

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 37/01

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 57 780.3

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 12. Februar 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, den Richter Voit und die Richterin k.A. Fink

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. September 1999 und vom 22. November 2000 aufgehoben.

Gründe

I

Die Wortmarke

„enjoy“

soll für die Waren

„Druckereierzeugnisse, insbesondere Zeitschriften, Broschüren, Werbedruckschriften, Kataloge und andere Druckerzeugnisse“

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit zwei Beschlüssen vom 15. September 1999 und vom 22. November 2000 wegen fehlender Unterscheidungskraft und Bestehen eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Das englische Wort „enjoy“ sei den inländischen Verkehrskreisen mit der Bedeutung von „Gefallen finden, sich erfreuen, genießen“ geläufig. In Verbindung mit den beanspruchten Waren enthalte das

Zeichen lediglich einen Hinweis auf den mit der Lektüre der Druckereierzeugnisse verbundenen Genuss bzw. beschreibe deren thematischen Inhalt.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Die angemeldete Marke ist weder auf Grund fehlender Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG noch als beschreibende Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

1. Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke kein für die in Frage stehenden Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen 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, so gibt es keinen Anhaltspunkt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH GRUR 2002, 64 - INDIVIDUELLE m. w. Nachw.). Dies ist hier der Fall.

Die Markenstelle hat zutreffend festgestellt, dass das englische Verb „to enjoy“ im Deutschen die Bedeutung von „genießen, Gefallen finden“ hat. Die von der Anmeldung erfassten Waren richten sich an den allgemeinen Verbraucher, der nach dem vom Europäischen Gerichtshof vorgegebenen Verbraucherleitbild als durchschnittlich informiert, aufmerksam und verständlich anzusehen ist (EuGH GRUR Int. 1999, 734 – Lloyd). Das Verb zählt zum englischen Grundwortschatz, so dass davon auszugehen ist, dass die angesprochenen Verbraucher das angemeldete Zeichen ohne weiteres als Imperativ im Sinne von „Genieße/Genießen Sie“ erfassen. In Verbindung mit den von der Anmeldung erfassten Waren versteht der Verkehr diesen Bedeutungsgehalt aber nicht als Sachangabe.

Im englischen Sprachgebrauch ist das Wort nicht in Alleinstellung gebräuchlich, sondern wird üblicherweise mit einem Substantiv oder Pronomen ergänzt (vgl. PONS, Großwörterbuch Englisch-Deutsch, 2002, S. 277 – to enjoy sth). Auch die zahlreichen bei einer Internet-Recherche ermittelten Einträge zum Begriff „enjoy“ ergeben nur eine Verwendung des Worts mit entsprechenden Ergänzungen wie z.B. „Let’s have fun and enjoy it. Enjoy Indiana. Enjoy the season. Enjoy Europe’s favourite cruiseferries“.

Angesichts dieser Verwendungen des Wortes „enjoy“ und der Tatsache, dass es sich bei den beanspruchten Waren nicht um Genussmittel handelt, lässt sich dem angemeldeten Zeichen ohne ergänzende, inhaltsbeschreibende Angaben dazu, welche Art von Genuss die so bezeichneten Druckereierzeugnisse vermitteln sollen, kein beschreibender Aussagegehalt zuordnen. Um das Zeichen im Sinne einer thematischen Angabe dahingehend zu verstehen, dass sich die beanspruchten Waren mit dem Thema des Genießens befassen, bedarf es einer analysierenden Betrachtungsweise, die der Verkehr regelmäßig nicht vornimmt (BGH GRUR 1999, 1093 – FOR YOU). Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass der Verkehr mit dem Begriff des Genießens abhängig von den jeweiligen subjektiven Vorstellungen unterschiedliche Inhalte verbindet, so dass die allgemeine Aufforderung zum Genuss als beschreibende Angabe ungeeignet erscheint. Da es bereits am kon-

kreten sachlichen Bezug des angemeldeten Zeichens zu den beanspruchten Waren fehlt, kommt es auf die Frage, inwieweit auch einer begrifflich unbestimmten Sachangabe die erforderliche Unterscheidungskraft fehlen kann, nicht an (BGH GRUR 2000, 882 – Bücher für eine bessere Welt). Mangels eines im Vordergrund stehenden Aussagegehalts kann dem angemeldeten Zeichen daher die erforderliche Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

2. Nachdem sich der angemeldeten Marke – wie unter 1. ausgeführt – kein die beanspruchten Waren unmittelbar beschreibender Begriffsinhalt zuordnen lässt, kommt auch die Versagung der Eintragung unter dem Gesichtspunkt des Freihaltebedürfnisses (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) nicht in Betracht.

Grabrucker

Voit

Fink

CI