

BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 201/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 29 122.1

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. April 2000 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Buchetmann, den Richter Schramm und die Richterin Winter

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelder wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 13. April 1999 aufgehoben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen wurde.

G r ü n d e

I.

In das Markenregister eingetragen werden soll die Bezeichnung

Augenwelt

für Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 10, 37 und 42.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung teilweise zurückgewiesen, nämlich für

"Sonnenbrillen, Brillen, Brillengestelle und -gläser, Kontaktlinsen; Pflegemittel für Brillengläser und -gestelle; Pflegemittel für Kontaktlinsen; Lupen, Mikroskope, Lesegläser, optische und physikalische Geräte, nämlich Lesehilfen, Ferngläser, Höhenmesser, Kompass und Thermometer; Barometer, Hygrometer, Wetterstationen, Fernrohre, elektronisch vergrößernde Sehhilfen; Dienstleistungen eines

Optikers; den vorstehend bezeichneten Erzeugnissen angepaßte Spezialbehälter, wie Etais, Futterale, Taschen, Gehäuse".

Hinsichtlich dieser Waren und Dienstleistungen bestehe an der angemeldeten Bezeichnung ein Freihaltungsbedürfnis gemäß § 8 Absatz 2 Nr 2 MarkenG. "Augenwelt" weise in sprachüblicher Wortbildung beschreibend auf einen Ort in der Art einer Etablissementsbezeichnung hin, an dem ein großes Angebot für alles, was die Augen betreffe, zur Verfügung stehe.

Die Anmelder haben Beschwerde eingelegt. Bezüglich der von der Zurückweisung betroffenen Waren und Dienstleistungen verfolgen sie ihr Eintragungsbegehren weiter.

Die Anmelder beantragen,

den angefochtenen Beschluß der Markenstelle für Klasse 9 vom 13. April 1999 aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen wurde.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sachverhalts wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist begründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke stehen die absoluten Eintragungshindernisse des § 8 Absatz 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

An der angemeldeten Marke besteht kein Freihaltungsbedürfnis iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG; denn es ist nicht ersichtlich, daß sie als konkrete unmittelbare Angabe über wesentliche Eigenschaften der unter dieser Marke angebotenen Waren dienen könnte und deswegen für die Mitbewerber der Anmelder freigehalten werden müßte.

"Augenwelt" gliedert sich in das Bestimmungswort "Augen" und das Grundwort "Welt", so daß sich die Bedeutungsbeziehung "Welt für Augen" ergibt. Damit bezeichnet dieser Begriff nicht eine der in § 8 Absatz 2 Nr 2 MarkenG im einzelnen aufgeführten Angaben oder ein sonstiges Merkmal dieser Waren. Soweit der Bestandteil "-welt" eine im Inland verbreitete Bezeichnung für einen Vertriebsort von Erzeugnissen darstellt und damit in der Kombination mit dem Bestandteil "Augen-" einen kaufmännischen Betrieb bezeichnen könnte, in dem Waren und Dienstleistungen angeboten werden, die die Augen betreffen, so begründet dies noch kein Freihaltungsbedürfnis an der angemeldeten Marke für die hier in Rede stehenden Waren/Dienstleistungen. Denn von der Bestimmung des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG werden nur Wörter erfaßt, die einen Warenbezug aufweisen (vgl BGH MarkenR 1999, 351 - FOR YOU). Eine Bezeichnung für einen kaufmännischen Betrieb stellt aber nicht notwendig auch eine beschreibende Sachangabe für die in einem solchen Betrieb veräußerten Waren bzw angebotenen Dienstleistungen dar (vgl BGH MarkenR 1999, 292, 293 - HOUSE OF BLUES). Anhaltspunkte dafür, daß mit einer Marke, die sich ausschließlich auf einen Geschäftsbetrieb bezieht, auch für die in diesem Betrieb veräußerten Waren bzw angebotenen Dienstleistungen als Bezeichnung besonderer Merkmale dienen kann, sind indessen nicht erkennbar. Damit läßt sich nicht feststellen, daß das angemeldete Markenwort Freihaltebedürftig im Sinne von § 8 Absatz 2 Nr 2 MarkenG ist.

Der angemeldeten Marke kann auch nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Absatz 2 Nr 1 MarkenG als die einer Marke innewohnende konkrete Eignung,

vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden, ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh, jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (ständige Rechtsprechung zuletzt BGH MarkenR 2000, 48 - Radio von hier; MarkenR 2000, 50 - Partner with the best). Die Unterscheidungskraft kann zum einen entfallen, wenn die Wortmarke einen für die fraglichen Waren/Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt hat. Hiervon ist jedoch nicht auszugehen; daß "Augenwelt" keine konkrete Sachangabe enthält, wurde bereits bei der Prüfung des Freihaltungsbedürfnisses festgestellt. Zwar unterliegen die Eintragungshindernisse des Freihaltungsbedürfnisses und der Unterscheidungskraft unterschiedlichen Voraussetzungen; steht aber fest, daß eine in ihrem Aussagegehalt ohne weiteres verständliche Marke für die konkreten Waren/Dienstleistungen als Sachangabe nicht freihaltebedürftig ist, so wird die Unterscheidungskraft, soweit das Vorliegen eines im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalts geprüft wird, regelmäßig zu bejahen sein. Unter diesem Gesichtspunkt kann der Marke daher die erforderliche Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden. Es sind auch keine anderen Umstände erkennbar, die gegen ihre Eignung zur Ausübung der Herkunftsfunktion sprechen. Zur Unterscheidung sind zwar auch gebräuchliche Worte oder Wortfolgen der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache nicht geeignet, die - zB auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (ständige Rechtsprechung BGH aaO Radio von hier; Partner with the Best; FOR YOU; MarkenR 1999, 349 - YES). Auch wenn die Marke in dem Sinn "Welt für Augen" von weiten Verkehrskreisen ohne weiteres verstanden wird, so fehlt es doch an ausreichenden Anhaltspunkten dafür, daß der Verkehr, wenn er die Kennzeichnung auf der Ware erblickt, diese nur in ihrem Sinn als Hinweis auf eine Verkaufsstätte und nicht als Kennzeichnungsmittel verstehen wird. Da es sich bei § 8 Absatz 2 MarkenG um gesetzlich geregelte Eintragungshindernisse des an sich

gegebenen Eintragungsanspruchs gemäß § 33 Absatz 2 MarkenG handelt, ist den Anmeldern, wenn (wie häufig im kursorischen Registerverfahren) ausreichende Feststellungen über die Verwendung einer angemeldeten Bezeichnung nicht zu treffen sind, das vom Gesetz zugestandene Eintragungsrecht zuzubilligen.

Die Beschwerde hat somit Erfolg.

Dr. Buchetmann

Schramm

Winter

br/Fa