



# Bundespateamtgericht

32 W (pat) 122/04

---

(AktENZEICHEN)

## Beschluss

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 303 43 137.7**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Richters Viereck als Vorsitzenden sowie der Richter Dr. Albrecht und Kruppa am 6. Juli 2005

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluß des Deutschen Patent- und Markenamts - Markenstelle für Klasse 41 - vom 1. April 2004 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Die am 27. August 2003 angemeldete Wortmarke

Ambassadors Club

ist für die Dienstleistungen

"sportliche und kulturelle Aktivitäten"

bestimmt.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung mit Beschluß einer Beamtin des gehobenen Dienstes vom 1. April 2004 als unmittelbar beschreibende und nicht unterscheidungskräftige Angabe von der Eintragung zurückgewiesen. Die sprachüblich gebildete Wortfolge bezeichne die beanspruchten Dienstleistungen nach Art und Erbringung dahingehend, daß diese von irgendeinem "Ambassadors Club" (= Botschafter Club) erbracht würden und für Mitglieder eines derartigen Clubs bestimmt seien. Dem Beschluß war der Ausdruck einer Seite mit Internet-Suchergebnissen (Google) beigefügt.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie ihr Eintragungsbegehren weiter verfolgt. Unter Bezugnahme auf ihr Vorbringen im patentamtlichen Verfahren und einige Internet-Ausdrucke vertritt sie die Ansicht, die angemeldete Bezeichnung werde im deutschen Raum nicht umfänglich gebraucht und weise exklusiv auf die Vereinigung hin, zu deren Gunsten die Markeneintragung erfolgen solle.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Inhalt der Amts- und Gerichtsakten Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig (§ 165 Abs 4 MarkenG in der bis zum 31. Dezember 2004 geltenden Fassung) und begründet, weil einer Eintragung der angemeldeten Marke keine Schutzhindernisse nach § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

1. Die Bezeichnung "Ambassadors Club" entbehrt für die beanspruchten Dienstleistungen nicht jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG). Unter dieser versteht man die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Hauptfunktion einer Marke ist es, die Ursprungsidentität der so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten. Zur Beurteilung der Unterscheidungskraft ist eine auf den Einzelfall bezogene sorgfältige und gründliche Prüfung - seitens der Markenstelle ebenso wie in der Beschwerdeinstanz - erforderlich (EuGH GRUR 2003, 604 - Libertel, Rdn 59; GRUR 2004, 674 - KPN Postkantoor, Rdn 123). Kann einer Marke kein für die fraglichen Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und/oder handelt es sich nicht um ein gebräuchliches Wort (bzw eine Wortfolge)

der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so liegen keine ausreichenden Anhaltspunkte dafür vor, daß ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr.; vgl BGH BIPMZ 2002, 85 - INDIVIDUELLE; 2004, 30 - Cityservice).

Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist auf das Verständnis der mit der Marke angesprochenen Verkehrskreise abzustellen. Die beanspruchten Dienstleistungen "sportliche und kulturelle Aktivitäten" richten sich (generell) an ein breites Publikum, nicht aber speziell an Fachkreise im diplomatischen Dienst. Das allgemeine inländische Publikum wird zwar teilweise in der Lage sein, den englischsprachigen Begriff "Ambassadors Club" zu übersetzen (im Sinne von Botschafterclub oder Vereinigung von Botschaftern), aber weitgehend nicht zu der Annahme gelangen, die betreffenden Dienstleistungen richteten sich nur an die Zielgruppe der Botschafter im eigentlichen Sinn (d.h. an Vertreter auswärtiger Staaten oder sonstige Diplomaten). Weit näher liegt die Vorstellung, die betreffende Bezeichnung sei nur gewählt worden, um (mittelbar) ein exklusives Flair hervorzurufen. Dazu mag auch beitragen, daß es in der Vergangenheit einen Ambassador Club (abgekürzt AC) bereits gegeben hat - und möglicherweise in einigen Ländern noch gibt -, wobei es sich um einen 1956 in der Schweiz gegründeten Internationalen Herrenclub handelte (vgl Brockhaus Enzyklopädie, Bd 1, 20. Aufl, S 488). Der angemeldeten Bezeichnung kommt somit die Eignung zu, auf die Herkunft der betreffenden Dienstleistungen aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb hinzuweisen. Die Vorstellung, mehrere inländische Vereinigungen würden sich - unabhängig voneinander - so benennen, liegt nicht wirklich nahe.

2. Einer Eintragung der angemeldeten Bezeichnung steht auch nicht das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen. Nach dieser Bestimmung sind nur solche Marken von der Registrierung ausgeschlossen, welche ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung u.a. der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Dienstlei-

stungen dienen können. Zwar kann aufgrund der vorliegenden Internet-Belege - auch soweit diese von der Anmelderin selbst eingereicht wurden - nicht zweifelhaft sein, daß es weltweit ganz unterschiedliche Vereinigungen und Einrichtungen gibt, die sich Ambassadors Club - z.T. mit Zusätzen - nennen. Daß diese aber - ausschließlich oder vorwiegend - Botschafter als Mitglieder aufnehmen würden und nicht (auch) sonstige angesehene und/oder zahlungskräftige Personen, ist in keiner Weise belegt. Etwaige Mitbewerber der Anmelderin - soweit sich deren Angebote tatsächlich exklusiv an Diplomaten richten sollten - benötigen zudem nicht gerade diese englischsprachige Bezeichnung. Das der Regelung des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG zugrunde liegende Allgemeininteresse an einer Freihaltung von Monopolrechten läßt sich nicht mit der gebotenen Sicherheit feststellen.

Viereck

Dr. Albrecht

Kruppa

Hu