



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 54/03

(Aktenzeichen)

Verkündet am
17. Februar 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 40 018.4

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 17. Februar 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

HERKÖMMLICHES WASCHMITTEL

soll für die Waren

"Waschmittel"

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). Die angemeldete Kennzeichnung besage lediglich, daß das mit ihr gekennzeichnete Waschmittel branchenüblichem Standard entspreche und erschöpfe sich somit in der Beschreibung der Art der Waren. Die angemeldete Wortfolge stelle einen in der Produktwerbung üblichen und in der Bedeutung feststehenden Begriff ohne betriebskennzeichnende Eigenart dar, der sich den angesprochenen breiten Verkehrskreisen ohne weiteres erschließe. Die Schreibung der Zeichenwörter in Großbuchstaben sei werbeüblich.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelder, die damit begründet wird, bei der angemeldeten Wortfolge handele es sich weder um eine Beschaffenheitsangabe noch weise die angemeldete Kennzeichnung in Alleinstellung einen beschreibenden Begriffsinhalt auf. Eine beschreibende Bedeutung könne lediglich in Verbindung und im Vergleich mit Waschmitteln erkannt werden, die vom branchenüblichem Standard abwichen. Insofern unterscheide sich die angemeldete Marke von üblichen Gattungsbezeichnungen. Dies gelte auch für eine Verwendung der angemeldeten Kennzeichnung in Verbindung mit den Waren der Anmeldung, beispielsweise auf einer Waschmittelverpackung, denn der Begriff "HERKÖMMLICHES WASCHMITTEL" grenze die mit dieser Bezeichnung versehene Ware von anderen Waren herkunftshinweisend ab. Um die angemeldete Kennzeichnung als reine Sachangabe zu verstehen, sei eine analytische Betrachtungsweise erforderlich, die vom Verkehr nicht zu erwarten sei. Aus diesen Gründen sei die angemeldete Marke unterscheidungskräftig. Es liege auch kein Freihaltungsbedürfnis vor. Wenn ein Konkurrent der Anmelder andere Waschmittel als "herkömmliche Waschmittel" bezeichnen wolle, verwende er die angemeldete Bezeichnung nicht markenrechtlich.

Die Anmelder beantragen,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben,

und regen an, die Rechtsbeschwerde zuzulassen.

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 und 2, § 37 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen,

weil ihr die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt und es sich außerdem um eine Angabe handelt, die zur Beschreibung der Waren des Warenverzeichnisses dienen kann (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

1. 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 Wortfolge, die von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres als "der überkommenen, gewohnten Art entsprechendes Waschmittel" verstanden und in Verbindung mit den Waren der Anmeldung als reine Sachangabe aufgefaßt wird. Aus den Rechercheergebnissen des Senats, die den Anmeldern mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung übersandt worden sind, ergibt sich, daß der Begriff häufig verwendet wird, um traditionelle Waschmittel gegen Biowaschmittel oder als Waschmittel verwendete Naturstoffe abzugrenzen (vgl. etwa Google-Recherche "Frisbee Family Pempelfort – Die Rundbriefe 1996 ... da braucht man kein schlechtes Gewissen bekommen, daß man ein herkömmliches Waschmittel benutzt"; "Errungenschaften der "modern language" – Florian Kottmair Nach kurzer Zeit wurde aus dem "Weisen Riesen" als Vergleichsprodukt zum "Weißen Riesen Futur" schnell wieder ein "herkömmliches Waschmittel" gemacht ..."; "Hintergrundpapier Trends auf dem Waschmittelmarkt ... Herkömmliche Waschmittel enthalten einen weit höheren Anteil an Füllstoffen ..."). Entgegen der Auffassung der Anmelder ist somit eine solche

Angabe zur Beschreibung von Waschmitteln sinnvoll. Insbesondere handelt es sich bei der Wortfolge nicht um einen negativ besetzten Begriff. Vielen Abnehmern kommt es darauf an, ein bewährtes, solides, herkömmlichen Qualitätsvorstellungen entsprechendes Produkt zu bekommen und keine Risiken durch die Verwendung neuartiger Waschmittel einzugehen, deren Wirksamkeit und Eigenschaften den Kunden noch nicht bekannt sind. So wird im Internet etwa erläutert, daß die Vorteile von Biowaschmitteln gegenüber "herkömmlichen Waschmitteln" sehr fraglich seien (vgl. Google-Recherche "Mustermann ... Da sie auch noch etwa doppelt so viel kosten wie herkömmliche Waschmittel und keine Vorteile bieten, sind die Produkte schlicht überflüssig. ...").

