



# BUNDESPATEENTGERICHT

26 W (pat) 19/09

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 306 40 146.0**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 23. September 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wissemann sowie der Richter Reker und Lehner

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts für Klasse 38 vom 3. November 2006 und vom 21. Dezember 2007 im Umfang ihrer Zurückweisung aufgehoben.

## **Gründe**

### **I**

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die für zahlreiche Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 38 und 41 angemeldete Wortmarke 306 40 146

## **TRUMAN**

in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, teilweise zurückgewiesen, und zwar für die Waren/Dienstleistungen

„Bespielte magnetische, optische, magneto-optische, elektronische Bildträger (belichtet) sowie Tonträger und Datenspeicher, insbesondere CDs, CD-ROMs, CDi`s, MP3s, DVDs, Disketten, jeweils auch zur digitalen Datenübertragung; Videobänder; Schallplatten; Magnetaufzeichnungsträger; elektronische Publikationen jeder Art (herunterladbar); Druckereierzeugnisse, ausgenommen Geschichtsbücher; Kalender; Fotografien; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Unterhaltung, insbesondere Rundfunk-, Fernseh- und Internetunterhaltung und Unterhaltung

über sonstige drahtlose oder leitungsgebundene Netze; Erziehung; Ausbildung; kulturelle Aktivitäten“.

Zur Begründung wurde ausgeführt, im Umfang ihrer Zurückweisung weise die angemeldete Marke keine für eine Eintragung hinreichende Unterscheidungskraft auf; zudem bestehe ein Freihaltebedürfnis an der verfahrensgegenständlichen Bezeichnung. Mit dem Begriff „TRUMAN“ verbinde nämlich der angesprochene Verkehr einen sachbeschreibenden Hinweis auf den ehemaligen Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika Harry S. Truman, in dessen Amtszeit bedeutende weltgeschichtliche Ereignisse wie der Atombombenabwurf auf Hiroshima und Nagasaki gefallen seien. Dieses Verkehrsverständnis gründe auf der Erfahrung, dass bekannte Politiker üblicherweise nicht mit ihrem vollen Namen, sondern nur mit ihrem Nachnamen bezeichnet würden. Der beschreibende Gehalt der Prüfmarke zeige sich auch in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen, da diese geeignet seien, sich inhaltlich mit der Person und dem politischen Schaffen des ehemaligen US-Präsidenten auseinanderzusetzen bzw. solches zum Gegenstand zu haben.

Soweit die Markenmeldung zurückgewiesen wurde, wendet sich hiergegen die Anmelderin mit ihrer Beschwerde, wobei sie im Beschwerdeverfahren die Anmeldung der Marke „TRUMAN“, soweit für das Beschwerdeverfahren noch erheblich, auf folgende Waren/Dienstleistungen beschränkt hat:

„Klasse 09: Mit Musik oder Hörbüchern, nämlich Kinder-, Kriminal- und Romanhörbüchern, oder elektronischen Katalogen oder Atlanten oder Stadtkarten oder Enzyklopädien oder Presseerzeugnissen, nämlich Frauenbücher, Frauenmagazine, Männerbücher, Männermagazine, Jugendbücher, Jugendmagazine, Kinderbücher, Kinderzeitschriften, Elternbücher, Elternmagazine, Ratgeberbücher, Ratgebermagazine, Modebücher, Modemagazine, Lifestyle-Bücher, Lifestyle-Magazine, Designbücher, Designmagazine, People-Maga-

zine, Gesellschaftsmagazine, Musik-Bücher, Musik-Magazine, Star-Magazine, Beauty-Magazine, Styling-Magazine, Entertainment-Magazine, Wohn- und Garten-Bücher, Wohn- und Garten-Magazine, Auto- und Motor-Bücher, Auto- und Motor-Zeitschriften, Sportbücher, Sportmagazine, Kochbücher, Kochzeitschriften, Gesundheitsbücher, Gesundheitsmagazine, Ernährungsbücher, Ernährungsmagazine, General-Interest-Magazine, Stadtführer, Reisebücher, Reisemagazine, Wissensbücher, Wissensmagazine, populärwissenschaftliche Bücher, populärwissenschaftliche Magazine, Naturbücher, Naturzeitschriften, Tierbücher, Tiermagazine, Architekturbücher, Architekturmagazine, Computerbücher, Computerzeitschriften, IT-/Telekommunikationsbücher, IT-/Telekommunikationszeitschriften, Wirtschaftsbücher, Wirtschaftszeitschriften, Reportagemagazine, Wochenzeitschriften zu Gesellschaft und Politik, Satire-Bücher, Satire-Magazine, Kunstbücher, Kunstmagazine, Fernseh-Zeitschriften, Kino-, Video-, Audio-Zeitschriften, Stadtmagazine, Veranstaltungsmagazine, Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Wirtschaftszeitungen, Regionalzeitungen, Kleinanzeigen-Zeitungen oder Kundenmagazine, bespielte magnetische, optische, magneto-optische, elektronische Bildträger (belichtet), Tonträger und Datenspeicher, insbesondere CDs, CD-ROMs, CDi`s, MP3s, DVDs, Disketten, Videobänder, Schallplatten und Magnetaufzeichnungsträger;

