

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 82/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 15 219.1

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 9. Februar 2000 unter Mitwirkung des Richters Kraft als Vorsitzendem sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelder werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. März 1998 und vom 4. Januar 1999 aufgehoben, soweit der angemeldeten Marke die Eintragung versagt worden ist.

G r ü n d e

I.

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist die Wortmarke

"FOOD FOR FRIENDS"

für die unterschiedlichsten Waren und Dienstleistungen der Klassen 1, 3, 5, 8, 9, 11, 16, 21, 24, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 38, 39, 41 und 42 zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Nachdem die Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts diese Anmeldung zunächst in vollem Umfang von der Eintragung zurückgewiesen hat, hat sie auf die gegen diesen Beschluß eingelegte Erinnerung die Eintragung nur mehr für die beanspruchten Waren der Klassen 29, 30, 31, 32 und 33 sowie für die Waren "diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost" der Klasse 5 und die Dienstleistung "Verpflegung" der Klasse 42 versagt. Für Waren

des Non-Food-Sektors könne der angemeldeten Wortfolge nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Hingegen liege für den gesamten Bereich der Nahrungsmittel einschließlich Diätetik und "Verpflegung" eine beschreibende Aussage im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG vor, da mit der Anmeldung auf eine persönliche Note oder eine besonders liebevolle Zubereitung des "Essens für Freunde" hingewiesen werde. Auch andere Nahrungsmittelhersteller sowie Gastronomiebetriebe müßten sich dieser allgemein verständlichen Aussage bedienen können. Insoweit fehle der angemeldeten Bezeichnung auch jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG.

Hiergegen wenden sich die Anmelder mit der Beschwerde. Nach dem Markengesetz genüge eine produktidentifizierende Unterscheidungskraft des Werbetextes; zudem schütze es die Werbefunktion einer Marke. Auch für die nunmehr noch zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen handle es sich bei der angemeldeten Marke nicht um eine beschreibende Angabe. Außerdem sei ein konkretes Freihaltebedürfnis nicht nachgewiesen.

Die Anmelder beantragen sinngemäß,

die angegriffenen Beschlüsse insoweit aufzuheben, als darin die Eintragung der angemeldeten Marke versagt worden ist.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Nach Ansicht des Senats stehen der Eintragung der angemeldeten Marke auch für die nunmehr noch versagten Waren und Dienstleistungen die Eintragungshindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen. Bei der Bezeichnung "FOOD FOR FRIENDS" handelt es sich insbesondere nicht um eine Angabe, die zur Beschreibung der nunmehr noch

beanspruchten Waren und Dienstleistungen des Nahrungsmittelsektors dienen kann und deshalb freigehalten werden müßte.

Zwar weist die Markenstelle zutreffend darauf hin, daß die angemeldete, englischsprachige Bezeichnung auch von den deutschen Verkehrskreisen ohne weiteres verstanden und mit "Essen für Freunde" übersetzt wird. Dennoch ist diese Wortzusammenstellung nach Auffassung des Senats auch für die nunmehr noch versagten Waren und Dienstleistungen des Nahrungsmittelsektors nicht freizuhalten, da sie nicht so glatt warenbeschreibend ist, daß mit der erforderlichen Wahrscheinlichkeit festgestellt werden könnte, daß sie in absehbarer Zeit von den Mitbewerbern als beschreibende Angabe benötigt wird. Zwar fallen unter das Eintragungsverbot des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG nicht nur die dort ausdrücklich genannten Angaben, sondern auch solche, die andere für den Warenverkehr wichtige und für die umworbene Abnehmerkreise irgendwie bedeutsame Umstände mit Bezug auf die Ware beschreiben. Ein darüber hinausgehendes Eintragungshindernis eines Freihaltebedürfnisses an allgemeinen, nicht warenbezogenen und in verschiedenen Warenbereichen einsetzbaren Ausdrücken kann § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG aber nicht entnommen werden (BGH GRUR 1999, 1093 - FOR YOU). Um eine solche, nicht konkret warenbezogene sondern lediglich allgemeine Aussage handelt es sich aber im vorliegenden Fall. Die englischsprachige Anmeldung "FOOD FOR FRIENDS" bzw deren deutsche Übersetzung ("Essen für Freunde") ist nämlich so allgemein und unspezifisch gefaßt, daß sie die unterschiedlichsten Aspekte und Umstände betreffen kann und je nach Anlaß und Gelegenheit, aber auch nach Betrachter oder Stimmung völlig unterschiedlich verstanden werden wird. Für den angesprochenen Verkehr bleibt offen, ob sich die Aussage auf die Art der Zubereitung, der Präsentation, der Qualität, der Herkunft usw der Waren und Dienstleistungen bezieht. Ein konkreter und unmittelbarer Aussagegehalt mit Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen kann ihr damit nicht entnommen werden.

Da die angemeldete Bezeichnung bereits keinen eindeutig waren- und dienstleistungsbeschreibenden Aussagegehalt aufweist, besteht an ihr auch kein konkretes, aktuelles oder zukünftiges Freihaltebedürfnis der Mitbewerber.

Die angemeldete Wortfolge besitzt auch die erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Nach der Entscheidung "YES" des Bundesgerichtshofs (GRUR 1999, 1089) kann nämlich einer Wortmarke dann nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden, wenn ihr kein für die in Frage stehenden Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden kann und es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird. Bei der angemeldeten Wortfolge handelt es sich wegen ihres vieldeutigen Aussagegehalts bereits nicht um eine konkret warenbeschreibende Angabe. Der Senat konnte auch keine Feststellungen dahingehend treffen, daß es sich bei der angemeldeten Wortfolge etwa um einen gebräuchlichen (Werbe-) Spruch handelt, der vom Verkehr stets nur als solcher und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird. Zwar befaßt sich die Entscheidung "YES" des Bundesgerichtshofs mit der Beurteilung eines einzelnen Wortes. Nach Auffassung des Senats sind jedoch die grundsätzlichen Erwägungen, die dieser Entscheidung zugrundeliegen, auch auf die Beurteilung von Mehrwortzeichen oder - kurzen - Werbesprüchen anzuwenden, da die Auswirkungen eines einzelnen Markenwortes oder eines kurzen Werbespruchs auf den angesprochenen Verkehr vergleichbar sind.

Der Beschwerde der Anmelder war deshalb stattzugeben.

Kraft

Reker

Eder

Bb/prö