



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 131/02

(Aktenzeichen)

Verkündet am
26. Februar 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 49 906.7

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 26. Februar 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Beim Deutschen Patent- und Markenamts soll die Bezeichnung

fancy

für die Waren

"Möbel, Spiegel, Rahmen"

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 20 hat diese Anmeldung zurückgewiesen, da sie eine freihaltebedürftige und nicht unterscheidungskräftige Angabe sei. "fancy" bedeute in der englischen Sprache als Substantiv soviel wie "Phantasie" und als Adjektiv soviel wie "phantastisch, phantasievoll, einfallsreich, ausgefallen". Damit weise die angemeldete Bezeichnung in Bezug auf die beanspruchten Waren unmittelbar auf deren Art, Zweck und Anwendungsgebiet hin. Sie besage nämlich, daß die beanspruchten Waren besonders phantasievoll, einfallsreich und ausgefallen und insoweit von besonderer Qualität seien. Dieser beschreibende Inhalt werde von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres erkannt, denn zum einen sei das Wort "fancy" in Wortzusammensetzungen wie Fancycocktail, Fancydrink und Fancywork in die deutsche Sprache eingegangen, zum anderen bezeichne es in Alleinstellung eine musikalische Phantasie sowie eine spezielle

Flanellart und werde zudem auf zahlreichen deutschen Internetseiten verwendet. Die Mitkonkurrenten hätten deshalb an der freien und ungehinderten Verwendung dieser Bezeichnung ein erhebliches Interesse. Darüber hinaus würden nicht unerhebliche Verkehrskreise der angemeldeten Marke wegen dieses glatt beschreibenden Gehalts keinen betriebskennzeichnenden Charakter entnehmen.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Die angemeldete Bezeichnung sei kein Begriff der deutschen Sprache. Es gebe zwar das englische Wort "fancy", dieses sei jedoch nicht Teil des Grundwortschatzes. Selbst wenn aber Teile der Verkehrskreise das englische Wort "fancy" kennen sollten, so sei dieses nicht warenbeschreibend. "fancy" bedeute nämlich als Substantiv soviel wie "Einbildungskraft, Phantasie, Vorliebe, Neigung, Laune, Einfall". Diese Begriffsgehalte ließen allenfalls undeutliche Überlegungen zu, es handle sich dabei aber nicht um unmittelbar beschreibende Angaben. Auch wenn man "fancy" als Adjektiv erkenne, sei die angemeldete Marke nicht unmittelbar beschreibend, denn die Bezeichnung "fancy" werde in der englischen Sprache mit weiteren Zusätzen kombiniert (a fancy big car, fancy prices, he fancies that car) und nicht in Alleinstellung verwendet. Selbst wenn das Wort "fancy" in Verbindung mit weiteren Bestandteilen in einem deutschen Wörterbuch auftauche, so bedeute dies nicht, daß es in Alleinstellung für andere Waren nicht eintragbar sei.

II.

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet, denn der angemeldeten Bezeichnung fehlt jedenfalls die gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die der Anmeldung zugrundeliegenden Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Un-

ternehmen aufgefaßt zu werden. Hierbei ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden, zumal der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, und es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Einer Wortmarke kann danach eine ausreichende Unterscheidungskraft zugesprochen werden, wenn ihr kein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden kann und es sich auch nicht lediglich um einen vielfach gebräuchlichen allgemeinen Ausdruck und Sachhinweis handelt (vgl BGH WRP 1998, 495 – TODAY; MarkenR 1999, 349 – YES).

Danach steht der begehrten Eintragung das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegen. Ein ganz überwiegender und damit markenrechtlich relevanter Teil des angesprochenen Verkehrs wird der Bezeichnung "fancy" im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren keinen betrieblichen Herkunftshinweis, sondern lediglich einen allgemeinen Sachhinweis entnehmen. Das aus der englischen Sprache stammende Wort "fancy" bedeutet als Substantiv soviel wie "Phantasie, (individueller) Geschmack" und als Adjektiv soviel wie "phantastisch, ausgefallen" (vgl Langenscheidts Großwörterbuch "Der Kleine Muret-Sanders", Englisch-Deutsch, 1985, S 370). In dieser Bedeutung stellt die angemeldete Bezeichnung keinen hinreichend unternehmenskennzeichnenden Hinweis dar, sondern beschreibt lediglich die Eigenschaften der so gekennzeichneten Waren. Gerade auch auf dem vorliegenden Warengbiet stehen eher konservativ und konventionell ausgestaltete Möbel, Spiegel und Rahmen solchen gegenüber, die sowohl in Form als auch Farbgebung ungewöhnlich gestaltet sind. So kann ein Spiegelrahmen glatt, schlicht und einfarbig und damit gewissermaßen konventionell, aber auch bunt und phantasievoll gestaltet sein. Entsprechendes gilt für Möbel. Die angemeldete Bezeichnung ist zudem in den Wortverbindungen "Fancycocktail", "Fancydrink" und "Fancywork" bereits in die deutsche Sprache eingegangen, worauf schon die Markenstelle zutreffend hingewiesen hat. Zu diesen lexikalischen Nachweisen kommen die auch zum Gegenstand der mündlichen Ver-

handlung gemachten (vgl auch Althammer/Ströbele, MarkenR, 6. Aufl, § 78 Rdnr 8 f) Internetauszüge, die die beschreibende Verwendung des Begriffs "fancy" auf den unterschiedlichsten Warengelieten belegen (www.fancy riding.de: Ausrüstungen und Accessoires für Pferd und Reiter; www.marius-cocktails.de: Cocktails and More - The Fancy Drinks: Fancy Drinks enthalten meist ...; www.fancyhighheels.de: Hallo liebe Fancy High Heels Kunden...; www.informatik.uni-siegen.de: Fancy Mail Splitting; www.biologie.uni-hamburg.de: Fancy Fruits). Das Publikum ist sonach an die Verwendung des Begriffs "fancy" (iSv "ausgefallen" etc) in der Werbung gewöhnt. Da die Berücksichtigung einer phantasievollen, ausgefallenen Ausgestaltung im Hinblick auf sämtliche beanspruchten Waren sinnvoll ist, wird der angesprochene inländische, durchschnittlich informierte und verständige Verbraucher, auf dessen Verständnis es allein ankommt (BGH WRP 2000, 535 – ATTACHÉ/TISSERAND), die angemeldete Bezeichnung regelmäßig nur als übliche, sachbezogene Information, nicht aber als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen auffassen.

Damit war der Beschwerde der Erfolg zu versagen.

Albert

Reker

Eder

Bb