über ein umfangreiches Produktsortiment verfüge. Beschreibende Marken aus diesem Bereich seien jedoch ersichtlich anders gebildet als die angemeldete Marke (z.B. WOM-World of Music; WOS-World of Sex). Es könne nicht davon ausgegangen werden, dass "dogsworld" zwingend ein Hinweis auf ein Ladengeschäft sei.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der Eintragung der Marke "dogsworld" steht auch für die eingangs bezeichneten Waren und Dienstleistungen weder das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), noch das einer Bezeichnung im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen 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. Sie fehlt nur dann, wenn der beanspruchten Marke für die frag-

lichen Waren und Dienstleistungen ein im Vordergrund stehender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann (stRspr; vgl. BGH, BIPMZ 2002, 85 - INDIVIDUELLE).

Die Markenbestandteile "dogs" (Hunde) und "world" (Welt, als in Wortzusammensetzung verwendete Bezeichnung eines Anbieters mit großem Angebot) verstehen die allgemeinen Verkehrskreise wegen der auch im Inland gebräuchlichen Verwendung dieser Wörter ohne weiteres. "Dogsworld" bedeutet insoweit nichts anderes als "Hundewelt" und ist eine sprachübliche Begriffsbildung für Tierbedarfsgeschäfte. Dies gilt jedoch nicht für Waren und Dienstleistungen insoweit ist "dogsworld" bzw. "Hundewelt" keine im Vordergrund stehende Sachangabe derart.

Es kann auch nicht festgestellt werden, dass es sich bei "dogsworld" um eine Angabe handelt, die zur Bezeichnung von (sonstigen) Merkmalen der beanspruchten Waren bzw. Dienstleistungen im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dienen kann.

Die Tatsache, dass die Marke – wie hier – vom Verkehr als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb verstanden wird, macht es nicht entbehrlich, Feststellungen zu treffen, die dies belegen (vgl. BGH, BIPMZ 1999, 365 – HOUSE OF BLUES). Dies war weder der Markenstelle, noch dem Senat möglich. Eine Internet-Recherche mit dem Suchsystem "Google" vom 24. Mai 2002 ergab 372 Treffer von denen die ersten 50 ausgewertet wurden. "dogsworld" wurde dort hauptsächlich für entsprechende Handelsunternehmen verwendet. Eine Bezeichnung von Waren erfolgte nicht.

Soweit es Dienstleistungen betrifft, konnte eine Fernsehsendung mit diesem Titel festgestellt werden. Insoweit ist durchaus anzunehmen, dass sich diese mit der "Welt des Hundes" befasst. Ein Freihaltungsbedürfnis entfällt jedoch deshalb, weil es sich bei der Marke nicht um sprachregelgerechtes Englisch handelt.

Dr. Albrecht

Klante

Sekretaruk

Na/Fa