

BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 27/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 54 897.8

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 31. Mai 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richter Brandt und Engels

beschlossen:

Die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 22. Januar 1999 und 21. Juni 1999 werden aufgehoben.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

CHAMPION

ist am 24. September 1998 für die Waren "Fungizide, Herbizide, Insektizide, Pestizide" zur Eintragung in die Markenrolle angemeldet worden. Die Markenstelle für Klasse 5 des Deutschen Patent- und Markenamts hat nach Beanstandung in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die Markenmeldung zurückgewiesen. Das aus dem Englischen stammende, als Synonym für "Meister in einer Sportart/Spitzensportler" übernommene und darüber hinaus als Werbehinweis im Sinne von "der Beste, Sieger" für die Spitzenqualität oder die Spitzenstellung eines Produkts in den deutschen Sprachgebrauch eingegangene Fremdwort "Champion" sei den angesprochenen Verkehrskreisen geläufig und vermittele in werbemäßig üblicher und knapper Form, daß die beanspruchten Waren eine hervorragende Wirksamkeit besitzen würden, nicht aber einen betrieblichen Herkunftshinweis. Derartige Werbehinweise seien nur eintragungsfähig, wenn sie entweder einen selbständig kennzeichnenden Bestandteil oder aber einen so erheblichen Überschuß in der Aussage oder in der sprachlichen Form aufwiesen, daß der angesprochene Verkehr in der Lage sei, mit dem Wiedererkennungseffekt eine betriebliche Hinweiswirkung zu verbinden. Daran fehle es dem angemeldeten Zeichen, da auch die schlagwortartige Alleinstellung von "CHAMPION" lediglich eine ohne weiteres verständliche, werbeübliche die Ware anpreisende Aussage vermittele. Dem angemeldeten Zeichen fehle deshalb jegliche Unterscheidungskraft, so daß die Eintragung nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ausgeschlossen sei. Aufgrund der getroffenen Feststellungen könne auch von einem aktuellen Freihalteinteresse der Allgemeinheit ausgegangen werden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem (sinngemäßen) Antrag,

die Beschlüsse der Markenstelle des DPMA vom 22. Januar 1999 und 21. Juni 1999 aufzuheben.

Der Auffassung der Prüfungsstelle könne nicht gefolgt werden, da das inländische Publikum "Champion" jedenfalls nicht als allgemeine Werbeaussage im Sinne von "Meister" oder "Sieger" verstehe, sondern nur in seiner speziellen, auch lexikalisch angegebenen Bedeutung im Sinne von "Meister in einer Sportart" und in hiermit zusammenhängenden Fachbegriffen wie "Champions League" im Fußball oder "Championat" im Reitsport. Dem angemeldeten Zeichen können deshalb unter Berücksichtigung der beanspruchten Waren nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden, wie auch der 29. Senat des BPatG (Beschuß vom 7. November 1990, 29 W (pat) 249/89) für die Dienstleistungsmarke "Champions" keine Schutzhindernisse angenommen habe. Auch bestehe kein Freihaltebedürfnis der Mitwettbewerber, da weder Pflanzenschutzmittel als "Champions" bezeichnet würden noch Spitzensportler als Hersteller oder Abnehmer dieser Waren in Betracht kämen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle sowie auf die Schriftsätze der Anmelderin Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig und hat auch in der Sache Erfolg. Nach Auffassung des Senats stehen der Eintragung der für die Ware "Fungizide, Herbizide, Insektizide, Pestizide" angemeldeten Bezeichnung "CHAMPION" keine Schutzhindernisse im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 und Nr 2 MarkenG entgegen.

Der Senat teilt die Auffassung der Anmelderin, daß es sich bei dem Wort "CHAMPION" in Bezug auf die angemeldeten Waren nicht um eine freihaltebedürftige beschreibende Angabe im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG handelt. Auch der Senat geht davon aus, daß das englische Wort "Champion" nicht nur als Synonym für "Meister in einer Sportart/Spitzensportler" in den deutschen Sprachgebrauch übernommen worden ist, sondern daß "Champion" auch den im Inland angesprochenen allgemeinen Verkehrskreisen in anderem Zusammenhang ohne weiteres als Synonym für der "Beste, Sieger" als Aussage über die Spitzenstellung einer Person geläufig ist. Soweit die Markenstelle jedoch darüber hinaus in "CHAMPION" auch eine Werbeaussage sieht, die die Ware selbst als "Sieger" bzw "der Beste" personifiziert und deshalb auch in Alleinstellung als warenbeschreibende Qualitätsangabe freihaltebedürftig sei, teilt der Senat diese Auffassung jedenfalls im Hinblick auf die angemeldeten Waren nicht.

