

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 233/00

(Aktenzeichen)

Verkündet am
8. Mai 2001

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 02 432.0

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 8. Mai 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richters Dr. Albrecht und der Richterin am Amtsgericht Dr. Hock

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Das Deutsche Patent- und Markenamt hat die am 14. Januar 2000 mit folgendem Warenverzeichnis

Bauelemente und Baumaterialien aus Beton und Naturstein, insbesondere Bausteine und Mauersysteme; Pflastersteine und Platten zur Verlegung auf dem Boden und zur Befestigung an Fassaden; Formelementen, wie Palisaden, Stelen, Tröge, Vasen, Brunnenelemente, Bankelemente und Bänke aus Beton und Naturstein; vorgenannte Waren auch mit keramischer Beschichtung

eingereichte Anmeldung der Wortmarke

Stein + Design ... for a wonderful world

durch den von einem Beamten des höheren Dienstes erlassenen Beschluß der Markenstelle für Klasse 19 vom 2. Juni 2000 gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2, § 37 Abs 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft sowie wegen eines Freihaltungsbedürfnisses an einer beschreibenden Angabe zurückgewiesen. Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, die angemeldete Marke bestehe aus einem Werbespruch, der besage, dass der Werkstoff „Stein“ zusätzlich designe-risch ausgestaltet und „für eine schönere Welt“ bestimmt sei. Auch die Kombination eines deutschsprachigen beschreibenden Elements mit einem englischsprachigen Slogan ergebe keine Unterscheidungskraft.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie sinngemäß beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben und
die Rückzahlung der Beschwerdegebühr anzuordnen.

Sie macht zur Begründung geltend, der Bestandteil „Design“ der angemeldeten Marke enthalte keine für „Bauelemente und Baumaterialien“ beschreibende Angabe. „Stein + Design“ stelle durch die Verwendung eines Rechenzeichens („+“) und infolge der Reim- und Rhythmuswirkung eine ungebräuchliche und originelle Wortverbindung ohne allgemein verständliche Aussage dar. Der genannte Bestandteil, der nicht ohne weiteres in seine Bestandteile zerlegt werden dürfe, sei im übrigen auch in der Firma der Anmelderin sowie in der IR-Marke 680 337 und der dazugehörigen Basismarke 395 35 292 enthalten. Obgleich sie, die Anmelderin, hierauf bereits vor der Markenstelle hingewiesen habe, sei diese auf die vorgebrachte Argumentation nicht eingegangen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Beschluß der Markenstelle sowie auf die Schriftsätze der Anmelderin Bezug genommen.

II

Die Beschwerde mußte in der Sache erfolglos bleiben, da der angemeldeten Marke jedenfalls die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt, ihrer Eintragung somit die Bestimmungen des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegenstehen.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um die-

ses Schutzhindernis zu überwinden (vgl. ua BGH BIPMZ 2000, 162 – Radio von hier, aaO 163 – Partner with the Best). Bei Werbeslogans ist dabei – wie bei Wortmarken sonst auch – in jedem Fall zu prüfen, ob sie einen ausschließlich produktbeschreibenden Inhalt haben oder ob ihnen über diesen hinaus eine, wenn auch noch so geringe Unterscheidungskraft für die angemeldeten Waren zukommt. Von mangelnder Unterscheidungskraft ist deshalb auch bei Werbeslogans bei lediglich beschreibenden Angaben oder Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art auszugehen (BGH aaO).

Die Wortfolge „Stein + Design ... for a wonderful world“ vermag die für die Bejahung der Unterscheidungskraft erforderlichen Voraussetzungen nicht zu erfüllen. Sie weist eine lediglich produktbezogene Aussage auf („Stein + Design“), welche zugleich mit einer Anpreisung allgemeiner Art („for a wonderful world“) verknüpft ist. Weder den genannten Bestandteilen als solchen noch deren Kombination, die eine dem Markencharakter kaum noch gerecht werdende längere, gleichwohl im Sinne einer Anpreisung ohne weiteres verständliche Wortfolge beinhaltet, kommt eine ausreichende Unterscheidungseignung zu. Das gilt insbesondere für den Bestandteil „Stein + Design“, der – wie die Markenstelle zutreffend dargelegt hat – lediglich besagt, dass die beanspruchten Waren aus Stein bestehen und darüber hinaus den Vorzug einer designerischen Gestaltung aufweisen.

