

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 120/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am

12. April 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 14 588.1

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 12. April 2000 durch den Richter Dr. Vogel von Falckenstein als Vorsitzenden, den Richter Viereck und den Richter Guth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Wortmarke

"ALLRIGHTNOW"

soll für die Waren und Dienstleistungen

"Computerprogramme, auf Datenträger gespeicherte Computerprogramme, maschinenlesbare Programmanweisungen, auf Datenträger gespeicherte maschinenlesbare Programmanweisungen; Hand-, Anleitungs- und Lehrbücher für die vorgenannten Waren, soweit in Klasse 9 enthalten; Druckereierzeugnisse, insbesondere Handbücher, Broschüren, Formblätter, Vordrucke, Tabellen; Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten; Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Immobilienwesen; Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten; Rechtsberatung und -vertretung und Steuerberatung, Gesundheits- und Schönheitspflege, Gesundheits- und Schönheitsberatung"

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluß vom 5. März 1999 wegen des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Wortfolge "ALLRIGHTNOW" stelle ein Schlagwort dar, das übersetzt werden könnte mit "jetzt ist alles in Ordnung, jetzt geht's" und wirke wie eine übliche werbliche Aussage. Die Marke spreche lediglich die Aufmerksamkeit der angesprochenen Verkehrskreise an und solle Kaufanreiz

sein für Waren und Dienstleistungen, mit denen alle Probleme und Fragestellungen gelöst, d.h. in Ordnung gebracht werden könnten. Der Verkehr werde die englischen Wörter verstehen und sei an Zusammenschreibungen beschreibender Aussagen sowie an die Verwendung der englischen Sprache in der Werbung gewöhnt. Eintragungen von nach Meinung der Anmelderin vergleichbaren nationalen Marken und Gemeinschaftsmarken seien für die Markenstelle nicht bindend.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Für viele der angemeldeten Waren und Dienstleistungen, so etwa für "kulturelle Aktivitäten", sei die Marke nicht beschreibend. Auch treffe die Übersetzung der Marke durch die Markenstelle nicht zu. Die Marke bedeute wortgenau übersetzt "jetzt ist alles in Ordnung". Außerdem habe das Deutsche Patent- und Markenamt verschiedene Interpretationsmöglichkeiten der Wortmarke genannt. Dadurch werde deutlich, daß nicht nur ein Übersetzungsvorgang nötig sei, sondern auch verwickelte Überlegungen erforderlich seien, um eine sachliche Beziehung der Marke zu den Waren und Dienstleistungen zu erkennen. Aus diesem Grund sei die Wortbildung fantasievoll. Hinzu komme, daß es denkgesetzlich unmöglich sei, "alles in Ordnung zu bringen". Die Marke "ALLRIGHT" sei als Gemeinschaftsmarke ohne weiteres registriert worden. Auch gebe es zahlreiche eingetragene Marken mit dem Bestandteil "ALLRIGHT".

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten verwiesen.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig. In der Sache hat sie jedoch keinen Erfolg, weil der angemeldeten Marke in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

1. Gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG können Marken nicht eingetragen werden, denen für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt, d.h. schutzunfähig sind solche Marken, die von den angesprochenen Verkehrskreisen nicht als Unterscheidungsmittel für Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen aufgefaßt werden (vgl. BGH GRUR 1995, 408, 409 "PROTECH"; Althammer/Ströbele/Klaka, Markengesetz, 5. Aufl, § 8 Rn 12; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 1998, § 8 Rn 15). Kann einer Wortmarke ein für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so fehlt ihr die Unterscheidungskraft (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES"). Dies ist hier der Fall.

