

BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 15/01

(Aktenzeichen)

Verkündet am
5. März 2002

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 12 512.0

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 5. März 2002 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Schermer, des Richters Albert und des Richters Schwarz

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 25. Juli 2000 aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen "Forschung und Entwicklung" zurückgewiesen worden ist.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Wortmarke

POWERPAC

soll für

"Elektrische und elektronische Apparate und Instrumente, insbesondere für die Schwachstromtechnik, soweit in Klasse 9 enthalten; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Leiterplatten; Motherboards; "single board"-Computer; Datenverarbeitungsgeräte; Computer, sowie Zubehör und Teile davon, soweit in Klasse 9 erhalten; Hardware und Software für Computer; System zur Ansteuerung einer Maus, einer Tastatur, eines Bildschirms, eines Druckers, eines Speichers, insbesondere einer CD-ROM, einer Diskette;

Waren aus Papier, Pappe und Karton; Druckereierzeugnisse; Lehr- und Unterrichtsmaterial, insbesondere Handbücher;

Forschung und Entwicklung; Reparatur und Wartung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung"

in das Register eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung wegen mangelnder Unterscheidungskraft und Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Das Markenwort weise für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich darauf hin, dass es sich um besonders leistungsfähige Produkte, die in Paketform vertrieben würden, und die damit in Zusammenhang stehenden Dienstleistungen handele, wobei "pac" nur als Abwandlung von "pack" für "Packung, Paket" verstanden werden könne.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Auffassung nach handelt es sich bei der angemeldeten Marke um ein reines sprachunüblich gebildetes Phantasiewort, welches weder in der deutschen noch in der englischen Sprache nachweisbar sei und hinreichende Prägnanz und Originalität besitze. Der Bestandteil "power" besitze eine Vielzahl an Bedeutungen, wobei für die von der Markenstelle genannte Bedeutung "Leistungsfähigkeit" im Englischen in Wahrheit "performance" stehe, während "power" lediglich die physikalische Leistung meine; der weitere Bestandteil "pac" wiederum habe in keiner Sprache eine Bedeutung. Die Zusammenstellung beider Bestandteile führe daher zu einer unklaren Bedeutung. Schließlich spreche die Vielzahl an eingetragenen Marken mit dem Bestandteil "pac" in das nationale Register und die Eintragung der Gemeinschaftsmarke "POWERPAC" beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt gegen eine Schutzunfähigkeit der angemeldeten Marke.

In der mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin ihren Standpunkt aufrechterhalten und vertieft. Hierbei hat sie sich auch auf die Entscheidungen "BONUS" und "VALUE" des Bundesgerichtshofs berufen und auf die für sie eingetragenen Marken "Micropac" und "Flatpac" beim Deutschen Patent- und Markenamt sowie

die Eintragung der Gemeinschaftsmarke "POWERPAC" beim Harmonisierungssamt für den Binnenmarkt hingewiesen. Sie hat ferner die Zulassung der Rechtsbeschwerde angeregt.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde hat lediglich hinsichtlich der im Tenor genannten Dienstleistungen Erfolg, weil insoweit ein absolutes Schutzhindernis, welches der Eintragung entgegenstehen könnte, nicht feststellbar ist. Hinsichtlich der übrigen beanspruchten Waren und Dienstleistungen ist die Beschwerde zurückzuweisen, weil der Anmeldemarke wegen des insoweit im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalts zumindest die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft fehlt, dh die (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (st Rspr, vgl BGH, GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH, GRUR 1999, 1089 [1091] - YES; BGH, GRUR 2000, 321 [322] - Radio von hier; BGH, GRUR 2000, 323 [324] - Partner with the best; BGH, GRUR 2001, 162 [163] mwN – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Maßgebend für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist allein, welche Bedeutung maßgebliche Teile der inländischen Durchschnittsverbraucher, an die sich die beanspruchten Waren und Dienstleistungen richten, dem Markenwort in Zusammenhang mit diesen Waren und Dienstleistungen beimessen. In bezug auf die Waren der Klassen 9, die als (Computer-)Hard- und Software zusammengefasst werden können, die Waren der Klasse 16 sowie die Dienstleistungen "Reparatur, Wartung und Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung" werden die angesprochenen Verkehrskreise das Markenwort ohne weiteres und ausschließlich nur im Sinne von "Kraftpaket" verstehen.

