



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 92/05

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 57 599.2

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 21. Februar 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 7. Oktober 2004 die Wortmarke

IDEAL

für folgende Dienstleistungen zur Eintragung in das Register angemeldet worden:

„Arbeitnehmerüberlassung auf Zeit (Klasse 35);
Berufsberatung (Klasse 41)“.

Die Markenstelle für Klasse 35 hat die Anmeldung durch Beschluss vom 17. Mai 2005 gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Sie hat ausgeführt, dass der Begriff „Ideal“ in seiner adjektivischen Form die Bedeutung von „den höchsten Vorstellungen entsprechend; von der Art, wie etwas (für bestimmte Zwecke) nicht besser vorstellbar ist“ habe. Als Substantiv bedeute der Begriff „Inbegriff der Vollkommenheit“. „Ideal“ werde in der Werbesprache häufig als Eigenschaftsversprechen verwendet für „vollkommen, genau richtig, passend“. Im Zusammenhang mit den hier angemeldeten Dienstleistungen werde der angesprochene Durchschnittsverbraucher die Bezeichnung lediglich als Hinweis auffassen, dass die so gekennzeichneten Dienstleistungen genau richtig für ihn seien. Als Eigenschaftsversprechen werde der Ausdruck auch im Zusammenhang mit Zeitarbeit verwendet. Die Markenstelle verweist in diesem Zusammenhang auf eine Internetrecherche.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Sie trägt vor, dass es sich bei „Ideal“ - sowohl in adjektivischer als auch in substantivischer Form verwendet - um einen in erheblichem Maß mehrdeutigen, interpretationsbedürftigen Begriff handle. Im Werbesprachgebrauch finde sich das Wort nur in komplexeren Werbeaussagen, bei denen der Begriff nur in seiner männlichen bzw. weiblichen adjektivischen Form bzw. als Adverb unter Hinzufügung weiterer Wörter verwendet werde. Hinzu komme, dass dem Wort „Ideal“ in der Wissenschaft beispielsweise in der Mathematik, Philosophie oder auch Physik ein jeweils anderer eigenständiger Begriffsinhalt zukomme. Auch im allgemeinen Sprachgebrauch sei der Begriff „Ideal“ höchst unscharf und interpretationsbedürftig. Auch in einer Entscheidung des Landgerichts Köln sei dem Wort „Ideal“ in der Wortkombination „Ideal Personal“ eine prägende Wirkung beigemessen worden.

Der Senat hat die Anmelderin unter Übersendung von Ermittlungsunterlagen auf Bedenken hinsichtlich der Erfolgsaussichten der Beschwerde hingewiesen.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet. Nach Auffassung des Senats fehlt der als Marke angemeldeten Bezeichnung jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, so dass die Markenstelle die Anmeldung im Ergebnis zu Recht gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen hat.

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren und Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 - Henkel; GRUR 2004, 1027 - Das Prinzip der Bequemlichkeit). Dabei ist grundsätzlich ein großzü-

giger Maßstab anzulegen, d. h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (st. Rspr. vgl. BGH GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK; MarkenR 2005, 145 - BerlinCard). Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden sachbezogenen Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 644 - Postkantoor). Dies ist hier der Fall.

Der deutsche Begriff „Ideal“ ist den angesprochenen Verkehrskreisen, hier teils Fachkreise, teils das allgemeine Publikum, sowohl in seiner adjektivischen Bedeutung als auch als Substantiv geläufig. Als Adjektiv bedeutet der Ausdruck „den höchsten Vorstellungen entsprechend“, als Substantiv „Inbegriff der Vollkommenheit“ (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl., 2001). Der Ausdruck ist deshalb geeignet, auf eine besondere fachmännische Qualität hinzuweisen, die den höchsten Ansprüchen genügt. Es handelt sich somit um eine Werbeanspreisung allgemeiner Art (so auch HABM, R0130/99-1 - IDEAL, BPatG 32 W (pat) 93/95 - IDEAL). Der Berücksichtigung dieser Entscheidungen steht auch nicht die von der Anmelderin angeführte Entscheidung des BGH „Individuelle“ (GRUR 2002, 64 ff.) entgegen. Diese Entscheidung ist mit den hier vorliegenden Verfahren und den zitierten Entscheidungen zu dem Begriff „Ideal“ alleine schon deshalb nicht vergleichbar, weil der BGH seine Entscheidung u. a. darauf gestützt hat, dass der Begriff „Individuell“ in diesem Fall mit dem Zusatz „e“ versehen war.

Auf dem hier einschlägigen Dienstleistungsgebiet findet der Ausdruck häufig Verwendung im Sinne einer werbemäßigen Anpreisung. Dies hat sich auch in einer Internetrecherche des Senats nachweisen lassen:

- www.sueddeutsche.de: „Ist Zeitarbeit ideal?“
- www.weltreporter.net: „Gerade für Berufsanfänger, zur Orientierung, sei Zeitarbeit ideal“
- www.azgmbh.de: „Zeitarbeit ist die modernste Form flexibler Arbeitsverhältnisse und ideal für alle ...“

- www.nebenjob.de: „Ideal ist diese Beschäftigung ...“
- www.super-illu.de: „Für einen Wiedereinstieg ist die Möglichkeit ideal“
- www.zag.de: „Ideal für alle, die engagiert ihren Beruf ausüben“
- www.unilife.de: „Ideal für die Bearbeitung individueller Ausbildungsgänge“.

Dass der Begriff „Ideal“ als Adjektiv und Substantiv darüber hinaus auf anderen Gebieten, wie beispielsweise in Mathematik oder Physik, einen anderen Bedeutungsinhalt hat, kann für das hier einschlägige Dienstleistungsgebiet keine Rolle spielen. In diesem Zusammenhang steht der Bedeutungsgehalt der werbemäßigen Anpreisung derartig im Vordergrund, dass andere Bedeutungsgehalte nicht ernsthaft in Betracht kommen.

Schließlich kann sich die Anmelderin zur Frage der Schutzfähigkeit nicht mit Erfolg auf die Entscheidung anderer Gerichte berufen. Voreintragungen bzw. andere rechtliche Beurteilungen haben lediglich eine Indizwirkung (vgl. BGH GRUR 2001, 1046 - GENESCAN), sind aber keinesfalls für das Bundespatentgericht verbindlich.

gez.

Unterschriften