



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 516/17

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2015 224 219.2**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 5. Februar 2020 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber und die Richterinnen Akintche und Lachenmayr-Nikolaou

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Bezeichnung

### **Keramik komplett**

ist am 30. Oktober 2015 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister für nachfolgende Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 01: Aluminiumoxid [Tonerde]; Chemische Materialien für die Herstellung von Keramikmaterial; Chemische Materialien zur Herstellung von Keramik; Chemische Mischungen für gartenbauliche [technische] Keramiken; Chemische Mittel für die Herstellung von technischer Keramik; Essigsäure Tonerde; Flussmittel für die Herstellung von Keramikwaren [chemische Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke]; Keramikglasuren; Keramikmaterialien in Form von Granulaten für gewerbliche Zwecke; Keramikmaterialien in Form von Pasten für gewerbliche Zwecke; Keramikmaterialien in Form von Pulvern für gewerbliche Zwecke; Keramikpartikel als Filtermaterial; Keramikpulver zum Formen piezoelektrischer Elemente; Keramikverbindungen für die Sinterung [Granulat und Pulver]; Keramische Fritte; Kleber zum Verlegen von Keramikfliesen; Pastöse Massen aus Glas- und Keramikpulver zur Ausbildung von dielektrischen Schichten auf Mikroschaltungen; Pastöse Massen aus Glas- und Keramikpulver zur Dispersion in Fahrzeugen; Sprühkristallisierte poröse Kugeln aus Keramikmaterial; Tonerdehydrat; Wasserdichte Keramikverbindungen;

Klasse 02: Farbe für die Herstellung von Keramik; Farbstoffe für Keramikfarben; Färbemittel für Keramiksubstrate; Keramikfarben; Keramikglasuren;

Klasse 40: Bereitstellung von Informationen zur Keramikbearbeitung; Brennen von Keramik; Glasieren von Keramik; Keramikarbeiten; Keramikbearbeitung; Materialbearbeitung bei der Herstellung von Keramikwaren.

Mit Beschluss vom 7. März 2016 hat die Markenstelle für Klasse 40 des DPMA die Anmeldung unter Bezugnahme auf den Beanstandungsbescheid vom 2. Dezember 2015 gemäß §§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, der Slogan „Keramik komplett“ stelle in Bezug auf die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen einen rein anpreisenden Werbespruch dar, der eine Qualitätsbezeichnung beinhalte. Derartigen Slogans, die kein phantasievolles schutzfähiges Element aufweisen würden, fehle jegliche Unterscheidungskraft, da sie von den angesprochenen Verkehrskreisen lediglich als werbliche Anpreisung der Waren und Dienstleistungen, nicht aber als Unterscheidungsmerkmal hinsichtlich der betrieblichen Herkunft verstanden würden. So sage der Slogan „Keramik komplett“ lediglich aus, dass sich hier alles um Keramik drehe und man alles über Keramik erfahren bzw. alles aus dem Bereich Keramik erhalten könne.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders, der keinen ausdrücklichen Antrag gestellt hat, in der Sache aber sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 40 vom 7. März 2016 aufzuheben.

Der Beschwerdeführer trägt vor, der Slogan bzw. die Wortmarke „Keramik komplett“ stehe seit vielen Jahren in direktem Zusammenhang mit seiner Firma. Die mit „Keramik komplett“ bezeichneten Jahresskataloge würden seit Jahren und zwischenzeitlich in einer Auflage von 30.000 Stück produziert. Die angemeldete Bezeichnung sei vom Beschwerdeführer erstmalig in den Verkehr gebracht worden und zeige „die komplette Bandbreite des Sortiments“ auf.

Als Anlage zu seinem Beschwerdeschriftsatz hat der Beschwerdeführer Auszüge aus Katalogen vorgelegt, auf die Bezug genommen wird.

