

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 267/03

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 05 848.2

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 9. März 2004 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer sowie die Richter Dr. van Raden und Schwarz

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 5. August 2003 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Wortmarke

Fun tribe

soll für

„Bekleidungsstücke, Regenschutzbekleidung, Schuhwaren, Kopfbedeckungen, alle Waren auch als Sportbekleidung, für Damen, Herren und Kinder; Turn- und Sportartikel und –geräte, soweit in Kl. 28 enthalten, Spiele, Spielzeuge; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus (soweit in Klasse 18 enthalten), insbesondere Taschen, Koffer, Etais, Futterale, Kleidersäcke aus Leder, Textil oder Kunststoff“

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit Beschluss vom 5. August 2003 durch einen Beamten des höheren Dienstes die Anmeldung wegen mangelnder Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, die angemeldete Marke werde im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren lediglich als Sachbegriff aufgefasst, der für die beanspruchten Waren unmittelbar beschreibenden Charakter besitze. Die Bezeichnung „Fun tribe“ beschreibe eine bestimmte Zielgruppe, nämlich eine als „Tribe“ bezeichnete Sub-Gruppierung des „jungen Marktes“, die sich durch „Fun“ definiere. Auf jeden Fall werde ein markenrechtlich relevanter Teil

des Verkehrs mit der leicht verständlichen Bezeichnung „Fun tribe“ ausschließlich beschreibende Vorstellungen assoziieren, auch wenn sie eine bestimmte Stilrichtung nicht im Einzelnen konkret beschreiben. Der angemeldeten Marke fehle daher die erforderliche betriebliche Hinweiswirkung; ob sie darüber hinaus auch zugunsten der Mitbewerber der Anmelderin einem Freihaltungsbedürfnis unterliege, könne dahingestellt bleiben.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie ist der Ansicht, dass der Verkehr in der angemeldeten Marke keine sachbezogene Aussage erblicken werde. Für die in Frage stehenden Waren sei ihr kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zuzuordnen. Die Wortfolge „Fun tribe“ sei den angesprochenen Verkehrskreisen nicht ohne weiteres verständlich; auch sei sie in der konkreten Zusammensetzung vollkommen ungebräuchlich. Die von der Markenstelle vorgenommene Interpretation erfordere mehrere Gedankenschritte; selbst dann sei der Begriff noch mehrdeutig, was für hinreichende Unterscheidungskraft spreche. Auch ein Freihaltungsbedürfnis zugunsten der Mitbewerber sei nicht gegeben, da die Marke nicht ausschließlich aus beschreibenden Angaben bestehe.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg, weil der Eintragung der angemeldeten Marke die absoluten Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG nicht entgegenstehen.

Der Markenstelle ist darin zuzustimmen, dass die von der Anmelderin geltend gemachte Wortneuschöpfung allein noch nicht die erforderliche Unterscheidungskraft einer Bezeichnung zu begründen vermag. Es ist auch nicht auszuschließen, dass möglicherweise noch erhebliche Teile des Verkehrs den aus den englischen Wörtern zusammengesetzten Gesamtbegriff „Fun tribe“ im Sinne von einer Gruppierung der „Spaßgesellschaft“ verstehen, denn diese

Bezeichnung ist im Gegensatz zur Ansicht der Anmelderin völlig sprachüblich gebildet. Es entspricht den Regeln der englischen Sprache, aus zwei Substantiven, deren erstes den Oberbegriff des zweiten kennzeichnend einschränkt, einen neuen Gesamtbegriff zu bilden, wobei insbesondere im Amerikanischen auf die Hinzufügung eines im klassischen britischen Englisch üblichen Bindestrichs häufig verzichtet wird.

Gleichwohl vermag die angemeldete Bezeichnung dem angesprochenen Verkehr keinen Hinweis auf ein Merkmal der in Frage stehenden Waren zu vermitteln; sie ist vielmehr von nicht fassbarer Bedeutung. Sie mag zwar andeuten, dass die mit ihr gekennzeichneten Waren im Zusammenhang mit einem Lebensstil stehen, der einer Spaß-orientierten Jugendkultur entspricht; konkrete Vorstellungen lassen sich damit aber nicht verbinden. Es geht nicht um mögliche Merkmale von Kleidungsstücken, Sportartikeln und den anderen beanspruchten Waren, sondern allenfalls um vage Assoziationen, die die angesprochenen Verkehrskreise möglicherweise auf sich und auf ihr Lebensgefühl beziehen können. Die potenziellen Abnehmer der Waren wissen, dass die Bezeichnung „tribe“, also Volksstamm, nur in einem übertragenen Sinn für bestimmte Gruppierungen der Jugendkultur verstanden werden kann. Diese sind aber nicht generell durch bestimmte Kleidungs- oder sonstige Merkmale gekennzeichnet, wie dies etwa bei regional bestimmten Volksgruppen – „Stämmen“ - der Fall ist, die eine bestimmte Tracht tragen, auf die der Name der Volksgruppe bzw. der betreffenden Region hinweisen würde. Dies gilt um so mehr für eine „Fun“-Gruppierung. „Fun“ ist über die im angefochtenen Beschluss mit „Spiele“ wiedergegebene Bedeutung hinaus als kulturelles Phänomen ein weiter, vielschichtiger Begriff, der auch mit „Spaß“ nur unvollkommen übersetzt werden kann; er hat eher eine emotionale Gestimmtheit als eine Sachaussage zum Inhalt.

Da der Marke kein beschreibender Begriffsinhalt zukommt, entbehrt sie weder jeglicher Unterscheidungskraft noch bestehen Anhaltspunkte für die Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses zugunsten der Mitbewerber.

Dr. Schermer

Richter Schwarz
Kann wegen Urlaubs
nicht unterschreiben

Dr. van Raden

Na

Dr. Schermer