Elektronische Publikationen jeder Art (herunterladbar), nämlich Kataloge, Atlanten, Stadtkarten, Enzyklopädien, Frauenbücher, Frauenmagazine, Männerbücher, Männermagazine, Jugendbücher, Jugendmagazine, Kinderbücher, Kinderzeitschriften, Elternbücher, Elternmagazine, Ratgeberbücher, Ratgebermagazine, Modebücher, Modemagazine, Lifestyle-Bücher, Lifestyle-Magazine, Designbücher, Designmagazine, People- Magazine, Gesellschaftsmagazine, Musik-

Bücher, Musik-Magazine, Star-Magazine, Beauty-Magazine, Styling-Magazine, Entertainment-Magazine, Wohn- und Garten-Bücher, Wohn- und Gartenmagazine, Auto- und Motor-Bücher, Auto- und Motor-Zeitschriften, Sportbücher, Sportmagazine, Kochbücher, Kochzeitschriften, Gesundheitsbücher, Gesundheitsmagazine, Ernährungsbücher, Ernährungsmagazine, General-Interest-Magazine, Stadtführer, Reisebücher, Reisemagazine, Wissensbücher, Wissensmagazine, populärwissenschaftliche Bücher, populärwissenschaftliche Magazine, Naturbücher, Naturzeitschriften, Tierbücher, Tiermagazine, Architekturbücher, Architekturmagazine, Computerbücher, Computerzeitschriften, IT-/Telekommunikationsbücher, IT-/Telekommunikationszeitschriften, Wirtschaftsbücher, Wirtschaftszeitschriften, Reportagemagazine, Wochenzeitschriften zu Gesellschaft und Politik, Satire-Bücher, Satire-Magazine, Kunstbücher, Kunstmagazine, Fernseh-Zeitschriften, Kino-, Video-, Audio-Zeitschriften, Stadtmagazine, Veranstaltungsmagazine, Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Wirtschaftszeitungen, Regionalzeitungen, Kleinanzeigen-Zeitungen, Kundenmagazine;

Klasse 16: Druckereierzeugnisse, nämlich Kataloge, Atlanten, Stadtkarten, Enzyklopädien, Frauenbücher, Frauenmagazine, Männerbücher, Männermagazine, Jugendbücher, Jugendmagazine, Kinderbücher, Kinderzeitschriften, Elternbücher, Elternmagazine, Ratgeberbücher, Ratgebermagazine, Modebücher, Modemagazine, Lifestyle-Bücher, Lifestyle-Magazine, Designbücher, Designmagazine, People-Magazine, Gesellschaftsmagazine, Musik-Bücher, Musik-Magazine, Star-Magazine, Beauty-Magazine, Styling-Magazine, Entertainment-Magazine, Wohn- und Garten-Bücher, Wohn- und Gartenmagazine, Auto- und Motor-Bücher, Auto- und Motor-Zeitschriften, Sportbücher, Sportmagazine, Kochbücher, Kochzeitschriften, Gesundheitsbücher, Gesundheitsmagazine, Ernährungsbücher, Ernährungsmagazine,

