

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 13/02

(Aktenzeichen)

Verkündet am
8. Oktober 2002

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 07 760.6

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 8. Oktober 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, des Richter v. Zglinitzki und des Richters k.A. Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 6. Februar 2001 die Wortmarke

FOR BETTER BUILDING

für die Waren und Dienstleistungen

„Klasse 1: Chemische Erzeugnisse für die Baustoffindustrie;

Klasse 19: Baumaterialien (nicht aus Metall); Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke; Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall);

Klasse 37: Bauwesen“

zur Eintragung in das Register angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 19 hat die Anmeldung durch den von einem Mitglied des Patentamts erlassenen Beschluß vom 23. November 2001 wegen fehlender Unterscheidungskraft sowie wegen eines Freihaltungsbedürfnisses an einer beschreibenden Angabe gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG mit der Begründung zurückgewiesen, die grammatikalisch richtige und sprachübliche englische Aussage der angemeldeten Marke werde von den angesprochenen Verkehrskreisen mit der Bedeutung „Für besseres Bauen“ lediglich als beschreibende und qualitätsberühmende Bestimmungsangabe verstanden, selbst wenn sie als Werbeslogan aufgefaßt werde.

Die Anmelderin hat gegen diese Entscheidung des Patentamts Beschwerde eingelegt. Sie beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben,

und trägt im Wesentlichen vor, die Wortzusammenstellung „FOR BETTER BUILDING“ in ihrer Gesamtheit gehe über einen Hinweis auf ein Merkmal der betroffenen Waren und Dienstleistungen hinaus, so daß sie keinen rein beschreibenden Charakter besitze. Der Bestandteil „BETTER“ enthalte keine spezifische Aussage hinsichtlich der Art und Bestimmung. Die angemeldete Wortfolge werde nur von der Anmelderin als Slogan benutzt.

Hilfsweise macht sie die Verkehrsdurchsetzung der angemeldeten Marke geltend. Sowohl sie selbst als auch die mit ihr verbundenen Unternehmen benutzen die angemeldete Wortverbindung umfangreich im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Ihr Unternehmen gehöre zu den größten Zementherstellern der Welt. In Deutschland habe sie 19 Tochtergesellschaften, mit ihr verbundene Unternehmen und Beteiligungsunternehmen. Allein der Zement- und Klinkerabsatz der sechs deutschen Zementwerke habe ... Tonnen im Jahr 2001 betragen. Damit sei sie der zweitgrößte Zementhersteller in Deutschland. Sie benutze die Anmeldemarke in zahlreichen Publikationen, in ihren Internet-Auftritten und auf den beanspruchten Waren, insbesondere auf den Zementsäcken. Dazu hat sie ihre Unternehmens-Veröffentlichungen „Corporate Mission“, „Konzern im Überblick 2001“, „Umweltbericht 2002“, „Thought and Aktion“, sowie Internet-Auszüge und die Kopie einer Zement-Verpackung („LEHIGH since 1897 PORTLAND CEMENT“) eingereicht.

Wegen der weiteren Einzelheiten ihres Vorbringens wird auf ihre Schriftsätze Bezug genommen.

Die Beschwerdeführerin hat sich - nach der Rücknahme ihres Antrages auf mündliche Verhandlung - mit dem vom Vorsitzenden des Senats wegen der mangelnden Erfolgsaussicht der Beschwerde vorgeschlagenen Verfahren einverstanden erklärt, daß die mündliche Verhandlung unter Aufrechterhaltung des vorgesehenen Termins in ihrer Abwesenheit durchgeführt und anschließend eine abschließende Entscheidung verkündet wird. Gelegenheit zu weiterem Vorbringen hat sich die Beschwerdeführerin nicht erbeten.

II

Die Beschwerde ist unbegründet.

Der Senat muß - im Ergebnis jedenfalls insoweit mit der Beurteilung der Markenstelle des Patentamts übereinstimmend - feststellen, daß der angemeldeten Marke „FOR BETTER BUILDING“ im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen bereits jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG fehlt.

