

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 42/99

Verkündet am
21. März 2000

(Aktenzeichen)

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 396 48 028.4

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 21. März 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richter Dr. Schmitt und Hotz

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 6. April 1998 und vom 30. November 1998 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Love It

ist (ursprünglich) als Marke für die Waren

"Wasch- und Bleichmittel, Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel, Seifen; Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; kosmetische Watte; Haarwässer, Zahnputzmittel; Damenhygieneartikel, nämlich Binden, Slipeinlagen, Tampons; medizinische Watte, Papierwaren, einschließlich Küchenrollen, Toilettenpapier, Kosmetiktücher, Windeln und feuchte Reinigungstücher"

zur Eintragung in das Register angemeldet worden. Nach Beanstandung der Marke gemäß § 8 Absatz 2 Nr 1 und 2 MarkenG hat die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die Marke wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß § 8 Absatz 2 Nr 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung ist im wesentlichen ausgeführt, die angemeldete englischsprachige Wortzusammensetzung "Love It" bedeute im Deutschen soviel wie "liebe es" - nämlich das damit versehene Produkt (Ware). Diese Worte seien im deutschen Sprachgebrauch ohne weiteres verständlich, da sie zum einfachen englischen Grundwortschatz gehörten und deren werbeüblich anpreisende Aussage für die angesprochenen Verkehrskreise ohne weiteres auf der Hand liege. Derartige Kaufaufforde-

rungen seien nicht geeignet, auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb hinzuweisen, so daß ihnen die erforderliche Unterscheidungskraft fehle.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt und das Warenverzeichnis wie folgt eingeschränkt:

"Damenhygieneartikel, nämlich Binden, Slipseinlagen, Tampons; medizinische Watte; Papierwaren, einschließlich Küchenrollen, Toilettenpapier, Taschentücher, Windeln und feuchte Reinigungstücher".

Insoweit beantragt sie (sinngemäß),

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sachverhalts wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist nach der erfolgten Einschränkung des Warenverzeichnisses auch begründet. Der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung stehen die Vorschriften nach §§ 8 Absatz 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

Die Markenstelle ist zwar unter Berücksichtigung des ursprünglichen Warenverzeichnisses zutreffend davon ausgegangen, daß die Wortzusammenstellung "Love It" zum einfachsten englischen Grundwortschatz gehört und deren werbeüblich anpreisende Aussage ohne weiteres auf der Hand liege, zumal in der deutschen Werbesprache die Verwendung englischer Wörter gebräuchlich sei, wie zB

in dem Werbeslogan "I love Milka". Diese Annahme beruht im übrigen auf der Tatsache, daß die englische Sprache insbesondere auf dem Warengbiet der Klasse 3 häufig zur Beschreibung der Waren verwendet wird (vgl hierzu bereits BPatGE 13, 245 "Dreamwell/Dreamwave"). Zudem werden - worauf die Anmelderin in der mündlichen Verhandlung hingewiesen worden ist - die entsprechenden deutschen Worte wie "Liebe, lieben, lieb haben" ebenfalls in der Werbung umfangreich verwendet (vgl Wörterbuch der Werbesprache 1. Aufl S 135, 136).

Auf dieser Grundlage kann indessen das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Absatz 2 Nr 1 MarkenG allenfalls für die nunmehr im Warenverzeichnis nicht mehr enthaltenen Waren angenommen werden - insbes die Waren der Klasse 3, bei denen die angemeldete Bezeichnung lediglich als werbemäßige Aussage aufgefaßt werden könnte. Hinsichtlich der im eingeschränkten Warenverzeichnis verbleibenden Waren vermag der Senat indessen mangels entsprechenden Warenbezugs eine derartige Feststellung nicht zu treffen. Für diese Waren, nämlich Damenhygieneartikel und noch mehr für Papierwaren stellt "Love It" eine derartig übersteigerte gefühlsmäßige Aussage dar, daß hierfür der angemeldeten Bezeichnung nicht mehr die erforderliche Unterscheidungskraft als eine sachbezogene werbliche Anpreisung fehlt, zumal diese Waren nicht derart persönlichkeitsbezogen erworben werden wie zB die "Kosmetika". Der Senat sieht daher keine Anhaltspunkte für eine beschreibende oder ausschließlich werbemäßige Verwendung der angemeldeten Marke hinsichtlich der konkret verbliebenen Waren der Klasse 5 "Damenhygieneartikel, nämlich Binden, Slipeinlagen, Tampons; medizinische Watte; Papierwaren, einschließlich Küchenrollen, Toilettenpapier, Taschentücher, Windeln und feuchte Reinigungstücher".

Angesichts des fehlenden beschreibenden Charakters der angemeldeten Wortfolge ist auch ein Freihaltungsbedürfnis gemäß § 8 Absatz 2 Nr 2 MarkenG nicht gegeben, was nach entsprechender Beanstandung in beiden Beschlüssen der Markenstelle noch dahingestellt geblieben ist.

Der Beschwerde war daher stattzugeben.

Vorsitzender Richter
Dr. Ströbele ist wegen
Dienstreise an der Unter-
zeichnung verhindert.

Richter Dr. Schmitt ist we-
gen Urlaubs an der Unter-
zeichnung verhindert.

Hotz

Hotz

Hotz

br/Bb