Dabei spielt es entgegen der Ansicht der Anmelderin keine Rolle, dass der englischsprachige Begriff "power" allgemein mit "Kraft, Stärke, Energie, Wucht, Gewalt, Befugnis, Menge, Potenz, Leistung, (elektrischer) Strom, Sendestärke, Antriebskraft, Vergrößerungskraft, Brennstärke" (vgl Muret-Sanders, Langenscheids Großwörterbuch Englisch, Band I, 2001, S 863; DUDEN OXFORD Großwörterbuch Englisch, 2. Aufl, S 1416) bzw "Arbeitsleistung, Energie, Kraft, Leistung, Macht, Mandat, Motorleistung, Motorstärke, Potenz, Trieb, Vermögen" (vgl Oppermann, Wörterbuch der modernen Technik, 2. Aufl, Band 2, S 1328) übersetzt wird. Denn schon der ursprünglich englische, mittlerweile aber bereits auch in den deutschen Sprachgebrauch eingegangene Begriff "power" ist dem inländischen Verkehr in aller Regel nur im Sinne von "Kraft, Stärke, Leistung" geläufig (vgl DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl, S 1230; ferner auch Krämer, Modern Talking auf deutsch, S 175); entsprechend bezeichnet etwa das Wort "Powerfrau" eine "tüchtige Frau voll Kraft und Stärke" (vgl DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, aaO). In diesem Sinn wird das Wort vielfältig in Werbetexten für die unterschiedlichsten Waren und Dienstleistungen, vor allem auch für Produkte aus dem EDV-Bereich, verwendet. Gerade auf diesem Warenssektor ist der Begriff dem Verkehr als Hinweis auf eine besondere Leistungsfähigkeit des Computers aus der Bezeichnung "PowerPC" für die von den Firmen Motorola und IBM hergestellten RISC-Prozessoren, die hauptsächlich in Computern der Firma Apple eingebaut werden, allgemein bekannt (vgl Irlbeck, Computer-Lexikon, 3. Aufl, S 659 f; Irlbeck, Computer-Englisch, 3. Aufl, S 480; Microsoft Press, Computer-Lexikon, Ausgabe 2001, S 560 f). Ebenso hat sich "Power" aber auch in anderen Lebensbereichen zu einem beliebten Modewort entwickelt, mit dem die Kraft oder Leistungsfähigkeit einer Sache zum Ausdruck gebracht wird, wie das Bundespatentgericht in zahlreichen Entscheidungen hervorgehoben hat (vgl ua die Zurückweisungen "POWER clean" für Reinigungsmittel - 24 W (pat) 6/99 vom 27. Juli 1999; "Powerline" für Bügeleisen - 30 W (pat) 53/95 vom 25. März 1996; "Powertabs" für Wasch- und Bleichmittel - 33 W (pat) 130/99 vom 24. Oktober 2000, sämtlich veröffentlicht auf der PAVIS-CD-ROM).

Den weiteren Bestandteil "PAC" werden die angesprochenen Verkehrskreise vor allem wegen des identischen klanglichen Eindrucks und der geringfügigen schriftbildlichen Abweichung ohne weiteres dem ihnen bekannten Ausdruck "PACK" für "Paket" gleichstellen, zumal die Schreibweise "pac" statt "pack" zur Bezeichnung einer Packung bzw eines Pakets in der Werbung keineswegs ungewöhnlich ist, wie sich den in der mündlichen Verhandlung erörterten Seiten aus dem Internet entnehmen läßt. So bezeichnet beispielsweise die Telecom die Zusammenstellung eines Mobiltelefons mit Anschluß an das T-D1-Funknetz mittels einer sog Prepaid-Karte als Xtra-Pac und die Firma Nokia ein Handy mit diversem Zubehör als Profi-Pac (vgl jeweils <http://www.ebay.de>). Dementsprechend hat auch das HABM die Marke "BOOSTER PAC" für Stromversorgungsgeräte als Fahrzeugzubehör als nicht unterscheidungskräftig erachtet (HABM R0435/99-1 vom 24. Februar 2000 – veröffentlicht auf der PAVIS-CD-ROM).

Aufgrund der sogar im deutschen Sprachraum als beschreibende Angaben verständlichen und üblichen Einzelbestandteile "POWER" und "PAC" erschließt sich für den Verkehr auch die Gesamtkombination "POWERPAC", selbst wenn sie - jedenfalls in dieser Schreibweise - weder lexikalisch nachweisbar noch derzeit als gebräuchlich feststellbar ist, ohne weitere analysierende Betrachtung im Sinne von "Kraftpaket". Mit diesem Begriff verbindet der angesprochene Abnehmer lediglich die Vorstellung einer Produktbeschreibung, mit der auf die Zusammenstellung von Einzelkomponenten zu einer kraftvollen, dh besonders leistungsfähigen Einheit hingewiesen wird. Die Aussage, daß eine Ware ein Kraftpaket darstellt, ist nicht nur in Verbindung mit elektrischen und elektronischen Apparaten und Instrumenten aller Art samt Zubehör naheliegend, bei denen die technische Leistungsfähigkeit im Vordergrund steht, etwa bei Computern in Form hoher Speicherkapazitäten und schneller Übertragungsraten (vgl dazu auch 32 W (pat) 185/96 vom 12. November 1997 "POWERPACK" nicht schutzfähig für Kältemaschinen - veröffentlicht auf der PAVIS-CD-ROM). Der Verkehr erwartet heute bei fast allen Produkten, daß sie Power haben oder Power verleihen, sei es wirtschaftlich oder finanziell, geistig oder körperlich. Aus diesem Grund versteht er die Bezeichnung "POWER-

