

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 20/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 24 024.8

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 17. Juli 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Klasse 30 – vom 20. November 1998 und vom 24. Oktober 2000 aufgehoben.

G r ü n d e

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortfolge

The American Dream of Ice

für

Speiseeis und Zubereitungen im wesentlichen bestehend aus Speiseeis.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung in zwei Beschlüssen, wovon einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke und eines Freihaltebedürfnisses daran zurückgewiesen. Inhaltlich sei der Marke „der amerikanische Eis-Traum“ zu entnehmen, eine im Vordergrund stehende Sachangabe.

Gegen diese Entscheidungen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet.

Der fehlenden Eintragung in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), noch das einer Bezeichnung im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen (st. Rspr.; BGH BIPMZ 2002, 85 – INDIVIDUELLE). Für Wortfolgen gelten die für Einwortmarken entwickelten Grundsätze entsprechend; nicht unterscheidungskräftig sind damit nur erkennbar beschreibende Angaben und Werbeaussagen allgemeiner Art. Es kann schon nicht festgestellt werden, dass es keinen noch rechtserheblichen Teil des inländischen Verkehrs gibt, der die Marke zwanglos in seinem Sinn erkennt. Das erforderte nämlich ein Vertrautsein mit den englischen Ausspracheregeln, nämlich die Kenntnis, dass einerseits "ea" wie "i" und andererseits "i" wie "ei" und "e" überhaupt nicht auszusprechen ist. Diese Fähigkeit kann den hier angesprochenen Verbrauchern nicht durchweg unterstellt werden.

Auch soweit der Sinn der Marke spontan mit "Der amerikanische Eistraum" erkannt wird, kann das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft nicht festgestellt werden, denn diese Aussage trifft für Speiseeis keine im Vordergrund stehende Sachaussage. Sie erinnert allenfalls an die feststehende Redewendung für die Chance, es in America vom Tellerwäscher bis zum Millionär bringen zu können.

"The American Dream of Ice" ergibt insoweit keinen warenbezogenen Sinn. Ein solcher konnte jedenfalls nicht ermittelt werden.

Damit besteht die Marke auch nicht ausschließlich aus Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung der geographischen Herkunft oder auch sonstiger Merkmale der Waren dienen können (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Das Schutzhindernis einer geographischen Angabe liegt nur dann vor, wenn die Marke ausschließlich aus dieser besteht, was ersichtlich nicht der Fall ist.

Winkler

Dr. Albrecht

Sekretaruk

Wf