In allen Fundstellen wird der Ausdruck "herkömmliches Waschmittel" als feststehender Sachbegriff verwendet, was darauf schließen läßt, daß er auch von den angesprochenen Abnehmern und Verwendern von Waschmitteln ohne weiteres so verstanden wird. Die angemeldete Wortfolge beschreibt damit die Eigenschaften der Waren unmittelbar und ohne weiteres verständlich, so daß es sich nach dem Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise um eine reine Sachangabe ohne jeglichen betriebskennzeichnenden Charakter handelt, der die Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Daran ändert auch eine gewisse Unschärfe des angemeldeten Kennzeichnung nichts, denn Gattungsbegriffen wie dem hier angemeldeten ist immanent, daß sie eine Vielzahl von verschiedenen Waren einer Gattung umfassen und darum zwangsläufig relativ allgemein sein müssen (vgl. zur Schutzfähigkeit von umfassenden Begriffen auch BGH WRP 2000, 1140 "Bücher für eine bessere Welt"). Unerheblich ist auch, daß die Bezeichnung "herkömmliches Waschmittel" eine bestimmte Warengruppe von anderen Warengruppen abgrenzt. Entscheidend ist allein, daß es sich um eine rein sachbezogene Angabe und nicht um eine betriebliche Herkunftskennzeichnung handelt.

Die Schreibung in Großbuchstaben macht die Marke nicht schutzfähig. Be-

schreibende Angaben werden in der Werbung - auch in Alleinstellung - häufig in Großbuchstaben geschrieben, wie die der Ladung zur mündlichen Verhandlung ebenfalls beigefügten Belege aus der Broschüre "90 Jahre Persil" belegen, aus denen die Verwendung in Großbuchstaben gehaltener Sachangaben wie "COLOR, FLÜSSIG, PULVER, PARFÜMFREI usw." hervorgeht. Es handelt sich hierbei um eine übliche Methode der Hervorhebung in der Werbung, die keinerlei betriebskennzeichnende Wirkung hat.

2. Der Eintragung der angemeldeten Marke steht auch ein Freihaltungsbedürfnis im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen. Nach dieser Vorschrift sind von der Eintragung solche Marken ausgeschlossen, die nur aus Angaben bestehen, die im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können (vgl. BGH GRUR 2000, 882,883 "Bücher für eine bessere Welt"; EuGH Mitt. 2004, 28, 29 Ziff. 29 ff "Doublemint"), was hier aus den oben genannten Gründen der Fall ist.

In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, daß das Argument der Anmelder nicht durchgreift, die Konkurrenten seien durch die Eintragung der angemeldeten Marke nicht daran gehindert, die Bezeichnung "herkömmliches Waschmittel" beschreibend zu verwenden, so daß kein Freihaltungsbedürfnis bestehe. Der Gesetzeszweck des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG liegt in der Verhinderung ungerechtfertigter Rechtsmonopole. Die Vorschrift dient einem allgemeinen Freihaltungsinteresse und soll der Schaffung eines Störungspotenzials entgegenwirken (vgl. etwa BGH aaO., "Bücher für eine bessere Welt"; EuGH GRUR 2003, 604, 607 f (Rdz. 57-59) "Libertel"; EuGH Urteil vom 12. Februar 2004, C-265/00- "BIOMILD" Rdz. 35, 36; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rdnr. 244 ff).

3. Die Voraussetzungen für die Zulassung der Rechtsbeschwerde (§ 83 Abs. 2 MarkenG) sind nicht erfüllt, weil der vorliegende Beschluß des Se-

nats auf ständiger höchstrichterlicher Rechtsprechung zur Beurteilung der Unterscheidungskraft und des Freihaltungsbedürfnisses beruht und die Problematik des Falls auf tatsächlicher Ebene liegt.

Stöbele

Hacker

Guth

Bb