Mit Schreiben vom 29. Juli 2016 wurde er darauf hingewiesen, dass nach vorläufiger Einschätzung des damals zuständigen 24. Senats Zweifel in Bezug auf die Erfolgsaussichten der Beschwerde bestünden. Er hat sich hierzu nicht weiter geäußert.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige, insbesondere nach § 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 MarkenG statthafte und gem. § 66 Abs. 2 MarkenG fristgerecht eingelegte Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens „**Keramik komplett**“ als Marke steht das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat der angemeldeten Bezeichnung daher gem. § 37 Abs. 1 MarkenG zu Recht die Eintragung versagt.

1. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG schließt von der Eintragung als Marke Zeichen aus, denen für die in der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegli-

che Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen zukommende Eignung, die von der Anmeldung erfassten Waren bzw. Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und so diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart Technologies / HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG / HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 7 – #darferdas?; GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2008, 608 Rn. 66 Eurohypo AG / HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 229 Rn. 27 – BioID AG/ HABM [BioID]; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 565 Rn. 12 – smartbook).

Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 – Henkel KGaA; BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 10 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des

Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2019, 1194 Rn. 20 – AS / DPMA [#darferdas?]; GRUR 2008, 608 Rn. 67 – Eurohypo AG / HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord AG/ Hukla Germany SA [MATRATZEN]; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 – grill meister).

Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Zeichen, die einen beschreibenden Begriffsinhalt enthalten, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland NV/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas?). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder die Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard). Ferner kommt die Eignung, Waren oder Dienstleistungen ihrer Herkunft nach zu unterscheiden, solchen Angaben nicht zu, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas?; GRUR 2016, 934 Rn. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 21 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 26 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 11 – Link economy; GRUR 2010, 640 Rn. 13 – hey!).

2. Nach diesen Grundsätzen ist die Unterscheidungskraft der angemeldeten Wortfolge „Keramik komplett“ im hier relevanten Waren- und Dienstleistungszusammenhang zu verneinen, da die angesprochenen Verkehrskreise die Bezeichnung ohne besonderen gedanklichen Aufwand nur und ausschließlich als beschreibende Sachangabe mit anpreisendem Charakter auffassen, so dass sie diese wegen der darin enthaltenen Sachangabe nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Betrieb bzw. Unternehmen erkennen.

a) Die vorliegend beanspruchten Waren und Dienstleistungen richten sich in erster Linie an die Fachkreise, die sich mit der Herstellung und Bearbeitung von Keramik befassen oder diese in Auftrag geben, sowie an gewerbliche Kunden. So können beispielsweise Kunden aus der Automobilbranche in Klasse 1 angemeldete pastöse Massen aus Glas- und Keramikpulver zur Dispersion in Fahrzeugen im Rahmen ihrer gewerblichen Tätigkeit verwenden. Daneben wenden sich die hier relevanten Waren und Dienstleistungen jedenfalls teilweise auch an den allgemeinen Verbraucher, der beispielsweise in seiner Freizeit töpft und jedenfalls einen Teil der beanspruchten Waren zur Herstellung oder zum Färben bzw. Lasieren von Keramik selber verwenden und die in Klasse 40 beanspruchten Dienstleistungen in Anspruch nehmen kann.

b) Das Anmeldezeichen „Keramik komplett“ setzt sich aus dem Substantiv „Keramik“ und dem Adjektiv „komplett“ zusammen. Der Begriff Keramik, auch keramische Massen, bezeichnet in der Fachsprache eine Vielzahl anorganischer nichtmetallischer Werkstoffe, die grob in die Typen Irdengut, Steingut, Steinzeug, Porzellan und Sondermassen unterteilt werden können. Allgemeinsprachlich bezeichnet der Begriff „Keramik“ sowohl Erzeugnisse aus gebranntem Ton oder (seltener) aus Porzellan sowie den gebrannten Ton selbst, aus dem derartige Erzeugnisse hergestellt sind, als auch die Technik der Herstellung von Keramik und das entsprechende [Kunst]handwerk bzw. die entsprechende Industrie (vgl. <https://www.duden.de/rechtschreibung/Keramik>).

Dem Adjektiv „komplett“ kommt die Bedeutung „vollständig, als Ganzes [vorhanden], absolut, völlig“ zu (vgl. <https://www.duden.de/rechtschreibung/komplett>).