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, setzt sich die angemeldete Marke aus den englischen Wörtern bzw. Ausdrücken "all right" und "now" zusammen, die allerdings in einem Wort geschrieben sind. Der englische Ausdruck "all right", auch in Zusammenschreibung, ist in der Bedeutung von "richtig!, alles in Ordnung" seit dem 19. Jahrhundert in die deutsche Sprache eingegangen (vgl. Neske, dtv-Wörterbuch englischer und amerikanischer Ausdrücke in der deutschen Sprache, 1970; DUDEN Fremdwörterbuch, 5. Auflage; Wahrig, Deutsches Wörterbuch, 6. Auflage; Duden, Deutsches Universal Wörter-

buch A-Z, 3. Aufl.). Das Wort "now" (= nun, jetzt) gehört ebenso wie "all right" zum englischen Grundwortschatz und ist aus dem Englisch-Unterricht oder aus englischen Schlagern sowie der Werbesprache, die sich immer mehr englischer Ausdrücke bedient, um "internationales Flair" der Waren oder Dienstleistungen zu erzeugen, breiten deutschen Verkehrskreisen bekannt. Auch die Wortzusammenstellung "Alright now" bzw. "all right now", ist als feststehende englische Redewendung nachweisbar (vgl. Pons Collins Großwörterbuch Englisch-Deutsch, 1999 Stichwort "all right", Anwendungsbeispiel "it's all right now,: jetzt ist alles wieder gut,") Sie findet z.B. Verwendung in international bekannten Liedern wie "All Right Now", das in den 70er-Jahren sehr bekannt war und heute noch auf Nostalgie-Parties oder im Rundfunk gespielt wird. Maßgebliche Teile der angesprochenen deutschen Verkehrskreise werden daher die angemeldete Marke als Aussage verstehen, daß mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen alles in Ordnung ist oder in Ordnung gebracht wird, wobei "now" lediglich als Bekräftigung und als Hinweis auf den durch die Waren oder Dienstleistungen bezweckten aktuellen Erfolg wirkt.

Dieser Begriff eignet sich deshalb für praktisch alle Bereiche von Waren und Dienstleistungen - noch stärker als das wesentlich diffusere deutschsprachige "Alles klar" - als schlagwortartiger und anpreisender Hinweis darauf, daß mit den Waren und Dienstleistungen alles in Ordnung ist oder in Ordnung gebracht wird. Es kann dahingestellt bleiben, ob diese Bezeichnung die angemeldeten Waren und Dienstleistungen so klar und unmittelbar beschreibt, daß ein Freihaltungsbedürfnis (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG) besteht. Die angemeldete Marke nimmt jedenfalls auf eine konkrete vorteilhafte Eigenschaft der Waren und Dienstleistungen der angemeldeten Marke in werbeüblich verkürzter, plakativer, leicht verständlicher Form Bezug und wirkt wegen dieses im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalts für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur als solches und nicht als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb. Eine gewisse begriffliche Unschärfe ist derartigen in der Werbung gebräuchlichen Ausdrücken zwar immanent. Der Verkehr

sieht eine solche relativ geringfügige sprachliche Ungenauigkeit jedoch nicht als betriebskennzeichnend an, weil die Werbung häufig Wörter verwendet, die aufgrund ihres schlagwortartig anpreisenden Charakters nur verkürzt und daher nicht mit wissenschaftlicher Genauigkeit und größter sprachlicher Schärfe die Eigenschaften der beworbenen Waren und Dienstleistungen beschreiben. Gerade die Werbesprache verwendet in vielen Fällen verkürzte, plakative Ausdrucksweisen, um Sachverhalte kurz, schnell und unkompliziert zu vermitteln, die häufig eine unterschwellige, aber rein sachbezogene emotionelle Botschaft enthalten (vgl. dazu BPatGE 40, 209, 212 "NEW LIFE" mit Nachweisen aus der Rspr). Aus diesen Gründen wird der Verkehr in der angemeldeten Marke keinen mehrdeutigen, interpretationsbedürftigen Begriff (im Sinne von BGH GRUR 1995, 269 "U-KEY" oder BGH GRUR 1997, 627 "à la carte") sehen, der lediglich völlig diffuse Assoziationen auslöst und daher schutzfähig ist.

