

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 230/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 59 952.5

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 24. Juli 2002 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richterin Klante und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 - vom 3. Juli 2000 und vom 17. Juli 2001 aufgehoben.

Gründe

I.

Die noch für

Dienstleistungen eines Verlages, auch Musikverlages, nämlich Herausgabe und Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen aller Art, auch auf elektronischen Medien; Produktion und Zusammenstellung von Tonträgern, sowie Rundfunk- und Fernsehprogrammen, Kinofilmproduktion, Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Künstlervermittlung

aufrechterhaltene Anmeldung der Wortmarke

PRIMA

ist vom Deutschen Patent- und Markenamt wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke und eines Freihaltebedürfnisses daran zurückgewiesen worden. Zur Begründung wurde ausgeführt, dass es sich bei "PRIMA" um ein allgemeines Werbeschlagwort und eine Anpreisung besonderer Qualität handele. Prima sei lexikalisch nachweisbar im Sinne von "erstklassig, hervorragend".

Gegen diese Entscheidungen richtet sich die Beschwerde der Anmelder. Sie tragen vor, dass es sich bei den noch beanspruchten Dienstleistungen um "höherwertige" handele, die üblicherweise nicht mit "prima" in beschreibender Weise bezeichnet werden.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet.

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht für die noch beanspruchten Dienstleistungen weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), noch das einer Bezeichnung im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne der in Frage stehenden Vorschrift ist 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. Hauptfunktion der Marke ist es nämlich, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, das heißt jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass ihr die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr.; vgl. BGH BIfPMZ 2002, 85 - INDIVIDUELLE). Der angemeldeten Marke "PRIMA" kann für die beanspruchten

Dienstleistungen keine im Vordergrund stehende Sachaussage entnommen werden. "PRIMA" ist ein umgangssprachlich gefärbtes Wort, das in manchen Bereichen durchaus als Synonym für "erstklassig" verwendet wird. Im Bereich der hier gegenständlichen Verlagstätigkeit, bei der Produktion von Tonträgern und Rundfunk-, Fernseh- und Kinounterhaltung, sowie der Künstlervermittlung konnten weder die Markenstelle noch der Senat Feststellungen treffen, die eine beschreibende Verwendung des beanspruchten Markenwortes auch in diesem Bereich belegen. Es konnte auch nicht festgestellt werden, dass es sich bei "PRIMA" im Hinblick auf die noch beanspruchten Dienstleistungen um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache handelt, das vom Verkehr – auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird. Bei der Eingabe des beanspruchten Begriffs in das Internetsuchsystem "Google" am 4. Juni 2002 ergaben sich rund 68 000 Treffer, von denen die ersten 50 ausgewertet wurden. Dabei fanden sich - neben beschreibenden Verwendungen für Waren – kennzeichenmäßige Treffer, zB "Prima eV" (www.prima.de), Prima-Apotheken (www.prima-apo.de) oder Prima Public Relations (www.prima.co.at). Eine Verwendung des Wortes stets nur als Werbeschlagwort kann damit nicht belegt werden.

Es kann auch nicht festgestellt werden, dass die beanspruchte Marke ausschließlich aus Angaben besteht, die im Verkehr etwa zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der noch beanspruchten Dienstleistungen dienen können (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). "PRIMA" ist vielmehr nicht dienstleistungsbezogen und somit auch nicht wegen eines bestehenden Freihaltebedürfnisses von der Eintragung ausgeschlossen.

Winkler

Klante

Sekretärin

Ko/Fa