

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 11/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 76 433.2/04

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. Juli 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, der Richterin Martens und des Richters Paetzold

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister für die Waren

technische Öle und Fette; Schmiermittel; Staubabsorbier-
rungs-, Staubbenetzungs- und Staubbindemittel; Brennstoffe
einschließlich Motorentreibstoffe und Leuchtstoffe

ist das Wort

Expert.

Die Markenstelle für Klasse 4 hat die Anmeldung wegen eines bestehenden Freihaltungsbedürfnisses zurückgewiesen, da dem geläufigen englischen Wort "expert" im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren lediglich ein unmittelbar beschreibender Sachhinweis zu entnehmen sei und dem darüber hinaus auch jegliche Unterscheidungskraft fehle.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem Antrag,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Zur Begründung führt sie aus, für die Annahme einer beschreibenden Angabe, die sich allein an der Auffassung der inländischen Verkehrskreise orientiere, fehlten

jegliche Anhaltspunkte. Im Zusammenhang mit den hier betroffenen Waren sei die von der Markenstelle angeführte Übersetzung "für den Experten" widersinnig. Der schlagwortartigen Aussage könne auch nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, denn der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung steht zumindest das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinn dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, im Verkehr als Herkunftshinweis für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede, auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Die Unterscheidungskraft fehlt jedoch, wenn dem Zeichen ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann.

Das ist hier der Fall und damit erfüllt das Anmeldezeichen selbst die geringen Anforderungen an die Unterscheidungskraft nicht, weil es die angesprochenen Verkehrskreise im Zusammenhang mit den angemeldeten Waren lediglich als anpreisende allgemeine Warenbeschreibung und nicht als Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen auffassen werden. Das Wort "expert" bzw "Experte" wird im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren lediglich sachbezogen in dem Sinne verstanden, dass die so gekennzeichneten Produkte für Experten bestimmt sind oder sie von Experten hergestellt werden. An einen solchen Gebrauch des Wortes ist der Verkehr gewöhnt, da mit dieser Bezeichnung auf verschiedenen Warengeländen geworben wird (vgl etwa: "Concord, Kinderautositze von Experten", Baby-

Walz-Katalog 1999; "Fujifilm The memory expert" Zeitschrift Chip, 12/00; "Kicker, Experten greifen zum Original" Zeitschrift "Selber Machen", 8/00; sowie "Wella", "Beautiful hair needs an expert", Zeitschrift Amica, 5/00).

Anmerkungen zu Warenangeboten, die sinngemäß die Behauptung "von Experten" bzw "für Experten" enthalten, sind auch bei Massenartikeln werbeüblich, die für jedermann und nicht für eine bestimmte, fachkundige Kundengruppe bestimmt sind. Dafür hat schon die Markenstelle konkrete Belege angeführt. Ohne eine Konkretisierung der technischen Details, auf die sich die behauptete Fachkunde bezieht, laufen solche Angaben auf eine allgemeine Anpreisung des Inhalts hinaus, dass die Qualität der angebotenen Ware besonders gut sei, weil die Ware fachkundig hergestellt worden und für anspruchsvolle, nämlich fachkundige Verbraucher bestimmt sei. Insofern ist die Parallele zu den Begriffen "professionell" und "Profi" zu ziehen, die sich ebenfalls als allgemeine, unspezifische Qualitätsanpreisung in der Werbesprache durchgesetzt haben und idR nicht unterscheidungskräftig sind. Dass hier das Wort "Expert" isoliert verwandt wird ohne weitere Ergänzung, wird als werbeübliche Verkürzung aufgefasst werden und ändert nichts an dem anpreisenden Charakter des Markenwortes. Dies gilt auch für das beanspruchte Warengbiet.

Der Senat teilt die Auffassung der Anmelderin nicht, die hier beanspruchten Öle und Schmierstoffe sowie Treibstoffe und Staubbindemittel seien für Experten im Gegensatz zu solchen für Laien nur schwerlich denkbar. Nach den Feststellungen des Senats finden sich solche Waren nicht nur auch im Heimwerkerbereich, sondern gerade Brennstoffe werden in unterschiedlichen Qualitäts- und Leistungsstufen häufig mit "extra", "Super" u.ä. angepriesen. Bezeichnenderweise findet sich auf dem Markt bereits eine Treibstoffserie, die unter dem Namen "Jet-Line Expert Treibstoff" angeboten wird und deutlich macht, dass es sich bei "Expert" auch in diesem Warenbereich letztlich um eine qualitätsberühmende Angabe handelt. Die Anmelderin ist diesen Feststellungen im übrigen mit keinem Wort entgegen getreten.

Dass dem Wort "expert" jegliche Eignung als betrieblicher Hinweis fehlt, ist schließlich wiederholt von den Senaten des Bundespatentgerichts ausgesprochen worden (vgl. Az. 32 W (pat) 66/99 – PC EXPERT -, 24 W (pat) 270/97 - XPERTWARE -; 28 W (pat) 59/00 – XPERT -, 24 W (pat) 157/97 – Expert -, 24 W (pat) 136/99 – Expert -).

Auch unter Berücksichtigung der EuGH-Entscheidung "BRAVO" (WRP 2001, 1272 ff.), auf die sich die Anmelderin beruht, kann der Marke nicht die erforderliche Unterscheidungskraft zuerkannt werden. Diese Entscheidung behandelt die Vorlagefrage, wie Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe d der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 – auf dieser Richtlinienbestimmung beruht die Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG – auszulegen ist. Im vorliegenden Fall geht es aber nicht um das Eintragungshindernis einer üblich gewordenen Bezeichnung, sondern um das der konkreten Unterscheidungskraft gem § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Die Ausführungen des EuGH in den Erwägungsgründen 28 und 29 (vgl. EuGH WRP 2001, 1275) beziehen sich dagegen auf die Anforderungen an die abstrakte Unterscheidungskraft, die in Artikel 2 der Richtlinie ihre Grundlage hat. Die grundsätzliche Markenfähigkeit stand jedoch im bisherigen Verfahren nicht in Frage, sondern die konkrete Eignung des angemeldeten Markennwortes, als betrieblicher Herkunftshinweis der so gekennzeichneten Waren zur Unterscheidung der Waren anderer Unternehmen aufgefasst zu werden.

Die Beschwerde der Anmelderin war nach alledem zurückzuweisen.

Die von der Anmelderin angeregte Zulassung der Rechtsbeschwerde war nicht veranlasst, da keine der in § 83 Abs. 2 MarkenG genannten Voraussetzungen vorliegt. Vielmehr ging es im vorliegenden Verfahren um die Klärung rein tatsächli-

cher Fragen sowie die Subsumtion des Sachverhalts unter den Begriff der mangelnden Unterscheidungskraft, deren Beurteilung auf tatrichterlichem Gebiet liegt.

Stoppel

Martens

Paetzold

Ko