



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 12/06

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
1. August 2006

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 305 46 890.1

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 1. August 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I**

Die Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 8. Dezember 2005 die Anmeldung der für Waren der Klassen 18, 25 und 28 als Wortmarke beanspruchten Kennzeichnung

### **SUPERSTRUCTURE**

nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen, weil die aus der anpreisenden Angabe „SUPER“ und dem englischen Begriff für Struktur zusammengesetzte Bezeichnung vom Verkehr nur dahin verstanden werde, dass die beanspruchten Waren eine besonders gute Struktur aufwiesen oder Oberflächen besäßen, die sich durch eine solche Struktur auszeichneten.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie ihr Eintragungsbegehren weiterverfolgt. Sie hält die angemeldete Bezeichnung für hinreichend unterscheidungskräftig und nicht freihaltungsbedürftig, denn die gegenteilige Ansicht der Markenstelle beruhe auf einer analysierenden Betrachtung. Für die angemeldeten Waren sei es unüblich und unbekannt, auf ihre Struktur abzustellen.

An der auf ihren Hilfsantrag anberaumten mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin nach vorheriger Ankündigung nicht teilgenommen, sondern um Entscheidung nach Aktenlage gebeten.

## II

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen anschließt, hat die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt. Die Beschwerdebegründung bietet für eine abweichende Beurteilung keinen Anlass.

Mit der Markenstelle geht auch der Senat davon aus, dass der angemeldeten Bezeichnung jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG fehlt, also nach der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington) und des Bundesgerichtshofs (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns) die Eignung, von den Abnehmern, an welche sich die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen richten, als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) ist nämlich davon auszugehen, dass die durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 – Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2) Abnehmer in ihr keinen Hinweis mehr auf die Herkunft der beanspruchten Waren aus einem *bestimmten* Unternehmen sehen, sondern ihr nur einen für diese Waren im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt entnehmen werden (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH, GRUR 2001, 162, 163 m. w. N. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Wie auch die Anmelderin letztlich nicht in Abrede stellt, ist die angemeldete Bezeichnung aus den Begriffen „SUPER“, das als Adjektiv sowohl in der deutschen wie in der englischen Sprache für „großartig, hervorragend“ (vgl. Duden - Deut-

sches Universalwörterbuch, 5. Aufl. Mannheim 2003 [CD-ROM] Stichwort „super“) steht, und dem englischsprachigen Begriff „STRUCTURE“ zusammengesetzt, den der inländische Verkehr unschwer in der Bedeutung „Struktur“ erkennt. Entgegen der Ansicht der Anmelderin bedarf es keiner analysierenden Betrachtung, um die englischsprachige Anmelde­marke „SUPERSTRUCTURE“ in der deutschen Bedeutung „Superstruktur“ zu erfassen, denn schon wegen der in beiden Sprachen nahezu identischen Wortbildung wird der Verkehr, der auf dem hier in Rede stehenden Warengbiet an englische Bezeichnung gewöhnt ist, die Anmelde­marke ohne weiteres Nachdenken nur in diesem Sinne entgegennehmen.

In dieser Bedeutung werden die angesprochenen Verkehrskreise - dies sind wegen der Art der beanspruchten Waren vorliegend alle inländischen Verbraucher - die Anmelde­marke in Zusammenhang mit Waren der Klassen 18, 25 und 28 aber nur als schlichten Sachhinweis auf deren Beschaffenheit verstehen. Entgegen der Ansicht der Anmelderin ist es nämlich im Bereich von Kleidung und Lederwaren weit verbreitet, auf deren Struktur (Gewebestruktur, Design, Oberfläche, Strapazierfähigkeit) in besonderer Weise aufmerksam zu machen, wie sich den der Anmelderin mit der Ladung übersandten zahlreichen Fundstellen im Internet ohne Weiteres entnehmen lässt. Bei Lederwaren ist sogar der Begriff „strukturiertes Leder“ - im Gegensatz zu „glattem“ nachweisbar. Gleiches gilt für die beanspruchten Spielwaren der Klasse 28, denn bei diesen spielt die Struktur ausweislich der übersandten Belege ebenfalls eine maßgebende Rolle. So gibt es Spiele, wie Conway's Spiel des Lebens, die Strukturen als Ziel haben. Struktur-Spiele gelten als Kategorie, wie Erzählspiele u. a. Bei Spielzeug wird die Struktur (etwa des Holzes) in der Werbung betont. Tennisschläger haben Strukturen im Aufbau und Bälle als Oberfläche.

Bei dieser Sachlage liegt es auf der Hand, dass die angesprochenen Verbraucher auch die Anmelde­marke nur als einen Sachhinweis darauf verstehen, dass die mit ihr gekennzeichneten Waren der Klassen 18, 25 und 28 über eine besonders herausragende Struktur verfügen. Der Gedanke, dass hiermit auf deren Herkunft

aus einem ganz bestimmten Unternehmen hingewiesen werden soll, wird ihnen demgegenüber nicht kommen. Damit kann die Anmeldemarke aber die wesentliche Funktion einer Marke als betriebliches Unterscheidungsmittel nicht erfüllen, so dass ihr das nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft für alle beanspruchten Waren abzusprechen ist.

Da die Markenstelle somit im Ergebnis der Anmeldemarke zutreffend die Eintragung wegen des Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt hat, war die Beschwerde zurückzuweisen.

gez.

Unterschriften