



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 276/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 44 668.0

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 20. Januar 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richter Prof. Dr. Hacker und Guth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Wortmarke

Waschkraft-Booster

soll für die Waren

"Chemische Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke; Wasch- und Bleichmittel, Fleckentfernungsmittel, Mittel zum Reinigen von Textilien, Waschlösungsmittel, soweit in Klasse 3 enthalten; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen; Desinfektionsmittel"

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach vorheriger Beanstandung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen, weil der Kennzeichnung jegliche Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) und sie als beschreibende Angabe für die Waren der Anmeldung dienen könne (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG). Die angemeldete Kennzeichnung setze sich aus den Wortbestandteilen "Waschkraft" (= Wirksamkeit als Waschmittel) und "Booster" (= engl. Förderer, Verstärker) zusammen. Solche Wortkombinationen - auch die Verbindung von deutschen und englischen Wortelementen - seien in der Werbung üblich, wie etwa bereits gebräuchliche, im Internet nachweisbare Begriffe wie "Power Booster, Hand-Booster, Lernerfolgs-Booster, Antennen-Booster, Video-Booster" belegten. Die angesprochenen Verkehrskreise würden daher in der Marke lediglich einen Hinweis darauf sehen, daß es sich bei den Waren der Anmeldung um Produkte handele, die die Waschkraft verstärkten. Von der Anmelderin genannte

Eintragungen anderer Marken könnten angesichts dieser Sachlage keinen Hinweis auf die Schutzfähigkeit des Zeichens geben.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die diese nicht begründet hat.

Die Anmelderin beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

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

II.

Die Beschwerde ist zulässig, aber nicht begründet. Die angemeldete Marke ist gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1, § 37 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, weil ihr jedenfalls die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs sind Wortmarken nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft von der Eintragung ausgeschlossen, wenn ihnen entweder ein im Hinblick auf die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zukommt oder es sich um ein gängiges Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als individuelles Kennzeichnungsmittel verstanden wird (st. Rspr, vgl. BGH MarkenR 2002, 338 "Bar jeder Vernunft"; BGH GRUR 2003, 1050 "Cityservice"). Dies ist hier der Fall.

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt und belegt hat, handelt es sich um eine Wortzusammensetzung, die von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres als "Waschkraft-Verstärker" verstanden und in Verbindung mit den Waren der Anmeldung als reine Sachangabe aufgefaßt wird. Aus den Rechercheergebnissen der Markenstelle ergibt sich, daß vergleichbare Wortzusammensetzungen auf vielen Waren- und Dienstleistungsgebieten als Sachangaben verwendet werden, so etwa "ENERGY BOOSTER" für Nahrungsergänzungsmittel; "Body & Volume Booster" und "Volume Booster" für Haarpflegeprodukte. Auch wird in Zusammenhang mit Waschen in der Waschmaschine von einer "Booster-Funktion" gesprochen (vgl. Anlagen zum Beschluß der Markenstelle vom 24. 7. 2003).

In Verbindung mit den Waren "Chemische Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke; Wasch- und Bleichmittel, Fleckentfernungsmittel, Mittel zum Reinigen von Textilien, Waschhilfsmittel, soweit in Klasse 3 enthalten; Seifen" weist die angemeldete Kennzeichnung somit lediglich darauf hin, daß die fraglichen Waren "Waschkraft-Verstärker" darstellen oder daß ihnen "Waschkraft-Verstärker" beigemischt sind.

Auch in bezug auf die Waren "Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Desinfektionsmittel" weist die angemeldete Marke einen im Vordergrund stehenden rein sachbezogenen Aussagegehalt auf. Denn zum einen dienen alle diese Waren – ebenso wie Waschmittel – zum Reinigen und Säubern, sind also demselben Warenbereich zuzuordnen. Zum andern werden im Verkehr immer mehr Kombinationsmittel angeboten, die etwa gleichzeitig waschen und desinfizieren und manchmal außerdem mechanisch wirkende Komponenten enthalten. Auch gibt es Spezialwaschmittel, deren spezielle Wirkstoffe gezielt auf besondere Arten von Schmutz wie Fett, Farbe etc. ausgerichtet sind. Aus diesen Gründen ist eine klare Trennung von Wasch-, Reinigungs-, Desinfektions- und Putzmittel etc. für den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsabnehmer nicht mehr erkennbar, der lediglich auf die im Vordergrund stehende reinigende Wirkung dieser Produkte abstellt. Diese Umstände stehen einem Ver-

ständnis der angemeldeten Marke als individuelles Kennzeichnungsmittel entgegen.

Ob der Eintragung der angemeldeten Marke auch der Schutzversagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann dahingestellt bleiben, weil die Beschwerde bereits aus den o.g. Gründen zurückzuweisen ist.

Ströbele

Hacker

Guth

Bb