

BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 149/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
7. Februar 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 31 221.0

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 7. Februar 2000 unter Mitwirkung des Richters Dr. Buchetmann als Vorsitzenden sowie der Richter Sommer und Schramm

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Für die Waren:

"Thermodrucker, Steuerungen für Tastaturen und Drucker,
Strichcodedrucker"

ist zur Eintragung in das Markenregister angemeldet

MOBILE CARD

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch Beschluß des Prüfers die Anmeldung zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, das Zeichen beinhalte eine Werbeaussage in der Form, daß die umfaßten Waren über die normale Funktionalität hinausreichende Eigenschaften hätten. Dieser Sinngehalt werde sich großen Teilen des inländischen Verkehrs ohne weiteres erschließen, da das Zeichenwort nicht nur zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehöre, sondern auch Eingang ins Deutsche gefunden habe.

Die Anmelderin hat Beschwerde erhoben. Sie stützt diese im wesentlichen darauf, daß das angemeldete Zeichen primär eine personenbezogene und nur mittelbar eine warenbezogene Sachaussage beinhalte. Im übrigen werde der Verkehr das Zeichen schon wegen seiner Fremdsprachigkeit phantasievoll auffassen. Auch die besondere schriftbildliche Ausgestaltung des Zeichens spreche für dessen Schutzfähigkeit.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Der Eintragung der Anmeldung steht das Schutzhindernis eines Freihaltungsbedürfnisses nach § 8 Absatz 2 Nr 2 Markengesetz entgegen.

Bei dem angemeldeten Wort handelt es sich um eine warenbeschreibende Angabe im Sinne von § 8 Absatz 2 Nr 2 Markengesetz, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der Waren dienen kann.

Die angemeldete, aus dem Englischen stammende Bezeichnung mit den Bedeutungen "gescheit, klug, geschickt, brillant, geistreich, raffiniert" (Duden-Oxford, Großwörterbuch Englisch, 1990) hat mit diesem Wortsinn auch in die deutsche Sprache Eingang gefunden (Duden, Fremdwörterbuch, 6. Aufl, 1997). Sie ist für die angesprochenen Verkehrskreise ohne weiteres verständlich und wird im Wirtschaftsleben als entsprechendes werbeträgliches Schlagwort verwendet (BPatG 24 W (pat) 183/95, PAVIS PROMA-Knoll, CLEVER). Dies belegen die der Anmelderin vorab übermittelten Rechercheergebnisse aus dem Internet, die sämtlich in Zusammenhang mit den gegenständlichen Waren stehen. So wird darin ein neuer Drucker der Firma Canon in einer Produktinformation als "clever" bezeichnet. In gleicher Weise wird eine Kommunikationslösung der Firma H..., bestehend aus einer Kamera und einem Photodrucker, als "clevere" Lösung angepriesen. Ein Faxprogramm wird schlagwortartig mit "klein, schnell, clever!" beworben, ebenso ein Drucker der Firma Epson als "ganz schön clever" bezeichnet.

Diese Verwendungsbeispiele belegen, daß entgegen der Auffassung der Anmelderin die gegenständliche Bezeichnung, die ursprünglich in erster Linie zur Beschreibung personenbezogener Eigenschaften gedient hat, nunmehr über diesen Bereich hinaus eine produktbezogene Verwendung gefunden hat. Dies unterstreicht auch eine von der Anmelderin vorgelegte eigene Anzeige, in der ein von ihr angebotener Drucker mit dem - produktbezogenen - Werbespruch "How CLEVER it is!" angepriesen wird.

Die graphische Ausgestaltung des Zeichens ist nicht schutzbegründend. Die Verwendung von Großbuchstaben in Marken ist nicht ungewöhnlich. Das Verhältnis zwischen Länge und Breite der verwendeten Buchstaben ist gegenüber normalen Schriftarten allenfalls geringfügig verändert. Ebenso wenig ist die Strichführung und -stärke in den einzelnen Buchstaben ausreichend originell, um das Zeichen allein aufgrund der schriftbildlichen Wiedergabe als eigenartig und prägnant anzusehen.

Die Beschwerde ist daher ohne Erfolg.

Dr. Buchetmann

Sommer

Schramm

Ko