Bei der als Marke angemeldeten Wortfolge „FOR BETTER BUILDING“ handelt es sich hinsichtlich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen um eine offensichtlich glatt beschreibende Bestimmungsangabe. Die insgesamt sprachüblich und korrekt formulierte englische Angabe „FOR BETTER BUILDING“ werden die angesprochenen Verkehrskreise - nicht nur Fachleute, sondern auch das allgemeine Publikum der Verbraucher, wie insbesondere Bauherrn, Heimwerker etc - ohne weiteres im Sinne von „Für besseres Bauen“ verstehen und lediglich als unmittelbar beschreibenden Hinweis auffassen, daß die Qualität der beanspruchten Waren und Dienstleistungen „Für besseres Bauen“ - als das übliche - geeignet und bestimmt sind.

Da die Aussage der angemeldeten Marke „FOR BETTER BUILDING“ durch das Adjektiv „BETTER“, insbesondere in seiner Komparativform, eine werbende An-

preisung enthält, kann der Verkehr sie - wie von der Anmelderin auch beabsichtigt - zwar durchaus als Werbeslogan ansehen. Die Unterscheidungskraft von Werbesprüchen oder sloganartigen Wortfolgen ist aber grundsätzlich nach den gleichen Anforderungen wie bei sonstigen Wortmarken zu beurteilen. Auch Werbeslogans, die lediglich beschreibende Angaben oder Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art enthalten, mangelt es daher an jeglicher Unterscheidungskraft (vgl BGH GRUR 2000, 323 f - Partner with the Best; BGH GRUR 2000, 321 f - Radio von hier, Radio wie wir; BGH GRUR 2000, 720 f - Unter Uns; BGH WRP 2001, 692, 693 - Test it; Beschlüsse des Senats, zB: BPatGE 43, 253 ff - Energie mit Esprit; BPatGE 44, 271 ff - select iT; vom 10. April 2001 - 33 W (pat) 245/00 - So vermehrt sich Geld!; vom 5. März 2002 - 33 W (pat) 172/01 - Competence in Finance). Dies ist bei der Anmeldemarke der Fall.

Die angemeldete Marke kann auch nicht auf Grund Verkehrsdurchsetzung gemäß § 8 Abs 3 MarkenG, welche die Anmelderin hilfsweise geltendmacht, zur Eintragung zugelassen werden. Denn die Anmelderin hat noch nicht einmal die Möglichkeit einer Verkehrsdurchsetzung in allen in Betracht kommenden beteiligten Verkehrskreisen schlüssig dargelegt und belegt, so daß es schon an der sogenannten Glaubhaftmachung der Verkehrsdurchsetzung mangelt (vgl dazu: Althammer/Ströbele, Markengesetz, 6. Auflage 2000, § 8 Rdn 211).

Aus dem Vortrag der Anmelderin geht insbesondere nicht hervor, inwiefern die vorgelegten Publikationen und Internet-Auftritte die beteiligten Verkehrskreise überhaupt erreicht haben. Das einzige Beispiel der Verwendung der angemeldeten Wortfolge (in anderer Schriftart) auf einer Warenverpackung betrifft ersichtlich nur die Benutzung für „PORTLAND CEMENT“ im Ausland und überdies von einem anderen Unternehmen („LEHIGH“) als der Anmelderin.

Der Ansicht der Anmelderin, bei den beteiligten Verkehrskreisen handele es sich in erster Linie um Fachkreise aus der Baubranche, vermag sich der Senat nicht anzuschließen. Vielmehr wenden sich die beanspruchten Waren und Dienstleis-

tungen ebenso auch an die erheblichen Verkehrskreise der Privatpersonen wie bauwillige Interessenten, Bauherrn, Heimwerker etc (vgl dazu: Althammer/Ströbele, aaO Rdn 191 - 195). Baumaterialien und chemische Erzeugnisse für Baustoffe werden regelmäßig auch in Baumärkten, Heimwerkermärkten oä für Privatkunden angeboten. Fertighäuser (transportable Bauten) werden zumeist unmittelbar von den privaten Bauherrn ausgesucht und erworben. Im Bauwesen richten sich die Dienstleistungsangebote in beachtlichem Maße ebenso an private Bauherrn. Die Anmelderin hat jedoch nicht dargelegt, ob oder in welchem Umfang die angemeldete Marke den nicht gewerblichen beteiligten Verkehrskreisen im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen nahegebracht worden ist oder bekannt geworden sein kann.

Die Markenstelle des Patentamts hat die Anmeldung somit letztlich zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen.

Winkler

Kätker

v. Zglinitzki

CI