General-Interest-Magazine, Stadtführer, Reisebücher, Reisemagazine, Wissensbücher, Wissensmagazine, populärwissenschaftliche Bücher, populärwissenschaftliche Magazine, Naturbücher, Naturzeitschriften, Tierbücher, Tiermagazine, Architekturbücher, Architekturmagazine, Computerbücher, Computerzeitschriften, IT-/Telekommunikationsbücher, IT-/Telekommunikationszeitschriften, Wirtschaftsbücher, Wirtschaftszeitschriften, Reportagemagazine, Wochenzeitschriften zu Gesellschaft und Politik, Satire-Bücher, Satire-Magazine, Kunstbücher, Kunstmagazine, Fernseh-Zeitschriften, Kino-, Video-, Audio-Zeitschriften, Stadtmagazine, Veranstaltungsmagazine, Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Wirtschaftszeitungen, Regionalzeitungen, Kleinanzeigen-Zeitungen, Kundenmagazine; Landschafts-, Kunst-, Satire-, Tier-, Blumen-, Mode-, Design-, Stadt-, Architektur-, Natur-, Veranstaltungs- und Fotokalender; Fotografien; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diese Materialien, soweit in dieser Klasse enthalten; Lehr- und Unterrichtsmittel in den Bereichen Mode, Styling, Frisuren, Design, Architektur, Kunst, Satire, Computer, Erziehung, Sozialpädagogik, Sport, Unterhaltung, Naturkunde, Schreibwaren;

Klasse 41: Unterhaltung, insbesondere Rundfunk-, Fernseh- und Internetunterhaltung und Unterhaltung über sonstige drahtlose oder leitungsgebundene Netze, nämlich Frauenmagazine, Männermagazine, Jugendmagazine, Kindermagazine, Elternmagazine, Ratgebermagazine, Modemagazine, Lifestyle-Magazine, People-Magazine, Gesellschaftsmagazine, Musik-Magazine, Star-Magazine, Beauty-Magazine, Styling-Magazine, Entertainment-Magazine, Wohn- und Gartenmagazine, Auto- und Motor-Magazine, Sportmagazine, Kochmagazine, Gesundheitsmagazine, Ernährungsmagazine, General-Interest-Magazine, Reisemagazine, Wissensmagazine, populärwissenschaftliche Magazine, Naturmagazine, Tiermagazine, Archi-

tekturmagazine, IT-/Telekommunikationsmagazine, Wirtschaftsmagazine, Reportagemagazine, tagespolitische Magazine, Satire-Magazine, Kunstmagazine, Kino-, Video-, Audio-magazine, Stadtmagazine, Veranstaltungsmagazine; Erziehung; Ausbildung in den Bereichen Mode, Styling, Frisuren, Design, Architektur, Kunst, Satire, Computer, Erziehung, Sozialpädagogik, Sport, Unterhaltung, Naturkunde; sportliche Aktivitäten; Organisation und Durchführung von Kunstausstellungen und Kunstveranstaltungen, Architekturausstellungen und Architekturveranstaltungen, Mode- und Styling-Events, Lifestyle- und Designausstellungen, Auto- und Motorausstellungen, Unterhaltungsveranstaltungen (kulturelle Aktivitäten und Unterhaltung)“

Ihrer Auffassung nach stünden einer Eintragung der Marke „TRUMAN“ für die vorstehend aufgeführten, nach Einschränkung noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine absoluten Schutzhindernisse entgegen. „TRUMAN“ stelle sich für den Verkehr nicht als Nachname einer berühmten Person, namentlich des ehemaligen US-Präsidenten Harry S. Truman, dar, sondern als im anglo-amerikanischen Raum gebräuchlicher Vor- bzw. Nachname. Insbesondere im Hinblick auf die Verfilmung des Lebens des Schriftstellers Truman Capote und den Spielfilm „Die Truman-Show“ sei dem inländischen Verkehr der Begriff „Truman“ als Vorname geläufig. Dem von der Markenstelle angenommenen Verkehrsverständnis stehe auch entgegen, dass dem Markenrecht ein Erfahrungssatz, wonach sich der Verkehr im Zusammenhang mit Namensbezeichnungen - auch solcher berühmter Politiker, die zumeist mit ihrem vollen Namen in der Öffentlichkeit benannt würden - allein an Nachnamen orientiere, fremd sei. Nur in Ausnahmefällen sei allein dem Nachnamen eine herkunftshinweisende Individualisierungsfunktion zuzubilligen (z. B. Churchill, Jelzin, Gorbatschow oder Chruschtschow). Ein solcher liege dem Streitfall jedoch nicht zugrunde. Als gewöhnlicher Vor- bzw. Zuname genieße daher die Marke „TRUMAN“ in Alleinstellung die Eignung, die beanspruchten Waren/Dienstleistungen als aus einem

bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen. Jedenfalls fehle es an einem beschreibenden Bezug der konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen, selbst wenn der Verkehr „TRUMAN“ mit der Person des ehemaligen US-Präsidenten in Verbindung bringen würde.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die angegriffenen Beschlüsse der Markenstelle im Umfang ihrer Zurückweisung aufzuheben.

