

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 256/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 34 574.7

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 4. Juni 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Dr. Hock und des Richters k.A. Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Am 6. Mai 2000 ist beim Deutschen Patent- und Markenamt die Wortmarke

"SUPER-VISION"

für folgende Waren angemeldet worden:

Entspiegelte ebene und gebogene Glasscheiben, monolithisch oder im Verbund für

- Gebäudefenster, Schaufenster, Architekturglas, Fassaden,
- Innenausbau von Gebäuden, zB Raumteiler,
- Verkaufs- und Ausstellungsvitrinen,
- Thekenaufsätze.

Nach einer Beanstandung der Anmeldung wegen absoluter Schutzunfähigkeit hat die Anmelderin ein neues Warenverzeichnis eingereicht, mit dem sie hilfsweise die Eintragung beantragt. Es weist gegenüber dem ursprünglich eingereichten Verzeichnis folgenden Zusatz auf:

"...in Anwendungen zur lichtreflexfreien Durchsicht auf jenseits der entspiegelten Glasscheiben befindliche Gegenstände, namentlich ausgestellte Verkaufsware oder Ausstattungsgegenstände".

Mit Beschluss vom 5. September 2000 hat die Markenstelle für Klasse 19 durch ein Mitglied des Patent- und Markenamts die Anmeldung wegen eines entgegenstehenden Eintragungshindernisses nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG zurückgewiesen. Die angemeldete Marke werde vom Verkehr mit dem englischen Wort "supervision" für "Überwachung, Aufsicht" gleichgesetzt und stelle einen Hinweis darauf dar, dass mit den beanspruchten Glasscheiben (auch) Überwachungsaufgaben wahrgenommen werden. Dies könne insbesondere für entspiegelte Scheiben gelten. Zwar ließe sich die aus zwei Wörtern zusammengesetzte Marke auch mit "Super-Sehen" verstehen, darin liege aber keine schutzbegründende Mehrdeutigkeit, zumal die Marke insoweit ebenfalls beschreibend wäre. Auch die von der Anmelderin teilweise vorgeschlagene Einschränkung des Warenverzeichnisses begründe nicht die Schutzfähigkeit der Marke. Es handele sich, so die Markenstelle sinngemäß, um keine Einschränkung auf vom Überwachungszweck ausgeschlossene Scheiben. Im Übrigen wäre es der Anmelderin weiterhin möglich, verwechselbare Bezeichnungen für Überwachungsscheiben anzugreifen.

Gegen diese Entscheidung hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt, mit der sie beantragt,

den Beschluss des Patent- und Markenamts aufzuheben.

Zur Begründung trägt sie vor, dass das englische Wort "SUPER-VISION" von inländischen Verkehrskreisen ohne genügende Kenntnisse der englischen Sprache als unterscheidungskräftige Phantasieangabe angesehen werde. Aber auch für Verkehrsteilnehmer mit hinreichenden Englischkenntnissen stelle die Anmelde-
marke keine ernsthafte Bestimmungsangabe dar. Es erscheine fraglich, ob überhaupt Glas für Überwachungszwecke (mit entsprechenden besonderen Eigenschaften) produziert werde. Da Überwachungen regelmäßig diskret erfolgten, kämen hierfür wohl nur einseitig verspiegelte Scheiben in Betracht, die also nur von

einer Seite durchsichtig seien. Solche Scheiben würden in aller Regel verwendet, um Räume, die von außen uneinsehbar sein sollen, mit Tageslicht zu erfüllen, wobei ein Überwachungszweck aber nicht beabsichtigt sei. Es liege daher fern, einseitig verspiegelte Gläser als "Überwachungsgläser" zu beschreiben. Hier komme hinzu, dass ausdrücklich nur für entspiegelte Scheiben Schutz begehrt werde. Diese seien als durchsichtige Scheiben für eine diskrete Beaufsichtigung ungeeignet. Auch der Hinweis des Prüfers auf den möglichen Bedeutungsgehalt "SUPER-SEHEN" der offenbar eine Anspielung auf "Klarsichtscheiben" sei, rechtfertige keine Beanstandung, da "Klarsicht" im Englischen nicht mit "SUPER-VISION" sondern mit "CLEARVIEW" zu übersetzen sei.

Der Anmelderin sind Kopien des Ergebnisses einer vom Senat durchgeführten Recherche übersandt worden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet. Die angemeldete Marke ist nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, so dass die Anmeldung zu Recht nach § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen worden ist. Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind von der Eintragung Marken ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, der geographischen Herkunft oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen dienen können. Eine solche Merkmalsbezeichnung stellt die angemeldete Marke dar.

