



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 152/03

---

(AktENZEICHEN)

## Beschluss

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 300 48 403.8**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Richters Viereck als Vorsitzenden sowie der Richter Müllner und Kruppa am 5. Januar 2005

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die am 29. Juni 2000 für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen in den Klassen 9, 16, 35, 38, 41 und 42 angemeldete Wortmarke

#### Learning Family

hat die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts nach vorangegangener Beanstandung mit einem ersten Beschluß vom 12. Februar 2002 teilweise, nämlich bezüglich der Waren und Dienstleistungen

Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Form von Disketten, CDs, CD-Roms, Audio- und Videokassetten oder anderer Datenträger, Computer-Software, soweit in Klasse 9 enthalten; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Druckform, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckerzeugnisse; Erziehung, Unterhaltung; Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen, Seminaren, Symposien und Kolloquien; Unterricht, schulischer Lese-, Rechtschreib-, Sprach- und Rechenunterricht; Schülerkurse, insbesondere Förderunterricht, Nachhilfeunterricht, Hausaufgabenhilfe, Sprachkurse, Musikunterricht, Examensvorbereitungen; Computer-, Internet- und Informatikkurse; pädagogischer Unterricht aller Art; Erstellung von Konzepten zur Anwendung und Durchführung individuell abgestimmter Lernmethoden, auch für Legastheniker; sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Klasse 41, auch über Internet

als nicht unterscheidungskräftig und freihaltebedürftig von der Eintragung zurückgewiesen.

"Learning Family" bestehe aus dem deutschen Verkehr geläufigen Wörtern des englischen Grundwortschatzes und besage in bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nichts Anderes, als daß diese für das Lernen im Familienrahmen geeignet und bestimmt seien und dabei als Anleitung oder Hilfsmittel dienen könnten. Der Verkehr sehe in der Wortfolge ausschließlich eine Sachinformation über Inhalt und Zweckbestimmung der Waren/Dienstleistungen, nicht aber den Hinweis auf einen bestimmten Hersteller oder Anbieter. Aus (dem Beschluß beigefügten) Internetauszügen werde deutlich, daß das Lernen im Familienverbund üblich geworden sei.

Die Erinnerung des Anmelders hat die mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzte Markenstelle durch Beschluß vom 13. Februar 2003 zurückgewiesen. Das angesprochene allgemeine Publikum werde die Wortverbindung aus Begriffen, welche bereits in den deutschen Sprachschatz eingegangen seien, als Hinweis auf eine "lernende Familie" bzw auf "Lernen in der Familie" verstehen". Derartige Bildungskonzepte und Angebote gebe es auch in Deutschland (unter Bezugnahme auf einen weiteren Beleg aus dem Internet). "Learning Family" beschreibe mithin kurz und griffig das Leistungsangebot.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Eine - zunächst angekündigte – Begründung ist nicht zu den Gerichtsakten gelangt.

## II.

Die zulässige Beschwerde bleibt ohne Erfolg, weil der als Marke angemeldeten Bezeichnung im Umfang der Versagung das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen zu dienen. Hauptfunktion einer Marke ist es, die Ursprungsidentität der so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist, unbeschadet der stets erforderlichen, auf den Einzelfall bezogenen sorgfältigen und gründlichen Prüfung, von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke allerdings ein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender, beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und/oder handelt es sich um ein gebräuchliches Wort (bzw eine Wortfolge) 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 fehlt ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft (st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2002, 85 – INDIVIDUELLE).

Die Markenstelle hat mit zutreffenden Erwägungen, auf die zur Vermeidung von Wiederholungen Bezug genommen wird, das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft der angemeldeten Bezeichnung für die versagten Waren und Dienstleistungen festgestellt. Anhand von Unterlagen, die dem Anmelder zur Kenntnis gegeben worden sind, wurde dargelegt, daß das pädagogische Prinzip des Lernens in der Familie, dh, zusammen mit anderen Familienangehörigen, auch in Deutschland bekannt ist und daß hierfür die Bezeichnung "family learning" in Gebrauch ist. Begegnet diese Wortfolge dem Verkehr in der umgekehrten Reihenfolge der Einzelwörter – wie hier als Marke angemeldet -, so ergibt sich bei Waren und Dienstleistungen, die mit dem Lernen in Verbindung stehen, kein abweichender Sinngehalt. Bezüglich der versagten Waren und Dienstleistungen wird das Publikum der angemeldeten Bezeichnung daher keinen Hinweis auf deren Herkunft aus einem bestimmten (einzelnen) Geschäftsbetrieb entnehmen.

Ob "Learning Family" auch als unmißverständliche Produktmerkmalsbezeichnung iSv § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dienen kann, ist somit nicht entscheidungserheblich und kann dahingestellt bleiben.

Viereck

Müllner

Kruppa

Hu