



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 194/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die IR-Marke 675 063

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 3. August 2004 durch den Vorsitzenden Richter Winkler, die Richterin Pagenberg und den Richter Kätker

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Markeninhaberin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 35 IR vom 1. September 1999 und vom 11. April 2003 aufgehoben.

Gründe

I

Die Inhaberin der IR-Wortmarke 675 063

THE IMPRECISION CLUB

begehrt Markenschutz in Deutschland für die registrierten Waren und Dienstleistungen

- 14 Montres et leurs parties, y compris boîtes, cadrans et bracelets de montres.
- 16 Journaux et magazines.
- 35 Organisation de compilations et d'échanges d'informations, transmission aux membres de telles informations concernant principalement les produits de la société Swatch.

Die Markenstelle für Klasse 35 hat der Marke den Schutz in der Bundesrepublik Deutschland durch die Beschlüsse vom 1. September 1999 und vom 11. April 2003 wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft und Bestehens eines Freihaltungsbedürfnisses versagt. Unter Bezugnahme auf die zum damaligen Zeitpunkt geltende Spruchpraxis hat die Markenstelle im Erstbeschluss ausge-

führt, dass es sich um einen beschreibenden Werbespruch ohne jegliche betriebskennzeichnende Eigenart handele, der dem maßgeblichen deutschsprachigen Publikum auch verständlich sei. Er bestehe aus dem geläufigen Wort "CLUB" und dem Markenwort "IMPRECISION", dem der ohne weiteres ersichtliche Ausdruck "Unpräzision" innewohne. Der Verbraucher werde den Sinngehalt der Marke erfassen und mit den Worten "Der Klub der Unpräzisen", "Der Klub der Unpünktlichen" oder mit "Der Ungenauigkeitsklub" übersetzen. Zwar komme dem Spruch "THE IMPRECISION CLUB" in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich eine übertragene Bedeutung zu. Dem Werbespruch könne aber die Anspielung entnommen werden, dass mit den Waren und Dienstleistungen dem Mangel der Unpünktlichkeit oder der Ungenauigkeit entgegengewirkt werden könne. Der Slogan laufe damit auf eine eindeutige, konkrete Sachinformation hinaus. Zudem bezeichne er die angesprochene Zielgruppe derjenigen, die Probleme mit oder ein besonderes Interesse an Pünktlichkeit bzw. Genauigkeit hätten. Die Schutzgewährung in verschiedenen anderen europäischen Ländern stehe nicht entgegen, da es auf das Verständnis des inländischen Publikums ankomme, wobei eine gewisse Übung im Verständnis fremdsprachiger Slogans durch die ständige Werbepaxis berücksichtigt werden müsse. Im Erinnerungsbeschluss ist die Schutzverweigerung mit der Begründung bestätigt worden, die Marke sei aus einfachen englischen Wörtern gebildet. Es könne daher erwartet werden, dass die angesprochenen Verkehrskreise, die schon früh an die englische Sprache gewöhnt seien, den englischen Ausdruck ohne weiteres mit der deutschen Bedeutung von "Der Club der Unpünktlichen" übersetzen und in seinem beschreibenden Inhalt erkennen werden. Die Marke wirke auf die angesprochenen Verkehrskreise nur als werbliche Aussage in der Gestalt eines Werbeslogans mit beschreibendem Bedeutungsinhalt, der auch nach der neueren Rechtsprechung zur Beurteilung von Werbeslogans eine schutzunfähige beschreibende Sachausgabe darstelle. Der Erinnerungsprüfer hat hierzu ergänzend auf die Ausführungen im Parallelverfahren der IR-Marke 675 061 "CLUB DER UNPÜNKTlichen" verwiesen. Es bestehe ein Freihaltebedürfnis zu Gunsten der Mitbewerber, die den

Slogan benötigten, um die Produkte im Inland zweisprachig zu bewerben und sich beim Im- und Export der englischen Sprache werbemäßig zu bedienen.

Die Markeninhaberin hat Beschwerde eingelegt. Sie beantragt sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sachverhalts und der Gründe wird in vollem Umfang auf den im Parallelverfahren 33 W (pat) 193/03 ergangenen Beschluss des Senats vom selben Tag verwiesen und Bezug genommen. Die Gesichtspunkte, die in dem genannten Verfahren zur Schutzbewilligung der Wortfolge "CLUB DER UNPÜNKTLICHEN" für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen geführt haben, gelten in noch stärkerem Maße, wenn die Wortfolge dem Verkehr in einer englischen Version entgegentritt, bei der die Klubbezeichnung mit dem abstrakten Begriff der Ungenauigkeit gebildet ist. Abgesehen davon, dass es sich bei "imprecision" nicht um ein einfaches englisches Wort handelt (vgl. Langenscheidts Grundwortschatz Englisch, 1999, 358 Register; Klett, Grund- und Aufbauwortschatz, 1977, 230 Register; Collins The Times English Dictionary & Thesaurus, 2000, 595) und "unpünktlich" bzw. "Unpünktlichkeit" im Englischen "unpunctual" bzw. "lack of punctuality" heißt (DUDEN OXFORD Großwörterbuch Englisch, 1990, 1550 und 369), ist bereits fraglich, ob ein beachtlicher Teil des angesprochenen breiten Publikums die Marke "THE IMPRECISION CLUB" überhaupt übersetzt und ihr eine produktbeschreibende Aussage entnimmt. Der Verkehr erwartet in der Regel, dass zur Beschreibung positive Eigenschaften oder Merkmale werblich herausgestellt werden. In dem für die betroffenen Waren und Dienstleistungen negativ besetzten Begriff "IMPRECISION" als Teil einer Klubbezeichnung sieht der Verkehr - sofern er dessen Bedeutung versteht - keine ernsthafte Sachinformation, sondern allenfalls eine ungewöhnliche, ironisch gemeinte und damit schutzbegründende Anspielung. Die Frage kann im übrigen dahingestellt bleiben, weil schon die deutsche Übersetzung "Der Ungenauigkeitsklub" - ebenso wie die von der Markenstelle herangezogene Fassung "Der Klub der Un-

pünktlichen" keine die eingetragenen Waren oder Dienstleistungen beschreibende Sachaussage beinhaltet, insbesondere keine verkehrsrelevante Zielgruppe bezeichnet und die Wortfolgen auch nicht aus sonstigen Gründen freizuhalten sind.

Winkler

Kätker

Pagenberg

Cl