



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 112/04

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 303 32 660.3**

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 8. August 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 17 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 22. März 2004 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Die Wortmarke

## **AIRSCREEN**

ist für verschiedene Waren der Klassen 7, 9, 17 und 19, nämlich für

„Druckluftpumpen, Kunststoff-Druckrohrleitungen, Kunststoffformteile, Kunststoffleitungen; Vorrichtungen zum Aufspannen und Aufrichten von Leinwänden mittels Luftkissen; Gebläsemaschinen; Kompressoren (Maschinen); Gebläse zum Komprimieren, Ansaugen und für den Transport von Gasen und Luft; aufblasbare Filmprojektionsleinwände, Polyvinylchlorid (PVC)-Rahmen, luftaufblasbar; Gummi; Gummifäden, nicht für Textilzwecke; Gummiklappen (Gummiventile); Gummikunststofffasern, nicht für Textilzwecke; Kunststoffe, teilweise bearbeitet; Textilersatzstoffe aus Kunststoffen; Kunststofffolien, außer für Verpackungszwecke; Kunststoffgarne, nicht für Textilzwecke; flexible Rohre, nicht aus Metall; Schläuche aus Textilmaterial; Kunststofffolienverbundstoffe; nicht weich gemachte Kunststoffe; Leinwände für Film- und Diaprojektion, Kinoleinwände, Projektionsleinwände, Filmleinwände, Lein-

wände für Filmvorführungen; Druckluftleitungen, nicht aus Metall; stranggepresster Kunststoff in Form von Barren, Blöcken, Kugeln, Stäben, Blechen, Folien und Rohren zur Weiterverarbeitung; Kunststoff-Elastomerfolien; biegsame PVC-Folienbahnen; transportable Bauten, nicht aus Metall; Sperrventile, nicht aus Metall; Gerüste, nicht aus Metall (Tragkonstruktion für Bauten); Kinoleinwandrahmen, nicht aus Metall; Stützen, nicht aus Metall; Balken, nicht aus Metall“,

zur Eintragung in das Register angemeldet worden.

Mit Beschluss vom 22. März 2004 hat die mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 17 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung wird im Wesentlichen ausgeführt, es handle sich bei der angemeldeten Marke um eine Wortkombination aus den Bestandteilen „AIR“ und „SCREEN“. Das Wort „air“ sei das jedermann verständliche, dem Grundwortschatz der englischen Sprache entnommene Wort für „Luft“. Das Wort „screen“ stamme ebenfalls aus der englischen Sprache und bedeute „Leinwand“, „Bildschirm“ oder „Projektionsfläche“. Bezogen auf die von der Anmeldung umfassten Waren besage die Wortkombination „AIRSCREEN“, dass es sich hierbei um eine Leinwand handle, die so konstruiert sei, dass entweder sie selbst oder der sie haltende Rahmen mit Luft gefüllt werden könne. Die angesprochenen Verkehrskreise würden demnach der als Marke angemeldeten Bezeichnung eine Sachangabe, nicht dagegen einen betrieblichen Herkunftshinweis entnehmen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Auffassung nach steht der Eintragung der angemeldeten Marke kein Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Zwar ermögliche die Wortkombination „AIRSCREEN“ gewisse begriffliche Assoziationen und es handle sich daher bei ihr

zweifellos um eine „sprechende Marke“; sie stelle jedoch im Geringsten eine Produktbeschreibung dar. Mangels eines feststellbaren, im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalts könne somit der angemeldeten Marke die erforderliche Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

Zur Ausräumung eines etwaigen beschreibenden Bezugs hat die Anmelderin das Warenverzeichnis der Anmeldung im Beschwerdeverfahren auf Waren der Klasse 17, nämlich auf folgende beschränkt:

