

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 1/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 03 190.8

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 18. Oktober 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterinnen Grabrucker und Martens

beschlossen:

Der Beschluß der Markenstelle für Klasse 12 des DPMA vom 12. Oktober 1999 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Angemeldet wurde das Wortzeichen

LOGO

für Waren der Klasse 12. Die Markenstelle des Deutschen Patentamts hat mit Beschluß vom 12. Oktober 1999 die Anmeldung von der Eintragung zurückgewiesen als nicht unterscheidungskräftiges Wort, das vom Verkehr nur als gängiges Schlagwort im Sinne von "na klar", "logisch" und damit als anpreisende Werbeaussage wie "ja, stop, okay", nicht aber als betriebskennzeichnender Hinweis verstanden werde.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde.

Sie beantragt,

den Beschluß des DPMA vom 12. Oktober 1999 aufzuheben.

Zur Begründung trägt sie vor, daß das Zeichenwort keine beschreibende Sachaussage für die beanspruchten Waren sei und daher nicht jeglicher Unterscheidungskraft entbehre. Daher sei LOGO auch nicht freihaltebedürftig. Sie verweist

im übrigen auf die Entscheidung des BGH vom 24. Februar 2000 (WRP 2000, 741) zur Schutzfähigkeit des Wortes "LOGO".

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin erweist sich als begründet.

Der erkennende Senat hat auf die Zurückverweisung des BGH im Verfahren 28 W(pat) 190/97 (WRP 2000, 741), entsprechend der gemäß § 89 Abs 4 Satz 2 MarkenG verbindlichen rechtlichen Beurteilung des Sachverhalts zur Schutzfähigkeit von LOGO für Waren und Dienstleistungen von 14 Klassen die Schutzfähigkeit gem § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG bejaht. Die dort vom Senat getroffenen Erwägungen sind auch in diesem Verfahren zutreffend. Dabei ergibt sich hinsichtlich des hier beanspruchten Warenleistungsverzeichnis keine Abweichung in tatsächlicher Hinsicht.

Das Wort LOGO entbehrt auch für die von der Anmelderin im vorliegenden Verfahren beanspruchten Waren nicht jeglicher Unterscheidungskraft. Wie der BGH ausgeführt hat, reicht jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft aus um das Schutzhindernis zu überwinden (GRUR 99, 1096 ABSOLUT, YES und FOR YOU). Kann einer Wortmarke, was auch für Werbeschlagwörter gilt, kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß ihr die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Die Marke muß auch keinen bestimmten Eigentümlichkeitsgrad aufweisen, denn Identifizierungsfunktion und Werbewirkung schliessen sich nicht gegenseitig in einer Marke aus.

Da das Zeichenwort LOGO auf keine Eigenschaft der mit dem Warenverzeichnis beanspruchten Waren hinweist, und auch im übrigen kein unmittelbarer und konkreter Produktbezug zu erkennen ist, kann es nicht als beschreibende Sachangabe dienen. Darüberhinaus ist es auch kein gebräuchliches Wort der Alltagssprache. Im übrigen ist sein Begriffsgehalt wegen der zweierlei Bedeutungen, nämlich im Sinne von "ja, klar" und im Sinne eines "Firmen-" oder "Markensignet", unscharf. Gerade dies ist aber eine Tatsache, die einen Hinweis auf das Bestehen von Unterscheidungskraft gilt.

Bei dem angemeldeten Zeichen handelt es sich auch nicht um ein Wortzeichen, das gem § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG von der Schutzfähigkeit ausgeschlossen ist. Unter Beachtung der vorausgegangenen Feststellung sowie der Ausführungen des BGH im Verfahren LOGO (aaO) fehlt dem Wort "LOGO" die Eigenschaft für die Waren eine unmittelbare und konkrete Sachangabe zu sein. Mithin kann es auch nicht zur unmittelbaren Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren dienen. Ist dies aber nicht der Fall, dann kann auch nicht aufgrund eines Freihaltebedürfnisses zugunsten der Mitbewerber die Schutzfähigkeit ausgeschlossen werden (vgl Ströbele WRP 2000, 1041 ff).

Hinsichtlich der Schutzfähigkeitsprüfung des Zeichenwortes gemäß § 8 Abs 2 Nr 3 MarkenG ist von der Feststellung des BGH auszugehen, daß nur solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen sind, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im allgemeinen Sprachgebrauch oder den redlichen und verständigen Verkehrsgepflogenheiten zur Bezeichnung der Waren üblich geworden sind. Das Eintragungshindernis soll sich nach der Begründung zum Regierungsentwurf (BT-Drs 12/ 6581, S. 70 = BIPMZ 1994, Sonderheft, S. 64) auf solche Bezeichnungen beziehen, bei denen es sich um Gattungsbezeichnungen handelt oder die, ohne Gattungsbezeichnung zu sein, zur Kennzeichnung von Waren der angemeldeten Art im Verkehr üblich geworden sind. Diese Voraussetzungen liegen bei dem Wort LOGO offensichtlich nicht vor. Es entstammt viel-

mehr als Modewort der Jugendlingsprache (Ehmann affengeil" Lexikon der Jugendsprache, München 1992) und ist, wie sich aus den tatsächlichen Feststellungen des Senats anhand von Lexika und der Auswertung zahlreicher Printmedien ergibt, weder für eines der im Warenverzeichnis aufgeführten Produkte zu einer Gattungsbezeichnung geworden, noch ist es ein Freizeichen.

Der Senat verkennt dabei nicht die Problematik der markenrechtlinienkonformen Auslegung von § 8 II Nr 3 MarkenG, Art 3 Abs 1 Buchstabe d MarkenRL wie sie der 29. Senat in seiner Vorlageentscheidung zum EUGH dargestellt hat (29 W (pat) 293/98 in -BRAVO-) Er folgt jedoch insoweit der Ansicht des BGH zum Inhalt von § 8 Abs 2 Nr 3 MarkenG im vorliegenden Verfahren im Sinne der Einheitlichkeit der Rechtssprechung des Senats. Diese Auffassung hatte er nämlich im Verfahren 28 W(pat) 190/97, in dem der BGH auf die zugelassene Rechtsbeschwerde auch zu § 8 Abs 2 Nr. 3 MarkenG entschieden hatte, mit bindender Wirkung gem § 89 Abs IV MarkenG zugrunde gelegt. Die Rechtsbeschwerde war vom Senat in jenem Verfahren insbesondere im Hinblick auf die Auslegung von § 8 II Nr 3 MarkenG zugelassen worden und ist vom BGH im oben ausgeführtem Sinne beantwortet worden.

Auf die Beschwerde war daher der angegriffene Beschluß aufzuheben.

Stoppel

Grabrucker

Martens

Wf/Ja