

# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 67/01

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 300 41 335.1

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. November 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Buchetmann, der Richterin Winter und des Richters Schramm

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Bezeichnung

CLIPit

für

„Mobiltelefone und deren Teile“.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen, weil sie in der Bedeutung von „befestige es/klammere es an“ für die beanspruchten Waren eine beschreibende Angabe darstelle; es werde auf die Ausstattung mit einer Befestigungsvorrichtung hingewiesen. Die Schreibweise sei, da es sich um eine werbeübliche Gestaltung handele, nicht schutzbegründend.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie erachtet die angemeldete Bezeichnung für schutzfähig, weil sie nicht eindeutig beschreibend sei; „it“ könne auch für „Informationstechnologie“ stehen.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Ergänzend wird auf das schriftsätzliche Vorbringen und den Beschluß der Markenstelle Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache nicht begründet. Die angemeldete Marke CLIPit ist für die beanspruchten Waren wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Unterscheidungskraft in diesem Sinne ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Anmeldung erfaßten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden (st. Rspr, vgl BGH MarkenR 2001, 368, 369 – Gute Zeiten – Schlechte Zeiten; MarkenR 2001, 363, 364 – REICH UND SCHOEN; MarkenR 2001, 209, 210 - Test it.; MarkenR 2001, 306, 307 - LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER jeweils mwN). Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh, jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden, und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß der Marke die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl zB BGH WRP 2001, 1310, 1311 – LOOK; WRP 2001, 1445, 1446 – INDIVIDUELLE). Davon ist auch bei der Beurteilung von sloganartigen Wortfolgen auszugehen (vgl BGH aaO – Test it.).

Die angemeldete Bezeichnung CLIPit ist, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, eine Kombination der beiden englischsprachigen Wörter „CLIP“ und „it“, die als solches erkennbar sind. Dies beruht auf der Schreibweise des Zeichens, in der der Bestandteil „CLIP“ in Großbuchstaben, der Bestandteil „it“ hingegen in Kleinbuchstaben wiedergegeben wird, auch wenn der Zwischenraum zum nach-

gestellten „it“ weggelassen ist. Die Anmeldung bedeutet im Deutschen - ohne weiteres verständlich - soviel wie "befestige es" oder „klammeres es an“. Dieses Verständnis beruht darauf, daß die Wörter "clip it" zum einfachsten, weitgehend bekannten englischen Grundwortschatz zählen oder - was das Wort "clip" betrifft – auch Eingang in die deutsche Sprache gefunden haben.

Entgegen der Auffassung der Anmelderin fehlen Anhaltspunkte dafür, daß der Verkehr in dem Bestandteil „it“ die Abkürzung von „Informationstechnologie“ sehen wird. Denn abgesehen von der insoweit üblichen Darstellung in Großbuchstaben (für Information Technology) legen vor allem die beanspruchten Waren, bei denen die elektronische Datenverarbeitung nicht im Vordergrund steht, ein solches Verständnis nicht nahe.

Die angesprochenen potentiellen Käufer von Mobiltelefonen und deren Teilen werden die englischsprachige ermunternde Aufforderung "CLIPit" ohne weiteres in dem genannten Sinn und nur als Hinweis darauf verstehen, die mit dieser Bezeichnung versehenen Waren anzuklammern, diese Waren mithin über eine Halterung verfügen, die es ermöglicht, sie anzuklammern bzw anzuclippen. Hierbei handelt es sich um eine Angabe über die Beschaffenheit der Waren. So kann ein Mobiltelefon über einen Clip verfügen, mit dem es an der Kleidung oder in der Handtasche befestigt wird. Bei den diesbezüglichen Teilen kann es sich um solche handeln, die am Handy befestigt/angeklammert werden können, zum Beispiel Clips oder austauschbare Abdeckungen/covers zur Veränderung des Designs (ua angeboten von der Firma Nokia). Unerheblich ist dabei, daß sich die Beschreibung nicht ohne weiteres auf die gesamte Ware bezieht, da gerade bei technischen Geräten oftmals Ausstattungsmerkmalen große Bedeutung in der Werbung zukommt, zumal wenn sie auch technisch uninteressierte Verbraucher ansprechen will, was gerade bei Mobiltelefonen vielfach in Betracht zu ziehen ist.

Auch die Zusammenschreibung mit dem Wort it und die Schreibweise des Wortes CLIP in Großbuchstaben vermag die Schutzfähigkeit nicht zu begründen. Die Dar-

stellung des Wortes "CLIP" in Großbuchstaben ermöglicht die Erkennbarkeit der Zeichenteile. Die Weglassung des Wortzwischenraums ist werbeüblich und für sich nicht schutzbegründend (PAVIS PROMA-Kliems 29 W (pat) 101/97 - DataSearch). Die Gestaltung der Anmeldung ist daher nicht geeignet, den an sich schutzunfähigen Angaben einen darüber hinausreichenden phantasievollen Gesamteindruck zu vermitteln (vgl hierzu zB BGH WRP 2001, 1201 anti> KALK).

Es kann sonach nicht davon ausgegangen werden, daß die hier angesprochenen Verkehrskreise das angemeldete Zeichen als Unterscheidungsmittel für die Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen auffassen (vgl BGH aaO – Test it.).

Dr. Buchetmann

Winter

Schramm

Ko