

Bundespatentgericht

32 W (pat) 16/02

(Aktenzeichen)

B e s c h l u s s

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 60 785.7

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 29. Januar 2003 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 28 - vom 26. Oktober 1999 und vom 29. November 2001 aufgehoben.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister für

Spielwaren

ist die Wortmarke

FRIENDS & MORE

Die Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren er-
gangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, dass "FRIENDS & MORE" mit "Freunde und mehr" von den angesprochenen Verkehrskreisen übersetzt werde. Dies sei im Vordergrund beschreibend für Spielwaren, die nicht nur Freunde, sondern sogar mehr als Freunde sein sollen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie weist darauf hin, dass eine Spielware kein Freund sein könne und es auch nicht ersichtlich sei, welche sachliche Bedeutung die Bezeichnung einer Spielware mit "mehr als ein Freund" haben solle.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht 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.

a) Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen 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 - 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 jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr., vgl. BGH, BIPMZ 2002, 85 - INDIVIDUELLE).

Die von der Marke beanspruchten Waren richten sich an die allgemeinen deutschen Verkehrskreise. Selbst wenn man unterstellt, dass diese "FRIENDS & MORE" mit "Freunde und mehr" übersetzen könnten, so fehlen doch jegliche Anhaltspunkte für die Annahme, dass in dieser Wortfolge ein beschreibender Begriffsinhalt liegt. Es ist schon äußerst fraglich, ob der Verkehr Spielwaren als Freunde ansehen wird. Jedenfalls enthält auch die Übersetzung der Marke "Freunde und mehr" keine eindeutige Sachinformaiton. Es bleibt in jedem Fall offen, was "Freunde und mehr" bedeutet. Die von der Markenstelle herangezogene Deutung "mehr als Freunde" ist nicht zwingend, ja durch die Verwendung des kaufmännischen &-Zeichens nicht einmal naheliegend. Im übrigen entzieht sich

selbst die von der Markenstelle vorgenommene Deutung von "Freunde und mehr" in Richtung sogar "mehr als Freunde" den Anforderungen an einen im Vordergrund stehenden Begriffsinhalt der Marke, da unklar bleibt, was "das genau" bedeuten soll.

Es kann auch nicht festgestellt werden, dass der Verkehr die Wortfolge stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel der betrieblichen Herkunft versteht. Soweit "FRIENDS & MORE" im Internet (z. B. Google/30.12.2002) nicht kennzeichnend verwendet wird, findet sich diese Wortfolge verbreitet vor allem auf Gästebüchern von privaten Homepages. Eine solche Verwendung in völlig anderem Zusammenhang reicht nicht aus, anzunehmen, dass der Marke im Bereich der Spielwaren jegliche Unterscheidungskraft fehlt.

b) Die Marke ist auch nicht nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Sie besteht nicht ausschließlich aus Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren dienen können. Wie oben dargestellt, lässt sich weder dem Markenbegriff "FRIENDS & MORE" noch seiner deutschen Übersetzung "Freunde und mehr" eine eindeutige Angabe dazu entnehmen, welches Merkmal der beanspruchten Spielwaren hier in eindeutiger Weise bezeichnet werden kann.

Winkler

Dr. Albrecht

Sekretaruk

Hu