

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 202/02

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 399 36 309.2**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 11. Dezember 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 22. Februar 2001 und vom 25. April 2002 werden aufgehoben, soweit das Deutschen Patent- und Markenamt damit der angemeldeten Marke die Eintragung versagt hat.

## **Gründe**

### **I.**

Die Anmeldung der Wortmarke

### **MetaFind**

für ein umfangreiches Waren- und Dienstleistungsverzeichnis hat die Markenstelle für Klasse 41 mit Beschluss vom 22. Februar 2001 ganz und mit Erinnerungsbeschluss vom 25. April 2002 für folgende Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen:

Sammeln und Liefern von Nachrichten, Übermittlung von Nachrichten; Zugangsvermittlung zu Verzeichnissen der in Daten-Netzwerken, insbesondere im Internet, verfügbaren Informationen; Such- und Vermittlungsdienste, nämlich Suchen und Auffinden von Informationen in einem Daten-Netzwerk, insbesondere im Internet.

Zur Begründung heißt es, „MetaFind“ sei für die versagten Dienstleistungen beschreibend. „Meta“ deute auf eine höhere Stufe hin (vgl. Deutsches Universal

Wörterbuch); „MetaFind“ auf eine auf mehreren Ebenen arbeitende Suchmaschine.

Die Markenstelle verwies dazu auf ihre Rechercheergebnisse: Meta-Suchmaschine = übergeordnete Suchmaschine, die gleichzeitig mehrere Datenbanken durchforstet; als Meta-Suchmaschinen bezeichnete Produkte (MetaCrawler, Metafind, MetaGer, Metasearch); MetaStream; meta tag; Meta-Finder, wie die Produkte MetaLook, METADIR, MetaGopher, Metabug; MP3-Metasuchmaschine, Meta-Finder, wie die Produkte MetaCrawler, Apollo 7 etc., eine Auswahl „zwischen vielen verschiedenen Suchdiensten - darunter auch einige Meta-Finder ...“; Finder (HABM vom 8. Juni 1999, R 0211/98-2 – CHEMFINDER).

Dagegen hat der Anmelder Beschwerde eingelegt. Er ist der Ansicht, „find“ dürfe nicht mit „finder“ gleichgesetzt werden. „meta“ komme aus dem Griechischen, habe dort die Bedeutungen „zwischen, nach, später“ und sei kein gebräuchlicher Begriff. Die Kombination „MetaFind“ sei bislang nicht nachweisbar.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg.

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft noch das einer Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne der Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende Eignung, dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer zu dienen. Weist eine Wortmarke keinen für die fraglichen Waren bzw. Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt auf und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deut-

schen oder einer sonst gängigen Sprache, das die Verbraucher - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstehen, fehlt es nicht an der erforderlichen Unterscheidungseignung (vgl. BGH GRUR 2000, 722 – LOGO).

Hierbei ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft ausreicht, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH MR 2000, 48 - Radio von hier).

Zwar sind „Meta“ und „Finder“ als Sachangaben ebenso nachweisbar wie „Meta-Suchmaschine“ und „Meta-Finder“.

Ohne lexikalischen Eintrag und ohne Nachweis einer beschreibenden Verwendung besitzt „MetaFind“ jedoch Unterscheidungskraft, weil „Find“ kein Synonym für „Finder, Suchmaschine“ ist. Wer „Finder“ nicht als englischen Begriff erkennt, leitet „Find“ davon nicht ab; die anderen aber erkennen den Unterschied zwischen dem Substantiv „Finder“ und der imperativen Aufforderung bzw. dem Infinitiv in „(to) find“.

Es ist auch nicht feststellbar, dass „Find“ eine übliche Abkürzung von „Finder“ ist.

Ohne beschreibende Aussage fällt die angemeldete Marke auch nicht unter § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Danach können nämlich nur solche Marken nicht eingetragen werden, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen nach Art, Beschaffenheit, Menge, Bestimmung, Wert, geographischer Herkunft, Zeit der Herstellung der Waren bzw. Erbringung der Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale dienen (vgl. BGH GRUR 2002, 64 - Individuelle).

Es ist ferner keine Tendenz, „Find“ als Kurzwort oder Abkürzung von „Finder“ zu verwenden, mit hinreichender Sicherheit prognostizierbar – auch nicht aus dem Englischen.

Schließlich ist zu berücksichtigen, dass sich der Schutzbereich der angemeldeten Marke aus der die Eintragungsfähigkeit begründenden Eigenprägung ergibt, ohne dass ein hiervon losgelöster Schutz für die Angabe „Meta“, alle Kombinationen damit sowie „Finder“ besteht (vgl. BGH GRUR 1989, 264 – REYNOLDS R 1/EREINTZ; 1991, 136 - NEW MAN; BIPMZ 1989, 192 - KSÜD).

Winkler

Sekretaruk

Dr. Albrecht

Ko