Entgegen der Auffassung der Anmelderin kann der Senat auch der Reim- und Rhythmuswirkung („Stein + Design“) keine ausreichende herkunftshinweisende Originalität entnehmen. Angesichts der rein beschreibenden Aussage des in Rede stehenden Bestandteils der angemeldeten Marke erscheint der Reimcharakter eher zufällig. Auch findet sich kein ausreichend phantasievolles zusätzliches Kriterium, welches zur Bejahung der Schutzfähigkeit führen könnte, wie zB eine lautmalerische Gestaltung (s. dazu BPatG Beschluß vom 3. Dezember 1997, 26 W (pat) 97/97 - ZISCH & FRISCH) oder eine ersichtlich unrealistisch euphorische, widersprüchliche Aussage (s. dazu BPatG Beschluß vom 16. Januar 2001, 33 W (pat) 135/00 - Energie mit Esprit). Die Ersetzung des Wortes

„und“ durch ein Plus-Zeichen reicht, da es sich hierbei lediglich um ein werbeübliches Gestaltungsmittel handelt, hierfür jedenfalls nicht aus.

Auf die Beurteilung der Schutzfähigkeit keinen Einfluß hat schließlich die Tatsache, dass der Bestandteil „Stein + Design“ bereits als Marke eingetragen ist. Denn abgesehen davon, dass sich hieraus nicht zwingend eine Bindungswirkung ableiten lässt, handelt es sich bei der Voreintragung (Nr. 395 35 292 = IR-Marke 680 337) um eine Wort-Bildmarke, deren Schutzfähigkeit seinerzeit ersichtlich wegen zusätzlicher Gestaltungselemente anders bewertet worden ist.

Der Antrag auf Rückzahlung der Beschwerdegebühr hat in der Sache ebenfalls keinen Erfolg.

Die Rückzahlung der Beschwerdegebühr kommt nur in Betracht, wenn ihre Einbehaltung aufgrund der besonderen Umstände des Falles unbillig erschiene. Diese Voraussetzung liegt in der Regel vor, wenn der Beschwerdeführer aufgrund von Verfahrensfehlern oder wegen materiellrechtlicher Mängel der angefochtenen Entscheidung genötigt war, Beschwerde zu erheben und die Beschwerdegebühr zu zahlen (vgl. Althammer/Ströbele/Klaka, Markengesetz, 6. Aufl, § 71 Rdn 32 ff mwNachw). Als mangelhaft und damit ursächlich für die Einlegung der Beschwerde kann eine Entscheidung nur dann angesehen werden, wenn ihre Begründung in Widerspruch zu gesetzlichen Vorschriften oder anerkannten Grundsätzen der Rechtsprechung steht, wenn sie unklar ist oder etwa entscheidungswesentliche rechtliche oder tatsächliche Gesichtspunkte nicht berücksichtigt und damit ein Verstoß gegen den Anspruch auf rechtliches Gehör vorliegt (BPatGE 7, 1, 7; 14, 38, 40; 22, 29, 32). Solche Umstände können hier nicht festgestellt werden.

Die Markenstelle hat in der angefochtenen Entscheidung die wesentlichen Gesichtspunkte für die ihrer Auffassung nach fehlende Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke dargelegt. Daß sie dies in knapper Form und teilweise durch Bezug-

nahme auf eine in einer Parallelsache derselben Anmelderin ergangene Entscheidung (Az 300 02 209.3/19) getan hat, rechtfertigt nicht die Feststellung eines Verfahrensfehlers. Die Anmelderin weist allerdings zutreffend darauf hin, dass die Markenstelle nicht auch noch die Tatsache der Voreintragung der Marke 395 35 292 gewürdigt hat. Der Anmelderin ist auch zuzugeben, dass mitunter eine umfassendere Würdigung des Anmeldervorbringens wünschenswert wäre. Vorliegend kann in der insoweit nicht ausreichend umfassenden Erörterung der Sachlage jedoch noch kein Grund für die Anordnung der Rückzahlung der Beschwerdegebühr gesehen werden. Denn - wie bereits ausgeführt - betraf die Voreintragung 395 35 292 eine Marke, deren Schutzfähigkeit wegen ihrer graphischen Ausgestaltung ersichtlich anders beurteilt worden ist, so daß das Vorbringen der Anmelderin hierzu - aus der Sicht der Markenstelle - letztlich folgerichtig als nicht unbedingt entscheidungswesentlich angesehen werden konnte.

Winkler

Dr. Albrecht

Dr. Hock

CI