

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 177/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 70 040.0

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 8. August 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dipl.-Ing. Hellebrand, des Richters Albert und der Richterin Friehe-Wich

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patentamts vom 17. Juni 1999 aufgehoben.

Gründe

I

Die Darstellung

siehe Abb. 1 am Ende

soll für "Bekleidungsstücke, einschließlich Strumpfwaren, Miederwaren, Badebekleidung, Nacht- und Unterwäsche, Schuhwaren, insbesondere Hausschuhe" als Marke geschützt werden.

Die Markenstelle für Klasse 25 des Patentamts hat durch eine Beamtin des höheren Dienstes die Anmeldung als beschreibende, nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, daß die aus dem Englischen stammenden Wörter "Lady" und "Perfect" auch im Deutschen bekannt und geläufig seien. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren sei die Wortfolge "Lady Perfect" eine freizuhaltende Bestimmungsangabe, weil sie darauf hinweise, daß diese Waren für die vollkommene Dame bestimmt seien, was der an englische Ausdrücke in der

Werbung gewöhnte Verkehr ohne weiteres verstehe. Unerheblich sei die Stellung des Adjektivs nach dem Hauptwort: Sowohl im Deutschen ("Aal blau") als auch im Englischen ("Mister Big", "Mister Clean" usw, was lexikalisch zu finden sei) seien solche Wortstellungen bekannt. Es handle sich dabei auch nicht um eine schutzbegründende "Personifizierung", da die Bestimmungsangabe ja gerade den betroffenen Personenkreis angeben solle. Drittzeichen, die die Anmelderin genannt habe, seien mit der Anmeldemarke nicht vergleichbar. Ihr fehle im übrigen auch jegliche Unterscheidungskraft; die graphische Gestaltung erschöpfe sich in werbeüblichen Stilmitteln.

Hiergegen hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie bestreitet nicht, daß die angemeldete Wortfolge mit "Dame vollkommen" übersetzt werden könne, hält dies aber nicht für eine beschreibende (Bestimmungs-)Angabe. Selbst wenn man den Begriff mit "vollkommene Dame" übersetzen wolle, werde daraus keine Bestimmungsangabe, da es, wie jedermann wisse, keine unterschiedlichen Warenarten für "vollkommene Damen, für Putzfrauen, für Bauersfrauen usw" gebe. Deshalb könne für eine solche nicht ernst zu nehmende Sachaussage auch kein Freihaltungsbedürfnis bestehen, schon gar nicht für den englischen Ausdruck. Die Anmeldung sei auch unterscheidungskräftig, und zwar schon ihrer besonderen graphischen Gestaltung wegen.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II

Die Beschwerde mußte in der Sache Erfolg haben, da der Eintragung der angemeldeten Marke die Vorschriften des Markengesetzes (§ 8 Abs 2 Nr 1 und 2) nicht entgegenstehen.

Eine eindeutige und gängige warenbeschreibende Angabe kann in der angemeldeten Marke nicht gesehen werden. Es ist - im Hinblick auf die Anforderungen, die der Bundesgerichtshof in jüngerer Zeit an das Vorliegen eines Freihaltungsbedürfnisses stellt (vgl zB MarkenR 1999, 351 "FOR YOU"), nicht einmal sicher, ob die Angabe "vollkommene Dame" als Bestimmungsangabe im Sinne des Markengesetzes gewertet werden könnte. Aber im vorliegenden Fall geht es gar nicht um diese Bezeichnung, sondern um die Wortfolge "Lady Perfect", die überdies noch graphisch ausgestaltet ist. Zunächst ist festzuhalten, daß die Nachstellung des Adjektivs nicht sprachüblich ist, weil es nach den gängigen Grammatikregeln "perfect lady" heißen müßte. Daran ändert auch nichts der Hinweis der Markenstelle auf die angebliche Üblichkeit solcher Wortstellungen (im Deutschen und im Englischen). Es liegt auf der Hand, daß es sich bei der genannten Wortfolge "Aal blau" um einen Spezialausdruck handelt, der gerade nicht die Sprachgepflogenheiten beeinflußt (- niemand sagt statt "grüner Wald" oder "rotes Kleid" etwa "Wald grün" und "Kleid rot"). Auch die englischen Wortbildungen "Mr. Clean", "Mr. Big" usw bedeuten nicht, daß man im Englischen Adjektive wahlweise auch dem Substantiv nachstellen könnte; vielmehr handelt es sich dabei durchaus um eine Art "Personifizierung" einer beschreibenden Angabe, die im Markenbereich im übrigen regelmäßig als noch phantasievoll und damit schutzfähig angesehen wird. Dies gilt zB gerade für die von der Markenstelle genannten Ausdrücke "Mister Clean" und "Mister Big", die beide als Marken eingetragen sind (2 104 078, IR 690 725 bzw 397 61 786 und 2 099 081). Im übrigen zeigt ein Blick ins Markenlexikon, daß eine große Zahl von Marken registriert ist, die aus dem Wort "Mister", "Lady" oder "Miss" sowie einer nachgestellten beschreibenden Angabe bestehen. Im Hinblick auf diese Umstände

kann also nicht gesagt werden, daß es sich bei der angemeldeten Wortfolge um eine gängige warenbeschreibende Angabe handele, weshalb daran auch ein relevantes Freihaltungsbedürfnis nicht bestehen kann; dies gilt erst recht für die konkrete graphische Ausgestaltung, die den Schutzbereich einer Marke regelmäßig bestimmt und beschränkt (vgl BGH BIPMZ 1991, 26 "NEW MAN").

Das Gesagte gilt auch für die Frage der Unterscheidungskraft, die nicht verneint werden kann. Die Verbindung einer eher ungewöhnlichen sprachlichen Formulierung - mag diese letztlich auch aus beschreibenden Angaben zusammengesetzt sein - mit graphischen Elementen verleiht der Anmeldung jedenfalls insgesamt einen Charakter, der es nicht nahelegt, darin ausschließlich eine beschreibende Angabe zu sehen. Selbstverständlich (vgl BGH aaO "NEW MAN") ermöglicht eine Eintragung es der Anmelderin nicht, aus Einzelementen der Marke Rechte herzuleiten.

Unter Aufhebung des angefochtenen Beschlusses war der Beschwerde sonach stattzugeben.

Hellebrand

Friehe-Wich

Albert

Mr/Hu

Abb. 1

