

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 291/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 08 517.6

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. Februar 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer, der Richterin Friehe-Wich und des Richters Schwarz

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 14. Juni 2000 aufgehoben.

Gründe

I.

Zur Eintragung als Wortmarke für "Magnetaufzeichnungsträger, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsträger, Computer; Druckereierzeugnisse, Schreibmaschinen und Büroartikel, Unterrichtsmittel; Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten; Telekommunikation; Ausbildung; Rechtsberatung und -vertretung, wissenschaftliche und industrielle Forschung, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, Unternehmensberatung" angemeldet ist die Bezeichnung

FAME

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch Beschluß eines Beamten des höheren Dienstes die Anmeldung wegen bestehenden Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, die angemeldete Bezeichnung stelle nur einen werblich-beschreibenden Hinweis darauf dar, daß die so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen Ruhm bzw einen (guten) Ruf erworben hätten.

Gegen diesen Beschluß richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie meint, im allgemeinen Sprachgebrauch würden die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht mit einem Hinweis auf ihren Ruhm oder ihre Berühmtheit bezeichnet. Es sei anzuzweifeln, ob der englische Begriff "FAME" vom inländischen Verkehr ver-

standen werde und ob sich der Verkehr überhaupt Gedanken über die Bedeutung dieses Begriffs mache. Der Begriff "FAME" weise zu den angebotenen Waren und Dienstleistungen keinen Bezug auf. Er besage nichts über die Art, Beschaffenheit oder Bestimmung der Produkte. Demzufolge sei er auch nicht als beschreibende Angabe freihaltebedürftig. Auch andere Schutzhindernisse stünden der Eintragung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht entgegen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und begründet, weil der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung als Marke für die beanspruchten Waren weder ein Freihaltebedürfnis als beschreibende Angabe nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG noch ein sonstiges Hindernis entgegensteht.

Insbesondere ist der Ausdruck "FAME" nicht geeignet, im Verkehr zur Bezeichnung von Eigenschaften der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen wie Art, Beschaffenheit, Bestimmung oder Wert zu dienen, noch wird er insoweit als Qualitätsangabe üblicherweise verwendet oder verstanden. Von der Bestimmung des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG werden jedoch nur Ausdrücke erfasst, die einen Warenbezug aufweisen, also die in der Bestimmung im einzelnen angeführten Angaben, sonstige Merkmale der Waren oder unmittelbar mit ihr in Beziehung stehende Umstände bezeichnen (BGH MarkenR 1999, 351, 353 – FOR YOU). Das Wort "FAME" ist mithin im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht freihaltebedürftig.

Das Wort "fame" hat im Englischen in erster Linie die Bedeutung von "Ruhm, Berühmtheit" im Sinne von "public estimation of a person or a thing; general recognition for outstanding achievement; recognition of an unfavorable kind" (Webster's Third New International Dictionary, 1986); es bezeichnet damit in erster Linie, aber nicht ausschließlich eine erworbene, positive Anerkennung in der öffentlichen Meinung. Zumeist wird der Begriff "fame" auf Personen bezogen, so zB in den Kombi-

nationen "literary fame", "political fame" (vgl Duden/Oxford Großwörterbuch Englisch, 1990); er wird vor allem im Zusammenhang mit darstellenden Künstlern oder Sportlern gebraucht, so zB im Ausdruck "to be of Hollywood fame" = "ein Hollywoodstar sein" (vgl Pons Großwörterbuch Englisch/Deutsch, 2001) oder in den Kombinationen "walk of fame" oder "hall of fame", wo es jeweils um die Würdigung berühmter Personen geht. Dagegen ist der Begriff "fame" praktisch nicht in Bezug auf Gegenstände zu finden.

Hinzu kommt, dass selbst für die Verbraucher, denen das nicht zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörende Wort "fame" bekannt ist, diesem allein keine beschreibende Angabe entnehmen (zumal es im übrigen ja nicht nur positive, sondern auch negative Bedeutung haben kann); hierzu bedarf es vielmehr erläuternder Angaben, aus denen sich ergibt, auf welche Tatsachen sich der Ruf der so gekennzeichneten Erzeugnisse gründet. In Alleinstellung ist die angemeldete Bezeichnung damit zur unmittelbaren Beschreibung der Beschaffenheit der Waren und Dienstleistungen nicht geeignet (vgl BGH BIPMZ 2002, 85 – INDIVIDUELLE; GRUR 1997, 627 – à la carte).

Die angemeldete Marke entbehrt auch nicht jeglicher Unterscheidungskraft, weil sie - wie oben ausgeführt - weder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt vermittelt noch ein bekanntes und gebräuchliches englischsprachiges Wort darstellt, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als betriebliches Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl BGH GRUR 2001, 1150 – LOOK; GRUR 1998, 813 – CHANGE). Insbesondere ist "FAME" nicht mit Anpreisungen der Spitzenstellung gleichzusetzen, die wegen ihrer allgemein verständlichen Bedeutung als nicht schutzfähig erachtet worden sind wie "Supreme" (27 W (pat) 211/96 vom 11. August 1998), "legendär" (29 W (pat) 84/94 vom 11. Oktober 1995), "Die Legende" (26 W (pat) 64/98 vom 7. Juli 1999) oder "Prestige" (28 W (pat) 183/96 vom 16. April 1997).

Nach alledem war der angefochtene Beschluss aufzuheben.

Dr. Schermer

Schwarz

Friehe-Wich

Pü