

# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 5/00

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 397 32 266.6

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. Juli 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Schülke sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 37 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Mai 1998 und 30. August 1999 aufgehoben.

## **G r ü n d e**

### **I.**

Die Markenstelle für Klasse 37 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die für die Dienstleistungen

"Klasse 36:

- Beratung bei Organisation und Führung von Bauvorhaben;
- Aufstellen von Kosten-/Leistungsanalysen für den individuellen Haus- und Wohnungsbau,
- Maklerdienstleistung für den individuellen Haus- und Wohnungsbau,  
nämlich
  - \* Vermittlung zwischen Bauherrn und Bauunternehmen bzw. Architekturbüro
  - \* Vermittlung zwischen Bauherrn und Kreditinstitut,
  - \* Durchführung von Baugenehmigungsverfahren;
- Immobilienvermittlung;
- Kreditvermittlung;
- Finanzierungsberatung;

Klasse 37;

- Projektierung, Leitung, Planung und Bauausführung im Hochbau nämlich von individuellen Wohnungs- und Hausbauten und Ferienanlagen;
- Auskünfte im Bauangelegenheiten
- Vergabe von Bauaufträgen im Auftrag Dritter;
- Überwachung von Bauausführungsarbeiten;

Klasse 42:

- Betrieb von Ferienanlagen,
- Vermietung von Ferienhäusern und Ferienwohnungen"

angemeldete Wortmarke

### **Happy Family Haus**

gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, bei der Bezeichnung "Happy Family Haus" handele es sich um eine beschreibende Angabe, da alle beanspruchten Dienstleistungen dazu dienten, ein Haus für die glückliche Familie zu schaffen oder zu vermitteln. Es handele sich um eine dermaßen allgemeine Aussage, daß diese auch den Mitbewerbern der Anmelderin, die einer "Happy Family" ein Haus bereitstellen wollten, zur Verfügung stehen müsse. Angesichts des plakativen Charakters fehle der Bezeichnung "Happy Family Haus" auch jegliche Unterscheidungskraft.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Ansicht, die angefochtene Entscheidung stehe im Widerspruch zu dem BGH-Beschluß "House of Blues", weil eine Bezeichnung, die der Beschreibung eines Betriebes mit einem bestimmten Dienstleistungsprofil dienen solle, nicht notwendigerweise auch für die Waren und Dienstleistungen freizuhalten sei, die in diesem Betrieb angeboten würden. Die angemeldete Bezeichnung sei nicht beschreibend für die beanspruchten Dienstleistungen selbst, weil diese nicht das Angebot eines fertigen Hauses umfassten, sondern lediglich baubegleitende Dienstleistungen wie Baubetreuung und Bauvorbereitung beinhalteten. Die Anmelderin produziere und errichte keine Häuser. Auch die erforderliche Unterscheidungskraft fehle der angemeldeten Wortmarke nicht, weil sich die von der Anmelderin angebotenen Dienstleistungen nicht an eine Familie, sondern an einen Bauherren richteten. Eine "Happy Family" sei eine kaum definierbare Zielgruppe.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts aufzuheben.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist begründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister stehen die Schutzhindernisse des § 8 MarkenG nicht entgegen.

Die angemeldete Marke besteht nicht ausschließlich aus Zeichen oder Angaben, die im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren dienen können (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

Die Zurückweisung einer Marke gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt voraus, daß die Marke eine konkret waren- bzw. dienstleistungsbezogene beschreibende Sachaussage enthält, die auf eine bestimmte für den Verkehr bedeutsame Eigenschaft der Ware oder Dienstleistung selbst Bezug nimmt (BGH BIPMZ 1999, 410, 411 – FOR YOU). Einen solchen konkret waren- bzw. dienstleistungs-bezogenen Begriffsinhalt weist die angemeldete Marke nicht auf. Zwar ist die Markenstelle im Ausgangspunkt zutreffend davon ausgegangen, daß die angemeldete Bezeichnung i.S.v. "Haus für die glückliche Familie" verstanden werden kann. In dieser Bedeutung stellt die angemeldete Marke aber keine konkrete Angabe über die Art, die Beschaffenheit oder - wie von der Markenstelle angenommen - die Bestimmung der von der Anmelderin beanspruchten Dienstleistungen dar.

Der Wertung der Bezeichnung "Happy Family Haus" als konkrete Bestimmungsangabe steht entgegen, daß es sich bei dem darin enthaltenen Wort "Happy" ("glücklich") um einen Begriff des persönlichen, subjektiv sehr unterschiedlichen Empfindens handelt. Konkrete allgemeingültige Kriterien, die für Familien bei der Erbringung der von der Anmelderin angebotenen, im Zusammenhang mit der Erstellung und Finanzierung eines Hauses stehenden Dienstleistungen das Glück ausmachen, gibt es hingegen nicht. Die Bezeichnung "Happy Family Haus" sagt insbesondere nichts Konkretes darüber aus, was die Planung, Finanzierung und der Kauf eines Hauses beinhalten muß, um eine Familie glücklich zu machen. Jede Familie wird unter einem "Happy Family Haus", abhängig von der Familiengröße, dem Alter und den Ansprüchen der Familienangehörigen etwas individuell sehr Verschiedenes verstehen, ohne der angemeldeten Bezeichnung auch nur einen einzigen Hinweis auf die konkreten Merkmale der von der Anmelderin angebotenen Dienstleistungen entnehmen zu können.

Der angemeldeten Marke fehlt auch nicht jegliche Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d.h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. Begründung zum Entwurf des Markenrechtsreformgesetzes, BIPMZ 1994, Sonderheft S. 64). Kann einer Wortmarke kein für die in Frage stehenden Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer beschreibenden Verwendung in der Werbung (BGH WRP 1998, 495, 496 – Today) – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür,

daß einem als Marke verwendeten Wortzeichen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH MarkenR 1999, 195, 197 – PREMIERE II).

Daß die Bezeichnung "Happy Family Haus" für die beanspruchten Dienstleistungen keinen konkret beschreibenden Begriffsinhalt aufweist, wurde bereits im Rahmen der Ausführungen zu § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG festgestellt und bedarf deshalb an dieser Stelle keiner weiteren Darlegung.

Bei der Bezeichnung "Happy Family Haus" handelt es sich auch nicht um ein in Deutschland gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - obwohl es nicht warenbeschreibend ist - auf Grund besonderer Umstände nicht mehr als Marke eines Unternehmens verstanden wird. Tatsachen, die auch bei markenmäßiger Verwendung der angemeldeten Bezeichnung eine solche Feststellung rechtfertigen könnten, hat die Markenstelle der Begründung des angefochtenen Beschlusses nicht zugrunde gelegt. Die hierfür erforderlichen konkreten Tatsachen, insbesondere eine Verwendung der als Marke beanspruchten Bezeichnung in der Werbung anderer Unternehmen, hat auch der Senat nicht feststellen können. Ohne die Feststellung konkreter tatsächlicher Umstände, die gegen ein Verständnis einer angemeldeten Bezeichnung als Marke sprechen könnten, kommt die Zurückweisung einer Wortmarke auf der Grundlage von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht in Betracht (BGH aaO - PREMIERE II).

Die weiteren in § 8 MarkenG aufgeführten Schutzhindernisse sind ersichtlich ebenfalls nicht gegeben.

Schülke

Kraft

Reker

prä