

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 180/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 05 931.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 5. März 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer, des Richters Albert und der Richterin Friehe-Wich

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 18. Januar 2000 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Darstellung

siehe Abb. 1 am Ende

soll für "Seifen; Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; Brillen, insbesondere Sonnen- und Lesebrillen, Schwimmbrillen; Juwelierwaren, Schmuckwaren; Uhren; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit in Klasse 18 enthalten, insbesondere Handtaschen; Reise- und Handkoffer; Regenschirme; Käämme und Schwämme; Haarschmuck; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Bekleidungsstücke, insbesondere Tages- und Nachtwäsche, Miederwaren, Dessous, Badewäsche, Fitnessbekleidung, Sportbekleidung, Haus- und Freizeitbekleidung; Schuhwaren, insbesondere Bade- und Sportschuhe; Kopfbedeckungen; Turn- und Sportartikel, soweit in Klasse 28 enthalten, Fitnessgeräte" als Marke geschützt werden.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Patentamts hat die Anmeldung wegen Freihaltungsbedürfnisses und fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, daß die Marke ausschließlich aus einer beschreibenden Angabe bestehe, die sich in einer allgemeinen Anpreisung erschöpfe. Sie stelle ein inhaltsbezogenes Werbeschlagwort dar, das lediglich die Aufmerksamkeit des Publikums erregen und ihm vermitteln solle, daß die so gekennzeichneten Waren besondere Gefühle erzeugten. Das an positive Assoziationen ("etwas Aufsehenerregendes, Besonderes") anknüpfende Wort "emotions" sei im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren aus sich heraus verständlich und werde von den Beteiligten als Motto verstanden, unter dem die entsprechenden Waren vertrieben würden und damit als Sachhinweis im obigen Sinne. An die Verwendung solcher Schlagwörter sei das Publikum gewöhnt. An ihnen bestehe ein erhebliches Interesse der Mitbewerber. Die konkrete graphische Ausgestaltung könne dieses hohe Freihaltungsbedürfnis nicht überwinden, da sie sich - sozusagen als "Eyecatcher" - in der Verwendung werbeüblicher Graphik erschöpfe. Nach allem fehle der Marke auch die erforderliche Unterscheidungskraft, an die angesichts des Freihaltungsbedürfnisses erhöhte Anforderungen zu stellen seien.

Gegen diesen Beschluß hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Nach ihrer Auffassung ist die Marke schutzfähig. Ihre Beschwerde hat sie bislang nicht begründet, da sie zur Vermeidung eventuell unnötigen Aufwandes erst abwarten möchte, welche Meinung der Senat aufgrund der Aktenlage hat.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde mußte in der Sache Erfolg haben, da die Vorschriften des § 8 Abs 2 Nrn 1 und 2 MarkenG der Eintragung der angemeldeten Marke nicht entgegenstehen.

Der Senat vermag der Markenstelle bereits nicht zu folgen, wenn sie das Wort "emotions" einfach mit "Gefühle" gleichsetzt. Weder im Englischen oder Französischen noch im Deutschen, wo "Emotion" ja ein geläufiges Fremdwort ist, kann dies als eine naheliegende oder im Vordergrund stehende Bedeutung angesehen werden; vielmehr steht es regelmäßig für "Gemütsregung, Bewegung" oä (vgl zB Schöffler/Weis, Handwörterbuch Englisch-Deutsch, S 152 bzw Handwörterbuch Deutsch-Englisch, S 152; Weiss/Mattutat, Französisch-Deutsch, S 193 bzw Deutsch-Französisch, S 235; DUDEN Rechtschreibung der deutschen Sprache, 21. Aufl, S 249; DUDEN Fremdwörterbuch, 6. Aufl, S 223). Aber selbst wenn man das Wort der Anmeldemarke einmal mit "Gefühle" übersetzen will (- wobei zu bedenken wäre, daß "Gefühl" zunächst wertneutral ist und es natürlich auch negative Gefühle gibt), fragt sich doch, welche konkreten Eigenschaften der beanspruchten Waren - die überdies ganz verschiedenen Klassen angehören und deshalb von unterschiedlichster Beschaffenheit und Zweckbestimmung sind - dieses Wort dann im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG beschreiben soll; erst recht gilt dies für seine näherliegende Bedeutung "Gemütsregung". Einen Sachhinweis im Sinne des Gesetzes vermag der Senat daher - gerade auch im Hinblick auf die insoweit sehr enge Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (vgl zB Fezer, MarkenR, 3. Aufl, § 8 Rdn 128 ff) - nicht in ihm zu erkennen; demnach kann hierfür auch kein Freihaltungsbedürfnis angenommen werden, schon gar nicht für die Anmeldemarke in ihrer Gesamtheit, dh ihrer konkret angemeldeten Gestalt, die der Prüfung auf Schutzhindernisse zugrunde zu legen ist.

Die Marke besitzt auch hinreichende Unterscheidungskraft. Selbst wenn man sich vorstellen kann, daß das Wort "emotions" hin und wieder in der einschlägigen Werbung schlagwortartig verwendet werden mag, kann man ihm jedenfalls in der angemeldeten Form eine noch hinreichende Unterscheidungskraft nicht absprechen; denn es besitzt einerseits wegen seines im Hinblick auf die beanspruchten Waren nur wenig konkreten Aussagegehalts und andererseits wegen der bildlichen Ausgestaltung, auch wenn sie verhältnismäßig einfach ist, einen Wiedererkennungswert, der es dem Verkehr eher als Kennzeichen eines Unternehmens

und nicht nur als ein beliebiges Werbeschlagwort oder rein sachbezogener Hinweis erscheinen läßt.

Im übrigen hat die Anmelderin im Verfahren vor dem Patentamt zu Recht darauf hingewiesen, daß es eine ganze Reihe von Eintragungen des Wortes "Emotion" bzw "Emotions" gibt, was eher für seine Schutzfähigkeit spricht, über die der Senat hier aber gar nicht endgültig entscheiden muß. Selbst wenn man also dem schlichten Wort "emotions" eine noch hinreichende Unterscheidungskraft absprechen will, kann dies nicht für die Marke in ihrer angemeldeten Form gelten, deren graphische Gestaltung den Schutzbereich gleichermaßen bestimmt und beschränkt (vgl zB BGH BIPMZ 1991, 26 "NEW MAN").

Unter Aufhebung des angefochtenen Beschlusses war sonach der Beschwerde stattzugeben.

Vorsitzende Richterin
Dr. Schermer kann
wegen Urlaubs nicht
unterschreiben.

Friehe-Wich

Albert

Albert

br/Pü

Abb. 1