In seiner Bedeutung „vollständig“ findet es im allgemeinen Sprachgebrauch und vor allem auch in der Werbesprache zur Bezeichnung umfassender Leistungen und Sortimente und somit zur Beschreibung und zugleich zur Anpreisung von Waren- und Dienstleistungsangeboten vielfach Verwendung (vgl. auch BPatG, Beschluss vom 8. Juli 2010, 25 W (pat) 14/10 – Complete: Der Begriff „Complete“ im Sinne von „komplett“ werde als werbliche Anpreisung und Beschreibung der gewünschten Eigenschaften der beanspruchten Waren aufgefasst).

c) Die Gesamtheit des Zeichens führt nicht zu einem Bedeutungsgehalt, der über die Summe der – hier jeweils beschreibenden – Einzelelemente der Wortfolge hinausginge. Der beschreibende Charakter mehrerer Wörter geht nicht grundsätzlich schon durch deren Zusammenführung verloren, vielmehr ist die bloße Kombination beschreibender Bestandteile im Allgemeinen selbst beschreibend (vgl. EuGH GRUR 2004, 680 Rn. 41 – Campina Melkunie BV/Benelux-Merkenbureau [BIOMILD]; BGH GRUR 2009, 949 Rn. 13 – My World). Etwas anderes gilt nur dann, wenn zwischen einer aus der Verbindung zweier beschreibender Bestandteile bestehenden Neuschöpfung und der bloßen Summe ihrer Bestandteile ein merklicher Unterschied besteht; dies setzt voraus, dass die Neuschöpfung auf Grund der Ungewöhnlichkeit der Kombination in Bezug auf die genannten Waren oder Dienstleistungen einen Eindruck erweckt, der hinreichend weit von dem abweicht, der bei bloßer Zusammenfügung der ihren Bestandteilen zu entnehmenden Angaben entsteht, und somit über die Summe dieser Bestandteile hinausgeht (vgl. EuGH MarkenR 2007, 204 Rn. 77 f. – HABM / Celltech R&D Ltd [CELLTECH]; GRUR 2004, 674 Rn. 104 – Koninklijke KPN Nederland NV/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; GRUR 2004, 680 Rn. 41 – Campina Melkunie BV/Benelux-Merkenbureau [BIOMILD]; BGH GRUR 2014, 1204 Rn. 16 – DüsseldorfCongress; GRUR 2009, 949 Rn. 13 – My World). Dies ist vorliegend nicht ersichtlich. Insbesondere ist die Nachstellung von Adjektiven in der werbeanpreisenden Benennung von Sacheigenschaften üblich (vgl. BPatG, Beschluss vom 28.04.2011, 28 W (pat) 128/10



– PLASMA Compact; Beschluss vom 09.11.2004, 25 W (pat) 112/03 – Hacking Extrem; Beschluss vom 11.05.2004, 24 W (pat) 268/03 – BEAUTYpur). Der angesprochene Verkehr wird das Zeichen in seiner Gesamtheit „Keramik komplett“ als reinen Sachhinweis dahingehend verstehen, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen Keramik als solche bzw. deren Herstellung oder Bearbeitung betreffen und Teil eines umfassenden Waren- und/oder Dienstleistungsangebots aus diesem Bereich sind. Hierfür spricht nicht zuletzt, dass der Beschwerdeführer zur Begründung seines Rechtsmittels vorgetragen hat, dass die Bezeichnung „Keramik komplett“ von ihm eingeführt worden sei, um „die komplette Bandbreite“ des angebotenen Sortiments im keramischen Leistungsspektrum aufzuzeigen.