Es trifft zwar zu, daß auch das Wort "Champion" im Zusammenhang mit Werbeaussagen wie "Computer für Champions" als warenanpreisende Angabe üblich ist (vgl hierzu Rothfuss, Wörterbuch der Werbesprache "Champions"). Aus der Aussage "... für Champions" kann jedoch nicht abgeleitet werden, daß die als Spitzenzeugnis angepriesene Ware selbst als "Champion" bezeichnet wird. Denn es wird lediglich ein Qualitätsbezug hergestellt, der ebenso wie in der Werbeaussage "...von Champions" nur ausgedrückt, daß es sich um ein von oder für Champions hergestelltes Spitzenzeugnis handelt, ohne daß die Ware selbst mit der Bezeichnung als "Champion" in der Bedeutung von "der Beste, Sieger usw" personifiziert wird oder wie bei einer Verwendung im Kontext eines Werbeslogans gleichgesetzt wird. Dies mag bei einer auch im Internet nachweisbaren Verwendung von "Champion" in Wortverbindungen wie "Edition Champion", "Energie-Champion" oder "Champion Server" so sein, ist aber vorliegend nicht zu entscheiden.

Im übrigen kann der Senat - unabhängig davon, ob ein mit "Champion" gebildetes Werbewort bzw ein Werbeslogan oder der Gebrauch von "Champion" in Alleinstellung für andere als die angemeldeten Waren zB für Sportartikel als beschreibend

und freihaltebedürftig wären - trotz einer durchgeführten Internet-Recherche jedenfalls für den vorliegend maßgeblichen Warenbereich der "Fungizide, Herbizide, Insektizide und Pestizide" keine hinreichenden Umstände feststellen, welche die Annahme eines Eintragungshindernisses nach § 8 Abs 2 Ziff 2 MarkenG rechtfertigen. Denn hiernach wäre erforderlich, daß der Verkehr in "CHAMPION" in Alleinstellung eine für die Waren "Fungizide, Herbizide, Insektizide und Pestizide" unmittelbar beschreibende Angabe über deren Art, Beschaffenheit, Menge, Bestimmung, Wert, geographische Herkunft, Zeit oder Herstellung sehen würde oder jedenfalls eine hiermit im Zusammenhang stehende Bezeichnung "sonstiger Merkmale" dieser Waren, die für den Warenverkehr wichtige und für die umworbenen Abnehmerkreise irgendwie bedeutsame Umstände beschreiben (vgl hierzu BGH MarkenR 1999, 400, 402 - FÜNFER; BGH GRUR 1998, 813 - CHANGE; MarkenR 1999, 351, 353 - FOR YOU; Althammer/Ströbele MarkenG, 6. Aufl, § 8 Rdn 114 mit weiteren Hinweisen) und die freihaltebedürftig ist.

Derartige Umstände können aber vorliegend für die angemeldete Bezeichnung in Bezug auf die beanspruchten Waren nicht festgestellt werden, wobei auch keine sicheren und konkreten Anhaltspunkte dafür vorliegen, daß sich in Zukunft eine andere Entwicklung hin zur Verwendung als beschreibende und freihaltebedürftige Angabe abzeichnet. Die lediglich theoretische Möglichkeit einer derartigen künftigen Verwendung vermag dagegen kein Freihaltebedürfnis zu begründen (vgl Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 8 Rdn 70, 75 mit weiteren Hinweisen), zumal ein Interesse der angesprochenen Fachkreise an einer beschreibenden Verwendung einer derartigen Bezeichnung in Alleinstellung, die weder die Art, Charakteristika, Besonderheiten der Ware oder sonstige hiermit im Zusammenhang stehende Umstände konkret erkennen läßt, nach den Gepflogenheiten auf dem vorliegend maßgeblichen Warengbiet eher fernliegend erscheint (vgl hierzu BGH MarkenR 1999, 400, 402 - FÜNFER; BGH BIPMZ 1995, 192, 193 - U-Key; BGH GRUR 1999, 728, 729 - PREMIERE II; HABM GRUR 2000, 52 - BASIC).

Dem angemeldeten Wort "CHAMPION" kann auch die erforderliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 1 Nr 1 MarkenG nicht abgesprochen werden.