2. Die Schreibweise der Marke in einem Wort kann den Schutz nicht begründen. Wie bereits oben näher ausgeführt, ist der Ausdruck "all right" auch in Zusammenschreibung gebräuchlich. Außerdem werden in der Werbung häufig ungewöhnliche Schreibweisen verwendet. Der Verkehr, der außerdem ohnehin besonders bei fremdsprachigen Wörtern und nicht zuletzt infolge der Rechtschreibreform oft hinsichtlich der korrekten Schreibweise unsicher ist, wird darum auch bei der Zusammenschreibung der Wörter "all right now" nicht an einen phantasievollen betrieblichen Herkunftshinweis denken. Bei klanglicher Wiedergabe der Marke ist die Schreibweise ohnehin nicht erkennbar.
3. Soweit die Anmelderin behauptet, es seien zahlreiche Marken mit dem Bestandteil "ALLRIGHT" eingetragen worden, ist dem Senat nicht bekannt, ob diese - von der Anmelderin nicht im einzelnen benannten - Marken noch zusätzliche schutzfähige Bestandteile aufweisen oder als Gesamtbegriff nicht reine Sachangaben in Bezug auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen darstellen. Außerdem ist die Frage der Schutzfähigkeit nicht anhand eingetragener Drittzeichen zu beurteilen. Eine Bindung des Gerichts besteht selbst

bei einer abweichenden Eintragungspraxis nicht (vgl. BGH GRUR 1989, 420, 421 "KSÜD"; BIPMZ 1998, 248 "Today").

4. Die eingetragene Gemeinschaftsmarke 88542, auf die die Anmelderin hingewiesen hat, spricht ebenfalls nicht gegen dieses Ergebnis. Erstens handelt es sich hierbei im Gegensatz zu der hier angemeldeten reinen Wortmarke um eine Wort-Bildmarke mit phantasievoller graphischer Ausgestaltung. Zweitens sind bei Gemeinschaftsmarkeneintragungen unterschiedliche territoriale Rechtskreise betroffen, die voneinander abweichen, so daß sich aus derartigen Eintragungen keinerlei Rechte auf Eintragung in der Bundesrepublik Deutschland ableiten lassen (vgl. Althammer/Ströbele, Markengesetz, 5. Aufl 1997, § 8 Rn 58). Zwar ist eine europarechtskonforme Auslegung der nationalen Vorschriften, mit denen die Markenrechtsrichtlinie umgesetzt wurde, geboten, um eine Harmonisierung der Rechtsanwendung im europäischen Binnenmarkt zu erreichen. Die konkrete Ausgestaltung des nationalen Markenrechts, die stets im Rahmen der Prüfung zu berücksichtigenden nationalen Verkehrsgepflogenheiten und die nationale Verkehrsauffassung können jedoch zu unterschiedlichen Ergebnissen führen (vgl. Althammer/Ströbele, Markengesetz, 5. Aufl 1997, § 8 Rn 58; Beschluß 27 W (pat) 38/97 vom 23. Juni 1998 "SHOE4YOU"; BPatGE 41, 211, 215 ff. "Tablettenform"; vgl. dazu auch HABM, R172/98-3 vom 28.4.1998 GRUR Int. 1999, 962 "ToxAlert"). Im übrigen entfalten Paralleleintragungen lediglich gewisse Indizwirkungen gegen das Vorliegen eines Freihaltungsbedürfnisses (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG), nicht aber gegen den im vorliegenden Fall ebenfalls gegebenen Schutzversagungsgrund des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr 1 MarkenG), weil sich die Unterscheidungskraft ausschließlich nach der Auffassung der inländischen Verkehrskreise richtet (vgl. Althammer/Ströbele, Markengesetz, 5 Aufl 1997, § 8 Rn 14, 38), die sich von den Auffassungen ausländischer Verkehrskreise im Einzelfall stark unterscheiden kann (vgl. auch Beschluß 27 W (pat) 38/97 vom

23. Juni 1998 "SHOE4YOU"; Beschluß vom 9. April 1999 33 W (pat) 303/98
"Glätte-Killer"; differenzierend BPatGE 41, 211, 216 "Tablettenform").

Dr. Vogel von Falckenstein

Viereck

Guth

Cl/prö