Die Schutzfähigkeit der Begriffskombination „Keramik komplett“ ergibt sich auch nicht aus dem Vortrag des Beschwerdeführers, dass die Bezeichnung „Keramik komplett“ von ihm „erstmalig in den Verkehr gebracht“ worden sei. Es kommt nicht darauf an, ob der Anmelder und Beschwerdeführer oder seine Mitarbeiter die angemeldete Wortfolge „erfunden“ haben, wenn der angesprochene Verkehr in der in Frage stehenden Bezeichnung nur eine beschreibende Verwendung und nicht (auch) einen Hinweis auf die Herkunft der Waren/ Dienstleistungen aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb sieht. Der Aspekt der „Neuheit“ bzw. „erfinderischen Tätigkeit“ spielt im Markenrecht – anders als im Patentrecht – keine Rolle, da es zur Beurteilung der Schutzfähigkeit eines Zeichens lediglich auf die Unterscheidungskraft bzw. das Freihaltebedürfnis ankommt (vgl. BGH GRUR 2003, 436, 439 – Feldenkrais; BPatG, Beschluss vom 14.05.2019, 25 W (pat) 76/17 – Paletas Berlin; Beschluss vom 30.04.2014, 29 W (pat) 113/11 – Schichtenmodell der Integration). Der Verkehr ist daran gewöhnt, im Geschäftsleben ständig mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen lediglich in einprägsamer Form übermittelt werden sollen. Daher kann auch Wortneubildungen das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegenstehen, wenn sie sprachüblich gebildet sind und ihr beschreibender Aussagegehalt so deutlich und unmissverständlich ist, dass sie ihre Funktion als Sachbegriffe erfüllen können. Dies ist dann der Fall, wenn sich den angesprochenen Abnehmern eine konkret

beschreibende Angabe ohne die Notwendigkeit besonderer Denkprozesse unmittelbar erschließt (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 8 Rn. 159 m. w. N.), wovon vorliegend auszugehen ist.

Dementsprechend kann auch eine fehlende (lexikalische) Nachweisbarkeit die Eintragungsfähigkeit der Wortfolge nicht per se begründen. Die Schutzhindernisse gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG setzen nicht voraus, dass ein Zeichen zum Zeitpunkt der Anmeldung bereits tatsächlich für die in der Anmeldung aufgeführten Waren oder Dienstleistungen oder für ihre Merkmale beschreibend verwendet wurde (vgl. (EuGH GRUR 2004, 146 Rn. 32 – HABM / Wm. Wrigley Jr. Company [Doublemint]; BGH GRUR 2001, 1151 – marktfrisch; GRUR 2001, 1153 – antiKALK; BPatG, Beschluss vom 9. Oktober 2003, 25 W (pat) 72/02 – JoJoStopp). Dass sich das angemeldete Zeichen im Anmeldezeitpunkt infolge seiner Benutzung durch den Anmelder im Verkehr durchgesetzt habe im Sinne von § 8 Abs. 3 MarkenG, hat der Beschwerdeführer nicht ansatzweise dargelegt.

d) Nach dem Vorgesagten gibt das Anmeldezeichen nur einen schlagwortartigen, anpreisenden Sachhinweis auf die inhaltliche Ausrichtung, Art und Zweckbestimmung der hier relevanten Waren und Dienstleistungen als Teil eines umfassenden Angebots aus dem keramischen Bereich, nicht aber einen Herkunftshinweis. Bei den beanspruchten Waren der Klassen 1 und 2 handelt es sich nämlich entweder unmittelbar um Keramik, Keramikmaterialien bzw. -bestandteile oder um Produkte zur Herstellung, Bearbeitung oder Verwendung von Keramik(erzeugnissen). Die in Klasse 40 beanspruchten Dienstleistungen betreffen die Herstellung oder Bearbeitung von Keramik oder die Bereitstellung diesbezüglicher Informationen. Im Zusammenhang mit sämtlichen vorliegend relevanten Waren und Dienstleistungen stellt das Wort „Keramik“ für sich genommen daher eine Bezeichnung des Gegenstands oder des Bestimmungszwecks dieser Waren und Dienstleistungen dar.

3. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob die angemeldete Bezeichnung darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die fraglichen Waren und Dienstleistungen freihaltebedürftig ist.

4. Der Senat konnte ohne mündliche Verhandlung entscheiden, da der Beschwerdeführer die Durchführung einer solchen nicht beantragt (§ 69 Nr. 1 MarkenG) und der Senat eine mündliche Verhandlung auch nicht für geboten erachtet hat (§ 69 Nr. 3 MarkenG).

### **Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe durch eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt schriftlich einzulegen.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Lachenmayr-Nikolaou

Pr