



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 91/05

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 40 834.0

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 29. Januar 2007 durch ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 11. Mai 2005 aufgehoben.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist **Bombay Spirits**. Das Warenverzeichnis lautet:

Schallplatten, Musikkassetten, Compact Discs, Mini Discs, digitale Kompaktkassetten, DAT-Bänder und andere Tonträger, Videokassetten, Bildplatten, Compact Disc-Videos, Laser Discs, Photo CD's und andere Bildtonträger, CD-ROM, CD-ROM-XA, CD-I, RAM Cards und andere multimediale Datenträger

Kalender, Poster, Packpapier, Bleistifte, Radiergummi, Kugelschreiber und andere Druckerzeugnisse und Schreibwaren, Verpackungsmaterialien aus Papier, Karton und Kunststoff (soweit in Klasse 16 enthalten)

T-Shirts, Sweat-Shirts, Hemden, Pullover, Westen, Jacken, Mäntel, Mützen, Schals, Kappen, Hosen und andere Bekleidungsstücke und Kopfbedeckungen.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Begründend

ist im Wesentlichen ausgeführt, dass die Anmeldung eine beschreibende Angabe in dem Sinn sei, dass die beanspruchten Produkte dazu verwendet werden könnten, Flair und Geist der Stadt Bombay zu vermitteln.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Mit näheren Ausführungen hält sie Schutzhindernisse, die die Anmeldung in ihrer Gesamtheit von der Eintragung ausschließen könnten, nicht für gegeben; die Wortkombination sei unklar und auch mehrdeutig.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sachverhalts wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet.

An der angemeldeten Marke **Bombay Spirits** besteht kein Freihaltebedürfnis i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, denn es kann nicht hinreichend sicher festgestellt werden, dass sie als beschreibende Angabe für die unter dieser Marke angebotenen Waren dienen könnte.

„Bombay“ ist der frühere Name der größten Stadt Indiens mit mehr als 11 Millionen Einwohnern und Hauptstadt des Bundesstaates Maharashtra; 1997 wurde die Stadt aufgrund eines Parlamentsbeschlusses der Regierung dieses Bundes-

staates in „Mumbai“ umbenannt (vgl. Brockhaus, Enzyklopädie, 21. Aufl. Band 4, S. 407).

Das englische Wort „spirits“ ist der Plural des Wortes „spirit“ und wird als solcher übersetzt mit „Spirituosen/alkoholische Getränke“ oder „Geister/Gespenster“ (vgl. Eichborn, Die Sprache unserer Zeit, Englisch-Deutsch, Band 2 S. 734; Leo Online-Lexikon, Stichwort „spirits“).

Insgesamt lässt sich das Zeichenwort danach mit „Bombay Spirituosen“ oder „Bombay Geister/Gespenster“ erfassen. Insoweit kann jedoch nicht festgestellt werden, dass dieser Bezeichnung bezogen auf die konkret vorliegenden Waren ein klarer, im Vordergrund stehender, beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden könnte.

Alkoholische Getränke sind nicht Gegenstand des Warenverzeichnisses, so dass ein näherer Bezug zu „Bombay Spirituosen“ nicht nahegelegt ist. In der Bedeutung „Bombay Geister/Gespenster“ erscheint die Anmeldung unspezifisch und verschwommen und zumindest interpretationsbedürftig. Denn Erscheinungen von Geistern/Gespestern werden dem Bereich des Übersinnlichen zugeordnet, nicht aber bestimmten Städten; insbesondere ist nicht erkennbar, dass Bombay einen Bezug zu Gespenstern haben könnte; denn diese Stadt ist, wie ganz Indien, überwiegend von der Religion des Hinduismus geprägt, die durch die Verehrung von Göttern gekennzeichnet ist (vgl. Wikipedia Online-Lexikon Stichwörter „Hinduismus“ und „Indien“). Auch in dieser Bedeutung kann der Anmeldung damit kein konkreter und unmittelbarer Aussagegehalt mit Bezug auf die beanspruchten Waren entnommen werden.

Von einem Gegenstand, der zu „Bombay Spirituosen“ oder „Bombay Geistern“ einen Bezug hat und der gegebenenfalls mit **Bombay Spirits** bezeichnet werden könnte, sind die beanspruchten Produkte so weit entfernt, dass sich kein Hinweis auf eine konkrete Beschreibung aufdrängt.

Ob, wie die Markenstelle meint, die Marke im Sinn von „Bombay Flair“ zu verstehen ist, erscheint nicht hinreichend sicher feststellbar. Die Bedeutung des Wortes „spirit“ im Singular ist zwar weitreichend und umfasst auch das Wort „Stimmung“ (vgl. Eichborn a. a. O.); demgegenüber ist aber die Bedeutung im Plural in dem oben genannten Sinn deutlich eingeschränkt. Abgesehen davon erscheint die Bedeutung „Bombay Stimmung“, aber auch in einem erweiterten Sinne als „Bombay-Lebensgefühl“, in Bezug auf die beanspruchten Waren eher unspezifisch und verschwommen und damit ungeeignet, als beschreibende Angabe dienen zu können.

Ein Freihaltebedürfnis i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG an der Marke **Bombay Spirits** in ihrer Gesamtheit lässt sich damit nicht feststellen.

Da der angemeldeten Marke aus den dargelegten Gründen für die beanspruchten Waren kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann und es sich auch nicht um einen gebräuchlichen Begriff handelt, der vom Verkehr nur als solcher und nicht als betriebliches Unterscheidungsmittel verstanden wird, ist auszuschließen, dass ein normal informierter und angemessen aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher der vorliegenden Waren die Wortkombination **Bombay Spirits** lediglich als Sachangabe und nicht als Unterscheidungsmittel versteht; der Marke fehlt deshalb auch nicht die erforderliche Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG (vgl. u. a. BGH WRP 2003, 1429 11430 - Cityservice m. w. N.).

gez.

Unterschriften