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die der Anmeldung zugrundeliegenden Waren gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden und damit die betriebliche Zuordnung dieser Waren zu ermöglichen (vgl MarkenR 1999, 249 251 - YES; GRUR 2000, 720, 721 - Unter Uns). Hierbei wird grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab ausgegangen, das heißt jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft als ausreichend erachtet, um das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG zu überwinden (vgl BGH MarkenR 2000, 50, 51 – Partner with the Best).

Kann einer Wortmarke kein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten fremden Sprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, gibt es keinen tatsächlichen Anhalt für das Fehlen einer Unterscheidungseignung und damit jeglicher Unterscheidungskraft (vgl BGH MarkenR 1999, 349, 351 - YES; BGH MarkenR 1999, 351, 353 - FOR YOU; BGH MarkenR 2000, 50, 51 – Partner with the Best; GRUR 2000, 722, 723 - LOGO).

So ist auch hier. Denn anders als bei einer "bloßen Anpreisung der Ware", einer lediglich werbemäßigen "Aufforderung zum Warenkonsum" (vgl hierzu zB BGH GRUR 1976, 587, 588 - Happy) oder "Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art" (vgl hierzu BGH MarkenR 2000, 48, 49 - Radio von hier; BGH MarkenR 2000, 50, 51 - Partner with the Best), bei denen eine Unterscheidungskraft verneint wird, kann auch bei schlagwortartigen, auf den Kaufentschluß abzielenden Anpreisungen (vgl zB BGH MarkenR 1999, 349, 351 - YES; BGH Mar-

kenR 1999, 351, 354 - FOR YOU), insbesondere wenn es sich um unscharfe Begriffe handelt (vgl BGH GRUR 2000, 722, 723 - LOGO), dann eine Unterscheidungskraft zu bejahen sein, wenn sie erst der Hinzufügung weiterer sinntragender Wörter bedürfen, um einen hinreichend bestimmten Sinngehalt zu vermitteln (vgl hierzu BGH GRUR 1999, 728, 729 PREMIERE II) oder aber - wie hier - eine über das reine Wortverständnis hinausgehende Aussage beinhalten (vgl BGH MarkenR 1999, 351, 354 - FOR YOU; BGH GRUR 2000, 722, 723 - LOGO), die sich erst aus einer weitergehenden Deutung erschließt. In einem derartigen Fall schließen sich nämlich die Werbewirkung einer Angabe und deren Identifizierungsfunktion nicht aus (vgl auch BGH MarkenR 2000, 48, 49 - Radio von hier; BGH GRUR 2000, 722, 723 - LOGO), wenn allerdings andererseits auch die Werbewirksamkeit eines Begriffs nicht regelmäßig für dessen Unterscheidungskraft spricht (vgl zB BGH GRUR 1996, 770, 771 - MEGA; Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 8 Rdn 21).

So stellt sich auch hier das Wort "CHAMPION" - selbst wenn eine werbewirksame Verwendung nicht ausschließlich personenbezogen und auf den Sportbereich beschränkt sein sollte - jedenfalls in Alleinstellung für die angemeldeten Waren als eine eher ungewöhnliche - sogar einen gewissen Phantasieüberschuß aufweisende (vgl hierzu HABM GRUR 2000, 52 – BASIC) - anpreisende Aussage, deren Inhalt in Bezug auf die Waren sich nicht unmittelbar aus dem originären Wortverständnis erschließt und die deshalb trotz der hiermit verbundenen Werbewirkung eine Identifizierungsfunktion, mithin eine Unterscheidungseignung beinhaltet, so daß der angemeldeten Bezeichnung jedenfalls in Bezug auf die angemeldeten Waren Unterscheidungskraft zukommt (vgl auch BGH GRUR 1999, 728, 729 PREMIERE II; BGH GRUR 2000, 722, 723 - LOGO).

Da sich mithin die Verwendung des Wortes "CHAMPION" in Alleinstellung allgemein und für die angemeldeten Waren auch nicht um eine sprachübliche oder verkehrsübliche Bezeichnung erweist, steht der Eintragung auch das Hindernis des

§ 8 Abs 2 Nr 3 MarkenG nicht entgegen (vgl im einzelnen zum Meinungsstand Alt-hammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 8 Rdn 162 ff mit weiteren Nachweisen).

Auf die Beschwerde der Anmelderin waren deshalb die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

Kliems

Brandt

Engels

Pü