

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 225/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 31 410.5

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 28. November 2001 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richterin Klante und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes - Markenstelle für Klasse 41 - vom 29. Mai 2000 im Umfang seiner Versagung aufgehoben.

G r ü n d e

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortbildmarke (rot/schwarz)

siehe Abb. 1 am Ende

ua für

sportliche Aktivitäten.

Mit Beschluss vom 29. Mai 2000 hat das Deutsche Patent- und Markenamt, Markenstelle für Klasse 41, die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke und eines daran bestehenden Freihaltebedürfnisses in diesem Umfang zurückgewiesen.

Hiergegen wenden sich die Anmelder mit ihrer Beschwerde.

Die Anmelder beantragen,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 29. Mai 2000 im Umfang der Versagung aufzuheben.

Sie vertreten die Auffassung, die angemeldete Wort-/Bildmarke sei auch für die Dienstleistung "sportliche Aktivitäten" unterscheidungskräftig. Es handele sich nicht um einen sprachüblich gebildeten Begriff, sondern um ihre eigene Namensschöpfung.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der begehrten Eintragung von "Bowl-House" in das Markenregister steht auch für sportliche Aktivitäten weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) noch das einer Angabe im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen.

Nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, denen für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Danach ist Unterscheidungskraft 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. Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft ausreicht, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl Begründung zum Regierungsentwurf, BT-Drucksache 12/6581, S 70 = BIPMZ 1994, Sonderheft, S 64). Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deut-

schen Sprache 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, fehlt es nicht an der erforderlichen Unterscheidungseignung (BGH GRUR 2000, 722, 723 - LOGO).

Eine eindeutig beschreibende Sachaussage, die auf bestimmte Eigenschaften der beanspruchten Dienstleistung hinweist, ist der Marke "BowlHouse" nicht zu entnehmen. Das englische Wort "House" bedeutet im Deutschen "Haus", das ebenfalls aus dem Englischen stammende Wort "Bowl" hat die Bedeutung von "Kugel", "Schüssel", "Schale", wobei im Zusammenhang mit der beanspruchten Dienstleistung nur der Begriff "Kugel" von Bedeutung ist. Den inländischen Verkehrskreisen ist dieser durch das Kugelspiel "Bowling", eine amerikanische Art des Kegelspiels mit 10 Kegeln bzw ein englisches Kugelspiel auf glattem Rasen (Duden, 20. Auflage S 169) allgemein bekannt. Außerdem ist "Bowl" in Anlehnung an den "SuperBowl" ein gängiger Begriff im American – Football. Es konnte jedoch nicht festgestellt werden, dass "Bowl" als gängige Abkürzung für "Bowling" verwandt wird. Auch wenn den des Englischen nicht mächtigen Teilen des Verkehrs sowohl das englische Wort "House" als auch "Bowl" verständlich sein sollte, bedeutet "BowlHouse", "Haus der Kugel", nicht "Bowling Haus". Die angemeldete Marke stellt für die beanspruchte Dienstleistung "Sportliche Aktivitäten" daher keine unmittelbar im Vordergrund stehende beschreibende Sachangabe dar (vgl BGH GRUR 1999, 989 – HOUSE OF BLUES).

Soweit "Bowl-House" im Internet nachweisbar ist, wird es ausschließlich als Firmenname markenmäßig verwendet. Auch der Bildbestandteil (drei fallende Kegel über den letzten beiden Buchstaben und ein umgestürzter Kegel) ist keine Warenabbildung ohne jegliche Charakteristik. Er beschreibt somit die beanspruchte Dienstleistung nicht unmittelbar (vgl BGH BIPMZ 2001, 241, 242 – Jeanshosentasche). Bei dieser Sachlage kann der Marke nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden, mag sie auch gewisse, mehr oder weniger vage Vorstellungen im Hinblick auf den Ort oder die Art der Dienstleistungen wecken.

"Bowl-House" ist nicht auch nicht geeignet, die Dienstleistungen der Anmelderin unmissverständlich iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG zu beschreiben. Wie oben dargelegt, bedeutet der Begriff "BowlHouse" im Hinblick auf die beanspruchte Dienstleistung "Haus der Kugel" und nicht "Bowling Haus", da nicht festgestellt werden konnte, dass "Bowl" als gängige Abkürzung für "Bowling" verwandt wird.

Winkler

Sekretaruk

Klante

Hu

Abb. 1