Allerdings steht für den Senat nicht der Bedeutungsgehalt "Aufsicht, Überwachung" im Vordergrund, auf den die Markenstelle als Bezeichnung der Bestimmung der Waren in erster Linie entscheidungserheblich abgestellt hat. Auch wenn

sich bei einer Recherche gelegentlich Hinweise darauf finden ließen, dass Scheiben oder Fenster der Überwachung dienen, so ist nicht erkennbar, inwiefern ein (entspiegeltes) Fenster technische oder sonstige Besonderheiten aufweisen soll, die es im Vergleich zu "normalen" Fenstern für Überwachungszwecke besonders geeignet erscheinen ließe und Veranlassung zur Herausstellung eines solchen Merkmals geben könnten. Dies gilt erst recht für die mit dem Hilfsantrag beanspruchten Waren. Auch die Schreibweise der angemeldeten Marke lässt den Bedeutungsgehalt "Aufsicht, Überwachung" nicht naheliegend erscheinen.

Die Schreibweise und das der Anmelderin mitgeteilte Ergebnis der Senatsrecherche legen vielmehr den Bedeutungsgehalt eines "Super-Blicks" oder "Super-Durchblicks" nahe, womit die Marke die mit der besonderen Transparenz der Waren erzeugte Wirkung beim Betrachter bezeichnet. Hierfür spricht zunächst, dass im englischsprachigen Raum ähnliche Wortbildungen zur Bezeichnung der Transparenz von Fensterflächen verwendet werden, die zumindest dem Fachverkehr auf dem Gebiet der Glasscheiben bekannt sein dürften, etwa "high vision glass" oder "full vision glass" (vgl. www.hga.com/corp/corp_gmillbc_blk.html; www.hamptonplace.com/catamount/catamount_caps.php; www.hoffcocomet.com/industcab/jdeere2101e.htm; www.equityoffice.com/properties_space/building-jhtml?/buildingId=2115; www.bayadelaide.com/architect4.htm; speciallite.com/products/monumental/monumental.htm; www-displaydirect.com/gl109.htm).

Außerdem wird der "Superblick" von Personen mit übernatürlichen Kräften, wie etwa der Comic-Figur "Superman", in der englischen Sprache mit "super vision" bezeichnet (vgl. zB www.deceptions.net/superman/fan_fiction/klein_superman8_metallo.txt). Auch in Zusammenhang mit der Werbung oder Berichterstattung zu Laseroperationen an Augen (Ergebnis einer gelungenen Operation) oder Vergrößerungsspiegeln taucht dieser Begriff auf (zB "SUPER VISION WITHOUT GLASSES" vgl. www.Castervision.com/cbsnews2.htm; www.magicfocus.com/FS550.htm). Schließlich wird ein Glasreiniger als "Super Vision Glass Cleaner" angeboten (www.colorglocarcare.com/chemicals.htm), wo-

bei die Bezeichnung zwar in herausgestellter Form verwendet wird, eine werblich-beschreibende Funktion angesichts der Bezeichnungen weiterer Bestandteile der Produktfamilie (zB "Clear Crystal Water Spot Remover", "Tru Vue Glass Cleaner-4 to 1 Concentrate", "Creme Glass Cleaner") jedoch nahe gelegt ist.

Unter Berücksichtigung dieser tatsächlichen Anhaltspunkte ist davon auszugehen, dass maßgebliche Teile des Verkehrs, insbesondere die mit Glasscheiben fachlich befassten und daher mit englischsprachigen Fach- und Werbeausdrücken vertrauten Verkehrsteilnehmer, in der angemeldeten Bezeichnung "SUPER-VISION" eine Bezeichnung dessen sehen, was die so gekennzeichneten Glasscheiben bewirken sollen, nämlich einen "Superblick" bzw "Superdurchblick". In Zusammenhang mit dem Präsentationszweck der Waren handelt es sich um ein verkehrswesentliches Merkmal, dessen Bezeichnung auch den Mitbewerbern der Anmelderin gestattet bleiben muss. Auch unter Zugrundelegung des hilfsweise beantragten Warenverzeichnisses ist die angemeldete Marke daher nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Die Beschwerde war damit zurückzuweisen.

Winkler

Dr. Hock

Kätker

Hu