

"For You" als Marke

Marken dürfen keine Schutzhindernisse entgegenstehen, wie z.B. fehlende Unterscheidungskraft. Eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs zeigt einmal mehr, dass es bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft auf die Details ankommt.

Jemand meldete die Wortmarke "for you" für "pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse und Substanzen; Präparate für die Gesundheitspflege; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel für medizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel für nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Vitaminen, Mineralstoffen, Spurenelementen; Fleisch; Fisch; Geflügel; Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gelees; Konfitüren; Fruchtmuse; Eier; Milch und Milchprodukte; Speiseöle; Speisefette; Nahrungsergänzungsmittel für nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Proteinen; für die menschliche Ernährung zubereitetes Getreide; Brot; Backwaren; Tee; Nahrungsergänzungsmittel für nichtmedizinische Zwecke auf der Basis von Kohlehydraten; Mineralwässer und kohlesäurehaltige Wässer; Fruchtgetränke; Fruchtsäfte; Getränkepulver; Sirup" an.

Die Anmeldung wurde vom DPMA zunächst zurückgewiesen, da der Marke "for you" jegliche Unterscheidungskraft fehle. Denn "for you" bedeute "für Dich/für Sie/für Euch" und stehe somit für auf die persönlichen Verhältnisse bzw. individuell angepassten Produkte. Das BPatG sah dies genauso.

Entscheidung

Der BGH ([Beschluss vom 10.07.2014 - Az. I ZB 81/13](#)) sah dies anders und verwies die Sache zurück an das BPatG.

Unterscheidungskraft im markenrechtlichen Sinne sei die Eignung einer Marke, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen aufgefasst und einem bestimmten Unternehmen zugeordnet zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke bestehe darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Da alleine das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründe, sei ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genüge, um das Eintragungshindernis zu überwinden.

Das BPatG habe die Marke "for you" als Hinweis auf Produkte verstanden, die individuell an die persönlichen Bedürfnisse der Abnehmer angepasst sind. Bei den angemeldeten Waren handele es sich allerdings nicht um solche, die an individuelle Anforderungen angepasst werden.



Zwar könne "for you" auch eine allgemeine Anpreisung beinhalten, die zu einer fehlenden Unterscheidungskraft führen könnte, allerdings habe das BPatG keine Feststellungen zu dieser Frage getroffen, weshalb die Sache zurückzuverweisen sei.

Fazit

Auch so relativ banalen Wortfolgen wie "for you" kann Unterscheidungskraft zukommen, wie die Entscheidung des BGH zeigt. Die Entscheidung zeigt aber auch, wie zum Teil auf eher abwegige Bedeutungen abgestellt wird, wo man bei "for you" doch relativ naheliegende Bedeutungen im Sinne einer Anpreisung oder eines Geschenks finden kann.