



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 76/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 56 604.3/19

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 18. September 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortfolge

STEINplus

als Kennzeichnung für die Waren

Trockenmörtel und Mörtel zur Verlegung von Natursteinen.

Die Markenstelle für Klasse 19 hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und als freihaltungsbedürftige Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen mit der Begründung, die Wortfolge weise im Zusammenhang mit den entsprechend gekennzeichneten Mörteln lediglich darauf hin, dass diese für Steine bestimmt seien und gegenüber Vergleichsprodukten auf dem Markt einen Vorteil aufwiesen. Das Anhängsel „plus“ sei allgemein gebräuchlich, um auf die besondere Qualität eines Produktes hinzuweisen. In einer derart beschreibenden Angabe, die für die Mitbewerber freizuhalten sei, werde der Verkehr keine Marke sehen.

Die Anmelderin hat hiergegen Beschwerde eingelegt und darauf hingewiesen, dass die Marke lexikalisch nicht nachweisbar und in ihrem Aussagegehalt allenfalls vage sei. Zudem beschreibe sie die betroffenen Waren nicht, die ja weder aus Stein bestünden noch so aussähen. Die grafische Gestaltung durch verbundene Schreibweise und den Wechsel von Groß- zu Kleinbuchstaben unterstütze die Eigentümlichkeit der Marke, die deshalb weder freihaltungsbedürftig noch ohne Unterscheidungskraft sei.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die nach § 165 Abs. 4 MarkenG zulässige Beschwerde der Anmelderin ist nicht begründet, denn die Marke ist ohne Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) und muss als beschreibende Sachangabe für die Mitbewerber freigehalten werden (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

Wie die Markenstelle zutreffend ausführt, stellt die beanspruchte Marke nichts anderes dar als die bloße Aneinanderreihung von zwei, die betreffenden Waren unmittelbar beschreibenden Worten. Das Wort „STEIN“ ist für die beanspruchten Mörtel zumindest eine Bestimmungsangabe, die auch zu den beschreibenden Angaben des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gehört. Im Übrigen kommt der Begriff auch als Beschaffenheitsangabe insofern in Betracht, als Mörtel auch mit (kleinen) Steinen geliefert oder verbunden werden kann. Das Anhängsel „plus“ ist ein allgemein gebräuchliches Wort der Umgangs- und Werbesprache zum Hinweis auf die verbesserte Qualität eines Produktes oder einer Dienstleistung (z. B. Umsatzplus; Besucherplus; SuperPlus; SkiPlus; UHU plus; LTU plus; Post Giro Plus: Postbank, das Plus für Kunden; NWS: Neckarwerke Stuttgart AG: unsere Energie, Ihr Plus; Eubos: Das Plus für die Zukunft meiner Haut; Plus-Ausstattung bei Pkws usw.). Dies hat das Bundespatentgericht wiederholt festgestellt (zuletzt 28 W (pat) 80/04 vom 8. Juni 2005 - CLAUSPLUS). Das Gesamtwort ist nichts anderes als die Kombination dieser beschreibenden Bestandteile; nämlich der Hinweis darauf, dass die Mörtel besonders im Zusammenhang mit Steinen von hoher Qualität sind oder besondere Vorzüge aufweisen. Dass die Marke lexikalisch nicht nachweisbar ist, ändert nichts an ihrer sprach- und werbeüblichen Wortbildung und macht ihren Aussagegehalt nicht etwa unbestimmt oder vage. Das Wort „PLUS“ beinhaltet gerade wegen seiner Kürze und Prägnanz die unzweideutige und universell zutreffende Sachinformation, dass dieses Produkt in seiner Gesamtheit eine Verbesserung gegenüber dem Vorgängermodell bzw. gegenüber denjenigen der Konkurrenz, wie die Markenstelle ausgeführt hat, darstellt. Damit sind die Voraussetzungen für eine unmittelbar beschreibende Sachaussage im Sinne des § 8 Abs. 2

Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG zu bejahen. Im Übrigen wirbt die Anmelderin selbst auf ihrer Internet-Seite mit den Hinweisen „... STEINplus. Das Plus-System für Natursteinprofis. ...Das Plus an Möglichkeiten. ...ergibt es ein Bindemittel mit hervorragenden mörteltechnischen Eigenschaften ...empfohlen für besonders verfärbungsempfindliche Natursteine ...“ (vgl. www.quick-mix.de/tubag-steinplus.pdf).

Zudem ist die Wortkombination nur die Summe von beschreibenden Bestandteilen und kein neues Wort mit einer eigenen Bedeutung, das sich weit genug vom ursprünglich beschreibenden Gehalt entfernt, so dass ihr unter Berücksichtigung vor allem der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes (vgl. EuGH, MarkenR 2004, 111 – BIOMILD, MarkenR 2004, 99 – KPN/Postkantoor; BGH, MarkenR 2004, 39 - Cityservice) auch aus diesem Grund die Eintragung zu versagen ist.

Damit wird es vom Fachverkehr nicht als Herkunftsangabe gesehen werden und es muss den Mitbewerbern zur freien Verfügung freigehalten werden.

Entgegen der Auffassung der Anmelderin reicht die bildliche Wirkung nicht über die Gestaltungsmittel der heutigen Gebrauchsgrafik hinaus, so dass die Eintragungshindernisse nicht deshalb entfallen. Gerade die Kombination von Klein- mit Großbuchstaben ist von der Rechtsprechung wiederholt als werbeüblich und markenrechtlich unbeachtlich eingestuft worden (vgl. BGH WRP 2001, 1201 f. - antiKALK; Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl. 2006, § 8 Rdn. 100 m. w. N.).

Die Beschwerde der Anmelderin war daher zurückzuweisen.

gez.

Unterschriften