„Gummi; Gummifäden, nicht für Textilzwecke; Gummikunststofffasern, nicht für Textilzwecke; Kunststoffe, teilweise bearbeitet; Kunststofffolien, außer für Verpackungszwecke; Kunststoffgarne, nicht für Textilzwecke; Kunststofffolienverbundstoffe; nicht weich gemachte Kunststoffe, teilweise bearbeitet; stranggepresster Kunststoff in Form von Barren, Blöcken, Kugeln, Stäben, Blechen, Folien und Rohren zur Weiterverarbeitung; Kunststoff-Elastomerfolien, außer für Verpackungszwecke; biegsame PVC-Folienbahnen, außer für Verpackungszwecke“.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache Erfolg. Nach Auffassung des Senats stehen der Eintragung der angemeldeten Marke für die nach der erfolgten Beschränkung verbliebenen beschwerdegegenständlichen Waren keine

absoluten Schutzhindernisse entgegen, insbesondere ist die als Marke angemeldete Wortkombination „AIRSCREEN“ nicht als Angabe zu beurteilen, der jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinn der genannten Bestimmungen ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung oder Schutzerstreckung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2003, 514, 517 (Nr. 40) „Linde, Winward u. Rado“; GRUR 2004, 428, 431 (Nr. 48) „Henkel“; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 „Bar jeder Vernunft“; GRUR 2003, 1050, 1051 „Cityservice“). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (vgl. u. a. EuGH GRUR 2003, 514, 517 (Nr. 41) „Linde, Winward u. Rado“; GRUR 2004, 428, 431 (Nr. 50) „Henkel“; GRUR 2006, 411, 412 (Nr. 24) „Matratzen Concord/Hukla“). Ausgehend hiervon besitzen Wortmarken regelmäßig dann eine hinreichende Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise für die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen keinen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen können und die Marken von diesen auch nicht als Werbeslogan, Qualitätshinweis, Aufforderung zum Kauf oder sonst nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 86) „Postkantoor“; GRUR Int. 2005, 224, 226 (Nr. 44) „DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT“; BGH GRUR 2005, 417, 418 „BerlinCard“). Dies trifft auf die als Marke angemeldete Bezeichnung „AIRSCREEN“ bezogen auf die vorliegend noch im Verfahren verbliebenen Waren zu.

Die Bezeichnung „AIRSCREEN“ stellt eine Begriffskombination aus zwei den inländischen Verkehrskreisen durchaus geläufigen Wörtern der englischen Sprache dar. Den Wortanfang bildet das Wort „air“, das „Luft“ bedeutet und den deutschen Verkehrskreisen nicht zuletzt - worauf die Markenstelle zu Recht hingewiesen hat - aus zahlreichen ähnlich zusammengesetzten Begriffen (z. B. Airbag, Airconditioner) hinreichend bekannt ist. Auch der weitere Wortbestandteil „screen“ ist dem Grundwortschatz der englischen Sprache entnommen und wird von den Verkehrskreisen - insbesondere mit Rücksicht auf den mittlerweile in allen Bereichen der Gesellschaft weit verbreiteten Einsatz von Computern - ohne weiteres in der Bedeutung von „Bildschirm“ verstanden. Dem hiernach wörtlich mit der Bedeutung „Luftbildschirm“ zu übersetzenden Gesamtbegriff „AIRSCREEN“ kann das inländische Publikum jedoch bezogen auf die im vorliegenden Verfahren konkret verbliebenen Waren keinen klaren, im Vordergrund stehenden, beschreibenden Begriffsinhalt mehr zuordnen. Bei den von der Anmeldung gegenwärtig noch umfassten Waren handelt es sich durchweg um Halbfabrikate oder Vorprodukte, die mit dem Begriff „Luftbildschirm“ nicht unmittelbar benannt werden können und die von einem Gegenstand, der gegebenenfalls in dieser Weise bezeichnet werden könnte, so weit entfernt sind, dass sich den Verkehrskreisen auch kein Hinweis auf eine konkrete Zweckbestimmung der Waren aufdrängt.

Hiernach ist auszuschließen, dass ein normal informierter und angemessen aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher der im Verfahren verbliebenen Waren die Wortkombination „AIRSCREEN“ lediglich als Sachangabe und

nicht als Unterscheidungsmittel versteht (vgl. BGH GRUR 2003, 1050, 1051 „City-service“). Mangels eines derartigen beschreibenden Aussagegehalts der angemeldeten Marke ist auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu verneinen.

gez.

Unterschriften