PAC" auch in bezug auf die in Klasse 16 beanspruchten Waren "Druckereierzeugnisse und Lehr- und Unterrichtsmaterial, insbesondere Handbücher" nicht als Kennzeichen, dessen sich ein ganz bestimmtes Unternehmen zur individuellen betrieblichen Unterscheidung seiner Waren bedient, sondern nur als eine Werbeanpreisung beschreibenden Inhalts, mit der zum Ausdruck gebracht wird, daß die Waren in Form eines umfassenden leistungsfähigen Pakets angeboten werden. Was die "Waren aus Papier, Pappe und Karton" betrifft, stellt "POWERPAC" ebenfalls nur eine die Eigenschaft der Waren als kräftiges, strapazierfähiges Material für Verpackungszwecke ohne weiteres verständlich beschreibende Aussage dar.

Auch im Bereich der angemeldeten Dienstleistungen "Reparatur und Wartung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung" steht die beschreibende Bedeutung der Bezeichnung "POWERPAC" im Vordergrund, denn Serviceleistungen werden bekanntlich vielfach als sog Komplett- oder Rundum-Pakete angeboten. Das gilt insbesondere für sog produktbegleitende Dienstleistungen, die der Hersteller einer Ware - hier: elektrische und elektronische Apparate, Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild - dem Kunden gegenüber als selbständige Tätigkeit erbringt, etwa in Form von Reparatur, Instandhaltung und Wartung oder Erstellen von Datenverarbeitungsprogrammen. Die angesprochenen Verkehrskreise haben daher keinen Anlaß, "POWERPAC" in bezug auf diese Dienstleistungen anders als im Sinne einer Art und Beschaffenheit in üblicher Weise beschreibenden Warenanpreisung zu verstehen.

Eine andere Beurteilung folgt auch nicht aus den von der Anmelderin genannten Entscheidungen "VALUE" (BGH GRUR 1994, 730) und "BONUS" (BGH BIPMZ 1998, 249). Denn während diese Markennamen lediglich mittelbare Angaben in Form einer allgemeinen Wertbezeichnung bzw über bloße Vertriebsmodalitäten jeweils ohne konkreten Warenbezug enthalten, beschreibt das vorliegende Anmeldezeichen unmittelbar Eigenschaften der beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Schließlich kann sich die Anmelderin auch nicht auf frühere inländische oder gemeinschaftsmarkenrechtliche Eintragungen berufen, denn vereinzelte

- möglicherweise rechtsfehlerhafte - Eintragungen von Wortmarken wie POWERPACK, POWERPAK oder POWERPAC, denen eine größere Zahl von Zurückweisungen zB von "POWERPACK" durch das DPMA entgegensteht (vgl DEMAS-CD-ROM), vermögen einen Eintragungsanspruch nicht zu begründen. Auch die zugunsten der Anmelderin für gleiche Waren und Dienstleistungen wie vorliegend geschützten Marken "FLATPAC" und "MICROPAC" sind wegen der gegenüber "POWER" unter Umständen geringer einzustufenden Aussagekraft der Bestandteile "FLAT" und "MICRO" mit der angemeldeten Marke nicht ohne weiteres vergleichbar.

Eine andere Beurteilung ist dagegen hinsichtlich der ebenfalls angemeldeten Dienstleistungen "Forschung und Entwicklung" geboten, für welche absolute Schutzhindernisse nicht ersichtlich sind. In bezug auf diese Dienstleistungen liegt ein Verständnis des Markenwortes "POWERPAC" als ausschließlich beschreibende Aussage fern, denn - anders als bei den übrigen angemeldeten Waren und Dienstleistungen - ist es in der Regel unüblich, dem wissenschaftlichen Bereich angehörende Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten nach ihrer Leistungsfähigkeit bzw Powerwirkung einzustufen.

Nach alledem war daher der Beschwerde der Anmelderin hinsichtlich der Dienstleistungen "Forschung und Entwicklung" stattzugeben, während ihr im übrigen der Erfolg versagt bleibt.

Soweit die Beschwerde zurückgewiesen wurde, war die Rechtsbeschwerde nicht zuzulassen, weil weder eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden war (§ 83 Abs 1 Nr 1 MarkenG) noch die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs erfordert (§ 83 Abs 2 Nr 2 MarkenG); die Entscheidung betrifft vielmehr allein die besonderen tatsächlichen Gegebenheiten der angemeldeten Mar-

ke, aufgrund derer ihre Eintragungsfähigkeit auf der Grundlage der bisherigen höchstrichterlichen Rechtsprechung zu beurteilen war.

Dr. Schermer

Albert

Schwarz

Pü