



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 58/02

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 07 331.0

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. März 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, der Richterin Schwarz-Angele sowie des Richters Paetzold

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortfolge

good ear

für die Waren und Dienstleistungen

"Kommunikationssysteme, nämlich Hörgeräte und deren Einzelteile; Batterien, Otoplastiken; Reparatur von Hörgeräten"

Die Markenstelle hat die Anmeldung zunächst vollständig zurückgewiesen mit der Begründung, sie sei als beschreibende Angabe freihaltungsbedürftig und ihr fehle auch die erforderliche Unterscheidungskraft. Die angesprochenen Verkehrskreise würden die Marke ohne weiteres als Sachhinweis auf wesentliche Bestimmung der Waren und Dienstleistungen iS von "gutem Gehör" verstehen, ihr aber keinerlei kennzeichnende Funktion beimessen.

In der Erinnerung ist die Zurückweisung nur noch hinsichtlich der Waren "Kommunikationssysteme, nämlich Hörgeräte und deren Einzelteile; Otoplastiken" aufrecht erhalten worden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die zur Begründung ausführt, dass dem fremdsprachigen Markenwort lediglich eine unscharfe Bedeutung ohne präzise Zuordnung zu einem einzigen Sinngehalt zukomme und es daher an einer unmittelbaren und konkreten Beschreibung der beanspruchten Waren fehle.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist nicht begründet.

Nach Ansicht des Senats unterliegt die angemeldete Wortfolge sowohl dem Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als auch dem einer Freihaltungsbedürftigen beschreibenden Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

1. Die Wortfolge "good ear" stellt sich auch für den Senat als bloßer Bestimmungs- bzw. Wirkungshinweis in der deutschen Bedeutung von "gutes Gehör" dar, was lexikalisch nachweisbar ist (vgl. PONS-Großwörterbuch Englisch-Deutsch, 2001, S. 242, mittl. Sp.; Nöhring, Fachwörterbuch Medizin, Englisch-Deutsch, 4. Aufl. 2002, S. 335). Es handelt sich mithin um eine Wortverbindung, die sich aus geläufigen Elementen zusammensetzt und eine in sich ohne weiteres verständliche Gesamtaussage vermittelt. Dies gilt auch unter dem Gesichtspunkt, dass sich im Markenregisterrecht regelmäßig die pauschale Gleichstellung fremdsprachiger Angaben mit der entsprechenden deutschen Übersetzung verbietet, wenn sie nicht von den inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres erkannt wird oder die Mitbewerber den fraglichen Begriff beim inländischen Warenvertrieb oder beim Im- und Export benötigen. Beides ist vorliegend der Fall.

Zum einen wird der Verkehr wegen der Üblichkeit der Verwendung der leicht verständlichen Einzelbegriffe unschwer die Bedeutung "gutes Gehör" mit der englischsprachigen Wortfolge verbinden und sie lediglich als beschreibenden Hinweis auf die so gekennzeichneten Waren verstehen. Zum andern darf es den Mitbewerbern nicht verwehrt bleiben, die Wortfolge im Rahmen von mehrsprachigen Hinweisen, auch zu Ex- oder Importzwecken, einzusetzen, zumal es sich um eine unmittelbar beschreibende Warenangabe handelt. Das gilt auch für die Otoplastik, mit deren Hilfe das Hörgerät zum eigentlich funktionalen Hörsystem wird, denn sie stellt die Verbindung zwischen Hörgerät und Ohr dar. Die wesentliche Aufgabe der

Otoplastik ist die Übertragung des verstärkten Schalls vom Hörgerät zum Trommelfell.

Entgegen der Auffassung der Anmelderin ist die Wortfolge auch nicht mehrdeutig. Denn eine Marke ist immer im Kontext der beanspruchten Waren zu würdigen, in welchem sie auch den beteiligten Verkehrskreisen begegnet. Im vorliegenden Fall drängt sich die Übersetzung "gutes Gehör" geradezu auf, zumal es sich vorliegend um leicht verständliche Einzelbegriffe des engsten englischen Grundwortschatz handelt, die selbst von allgemeinen deutschen Verkehrskreisen ohne Schwierigkeiten als Sachangabe aufgefasst werden. Auf einen solchen Sachverhalt hinzuweisen, muss aber jedem Hersteller solcher Waren unbenommen von Monopolrechten Dritter möglich sein, was markenregisterrechtlich die Feststellung eines aktuellen Freihaltungsbedürfnisses in sich trägt.

Selbst wenn man der Auffassung der Anmelderin folgen würde, so liegt die von ihr behauptete weitere Bedeutung "gutes Ohr" ebenfalls im engsten Warenkontext, so dass keine echte Mehrdeutigkeit vorliegt. Der Senat neigt sogar zu der Annahme, dass auch diese Bedeutung als rein beschreibend aufgefasst wird, da die beanspruchten Waren dazu dienen, wieder über ein gutes = gesundes Ohr zu verfügen.

2. Darüber hinaus fehlt der Anmeldung in Bezug auf die versagten Waren aber auch jegliche Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG.

Diese liegt vor, wenn die Marke dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die Waren verschiedener Hersteller genügt. Die Anforderungen des Verbrauchers an diese konkrete Unterscheidungseignung sind hierbei nach Ansicht der ständigen Rechtsprechung gering (zB BGH, WPR 2002, 1073 – BONUS II, MarkenR 2001, 408 – INDIVIDUELLE), so dass nur Bezeichnungen ausgeschlossen sind, die entweder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt haben oder zB in der Werbung derart "verbraucht" sind, dass sie vom Verkehr nicht als Unterscheidungsmittel akzeptiert werden. Wegen des Eintragungsanspruchs gemäß

§ 33 Abs 2 MarkenG sind Zweifel letztlich zugunsten der Anmelderin zu werten. Selbst diesen geringen Anforderungen wird die angemeldete Marke nicht gerecht.

Wie bereits oben festgestellt, steht der beschreibende Bedeutungsgehalt der Wortfolge bereits so deutlich im Vordergrund, dass die beanspruchte Wortfolge von erheblichen Verkehrskreisen nicht als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden wird. Vielmehr nimmt der durchschnittlich informierte Verbraucher, der es gewohnt ist, dass wichtige Informationen in einer ansprechenden und modernen Form präsentiert werden, die Wortfolge mit ihrer klaren schlagwortartigen Aussage über den Bestimmungszweck so hin, wie er es bei anderen ähnlichen Produktbeschreibungen gewohnt ist. Von diesen weicht die beanspruchte Marke weder durch Wortwahl noch sonst wie in erkennbarer Weise ab. Stößt der Verbraucher bei den beanspruchten Waren auf die Bezeichnung "good ear", sieht er darin lediglich unmittelbare Beschreibung der Ware, nicht jedoch an einen Hinweis auf deren Hersteller.

Nach alledem war die Beschwerde der Anmelderin zurückzuweisen.

Stoppel

Schwarz-Angele

Paetzold

Bb/Fa