## II

Die zulässige Beschwerde des Anmelders ist begründet. Der Eintragung der verfahrensgegenständlichen Marke steht kein Schutzhindernis entgegen. Die angegriffenen Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts waren daher im Umfang ihrer Zurückweisung aufzuheben.

Personennamen sind grundsätzlich nach § 3 Abs. 1 MarkenG eintragungsfähig, wenn der Eintragung des Namens in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine absoluten Schutzhindernisse entgegenstehen (vgl. § 37 Abs. 1 MarkenG). Bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit unterliegen Personennamen denselben Kriterien wie alle anderen Markenformen (EuGH GRUR 2004, 946, 947 - *Nichols*). So sind Personennamen nicht eintragungsfähig, wenn ihnen jegliche Unterscheidungskraft fehlt oder wenn sie ein Merkmal der mit dem Namen beanspruchten Waren oder Dienstleistungen beschreiben.

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren/Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte



des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Waren- oder Dienstleistungsverkehr zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2002, 804, 809 - *Philips*; GRUR 2003, 604, 607 - *Libertel*). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (vgl. EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 - *BRAVO*). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen (vgl. EuGH GRUR Int. 2004, 500, 504 - *Postkantoor*; GRUR Int. 2004, 631, 633 - *Dreidimensionale Tablettenform I*). Keine Unterscheidungskraft weisen vor allem solche Marken auf, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt zuordnen (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - *marktfrisch*; GRUR 2004, 778, 779 - *URLAUB DIREKT*).

Hiernach kann der Prüfmarke die für eine Eintragung erforderliche hinreichende Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden. „TRUMAN“ wird nach den von der Anmelderin vorgelegten Auszügen aus der Internet-Enzyklopädie Wikipedia im englisch-sprachigen Raum als Vor- bzw. Nachname verwendet. Dem inländischen Verkehr sind diese Bedeutungen im Zusammenhang mit dem Spielfilm „Die Truman-Show“ sowie der Bezeichnung bedeutender Persönlichkeiten wie des Schriftstellers Truman Capote, aber auch des ehemaligen amerikanischen Präsidenten Harry S. Truman bekannt. Der Verkehr wird regelmäßig dem Begriff „TRUMAN“ in Alleinstellung lediglich diesen allgemeinen Bedeutungsgehalt im Sinne eines Vor- bzw. Zunamens zuordnen. Entgegen der Auffassung der Markenstelle hat nämlich der Verkehr keine Veranlassung, „TRUMAN“ ohne weitere Zusätze in unmittelbare Verbindung zur Person des bereits 1962 verstorbenen früheren US-Präsidenten zu bringen. Hiervon wäre nämlich lediglich dann auszugehen, wenn der Name „TRUMAN“ in Alleinstellung für sich genommen schon solchermaßen einen individualisierenden Gehalt inne hätte, dass

es weiterer Zusätze (wie etwa des Vornamens oder der Amtsbezeichnung) nicht bedürfte, um den Verkehr auf dessen Namensträger hinzuweisen. Dies mag bei in der zeitgeschichtlichen Historie (nahezu) einmaligen Zunamen wie etwa Gorbatschow oder Jelzin der Fall sein, trifft aber auf den im anglo-sächsischen Sprachraum allgemein gebräuchlichen Namen „TRUMAN“ nicht zu. Hiernach ist dem Anmeldezeichen ohne weiteres ausreichende Unterscheidungskraft zuzubilligen, da bei Namen grundsätzlich ein herkunftshinweisendes Verständnis nahe liegt (vgl. *Ströbele/Hacker*, MarkenG, 9. Aufl. 2009, § 8 Rn. 148) und Anhaltspunkte für eine anderweitige Betrachtungsweise nicht vorliegen.

Zwischen den nach Einschränkung des Waren-/Dienstleistungsverzeichnisses durch die Anmelderin im Beschwerdeverfahren noch beanspruchten Waren und Dienstleistungen und der Bezeichnung „TRUMAN“ besteht kein beschreibender Bezug dergestalt, dass der Verkehr mit den solchermaßen gekennzeichneten Produkten die Person des Harry S. Truman gedanklich in Verbindung bringen könnte.

Da das Zeichen „TRUMAN“ auch nicht geeignet ist, die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen ihrer Art, Beschaffenheit, Bestimmung oder hinsichtlich sonstiger Merkmale im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu beschreiben und der Eintragung der Marke im beantragten Umfang ein Freihaltebedürfnis von Mitbewerbern der Anmelderin nicht entgegensteht, war der Beschwerde stattzugeben.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Lehner

Me