



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 435/02

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
17. August 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 81 093.5

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 17. August 2004 unter Mitwirkung der Richterin Pagenberg als Vorsitzende, der Richterin Dr. Hock und des Richters Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Am 21. Dezember 1999 ist beim Deutschen Patent- und Markenamt die Wortmarke

Bio-Booster

für folgende Waren angemeldet worden:

Mittel zur Aufbereitung von Wässern, Böden und Sedimenten, insbesondere Mikroorganismen und Bakterienkulturen.

Mit Beschluss vom 10. April 2002 hat die Markenstelle für Klasse 1 die Anmeldung durch ein Mitglied des Patentamts nach §§ 37 Abs 1, 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG zurückgewiesen. Nach Auffassung der Markenstelle fehlt der angemeldeten Marke jegliche Unterscheidungskraft. Sie kombiniere den im einschlägigen Bereich ohne Weiteres mit „biologisch“ gleichzusetzenden Markenbestandteil „Bio“ mit dem Bestandteil „Booster“, der die Bedeutung „Verstärker“ aufweise. In ihrer Gesamtheit werde die angemeldete Marke als biologischer Verstärker verstanden und als naheliegender Hinweis begriffen, dass die beanspruchten Waren geeignet und bestimmt seien, Gewässer, Böden und Sedimente biologisch zu stärken bzw. aufzufrischen. Die angesprochenen Verkehrskreise würden dieser Bedeutung keinen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen abgewinnen können.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelder mit der sie sinngemäß beantragen,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Zur Begründung führen sie aus, dass schon die Vorsilbe „Bio“ wegen ihrer häufigen Verwendung in Marken vom Verkehr als „unspezifische“ Vorsilbe aufgefasst werde, die keinen unmittelbaren Hinweis auf Waren enthalte. Außerdem sei der Begriff „Booster“ im Bereich der Aufbereitung von Wässern, Böden und Sedimenten unbekannt und ungebräuchlich. Er werde (nur) im Hifi-Bereich verwendet. Die Markenstelle habe im angefochtenen Beschluss selbst festgestellt, dass diejenigen Verkehrskreise, die mit diesem Bereich in Berührung kämen, der angemeldeten Marke im Zusammenhang mit Wasser-, Böden- und Sedimentaufbereitungsmitteln nicht begegnen würden. Für diese Waren stelle Booster keinen beschreibenden Begriff dar. Dies gelte - unabhängig davon, ob die Verkehrskreise möglicherweise in einzelnen der Markenbestandteile einen gewissen beschreibenden Hinweis sähen - jedenfalls für die Gesamtmarke „Bio-Booster“. Auch sei zu berücksichtigen, dass der Verkehr an Marken mit beschreibenden Bestandteilen gewöhnt sei. Nur dann, wenn eine Kennzeichnung ausschließlich aus üblichen (Fach-)Begriffen bestehe, fehle ihr jegliche Unterscheidungskraft. Im Übrigen liege auch kein Freihaltungsbedürfnis vor.

Den Anmeldern sind Kopien des Ergebnisses einer vom Senat durchgeführten Recherche übersandt worden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet.

Die Markenstelle hat die Anmeldung zu Recht zurückgewiesen, denn der angemeldeten Marke fehlt jegliche Unterscheidungskraft iSd § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG.

Entsprechend der Hauptfunktion der Marke, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu garantieren, ist unter Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung zu verstehen, Waren oder Dienstleistungen als von einem Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie somit von denjenigen Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2002, 804 Nr 35 Philips/Remington; GRUR 2004, 428 Nr 30, 48 - Henkel). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist. Kann einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl. BGH GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice).

Die angemeldete Marke setzt sich aus den Bestandteilen „Bio“ und „Booster“ zusammen. Der Bestandteil „Bio“ wird in der deutschen wie auch in der englischen Sprache umfangreich verwendet, um als Kurzform für „biological“/„biologisch“ einen biologischen Bezug auszudrücken (z.B. „Biokost“, „Bioladen“, „Biomüll“ usw., vgl. BPatG, 24. Senat v. 28.03.1995 (24 W (pat) 93/94) - Bio-Check; 28. Senat v. 05.02.1997 (28 W (pat) 117/95) - BIOLINE; 29. Senat v. 09.10.1996 (29 W (pat) 31/94) - BIOCONTROL). Das zweite Markenwort „Booster“ stellt einen allgemeinen Begriff der englischen Sprache mit der Bedeutung „Verstärker, Unterstützer,

Auffrischer" dar, der weiten Teilen des inländischen Verkehrs, insbesondere durch die Verwendung als Sachbegriff in der Unterhaltungselektronik, bekannt ist (vgl auch BPatG, 24. Senat v. 09.12.2003 (24 W (pat) 85/03) - CURL BOOSTING; v. 20.01.2004 (24 W (pat) 276/03) - Waschkraft-Booster).

Mit der sich aus der angemeldeten Wortfolge ohne Weiteres ergebenden Gesamtbedeutung "biologischer Auffrischer" oder "biologische Unterstützung" stellt die angemeldete Marke in Bezug auf die beanspruchten Waren einen beschreibenden Hinweis auf deren Wirkungsweise dar. Mit ihr werden die beanspruchten Mittel zur Aufbereitung von Wässern, Böden und Sedimenten als Waren bezeichnet, die Wasser, Böden oder Sedimente auf biologische Weise unterstützen oder auffrischen, etwa indem schmutz- und schadstoffbeseitigende Mikroorganismen eingesetzt werden.

Nach dem Ergebnis der Senatsrecherche wird die Bezeichnung „bio-booster“ (in verschiedenen Schreibweisen) ebenso wie die ausgeschriebene Form „biological booster“ jedenfalls im englischen Sprachraum tatsächlich auch zur Bezeichnung solcher Auffrischungsprodukte verwendet (vgl www.coatingsworld.com/-May042.htm: „Vivid from Pettit Marine Paint contains copper thiocynate and biological boosters to combat fouling.“; www.bioproducts.ukrbiz.net/biominplus.htm: „... Highlact Biomin Plus is a mixture with more minerals, biological Boosters and rich in Vitamins.“; www.bioproducts.ukrbiz.net/stimuli.htm: “These biological boosters stimulate bird immune defense system to protect them from“; www.tamias.co.uk/elite/imprint.html: “We’re just going to get you a biobooster to wake you up”, a voice said.“; www.arghamvillage.co.uk/nursery/filters.html: “Also, the performance of any filter system will be enhanced by the use of an algae magnet and a biological booster.“; www.growell.co.uk/pr/28/Running_Solutions_in_NFT.html: “... don’t use this product with organic or biological boosters and additives.”).

Darüber hinaus konnte die angemeldete Wortkombination auch einmal in leicht abgewandelter Schreibweise im deutschen Sprachraum belegt werden, wenngleich in Zusammenhang mit elektrischen und biochemischen (Körper-) Stimulatoren, bei denen es sich allerdings letztlich auch um biologische Verstärker handelt (<http://blog.pirotesse.de/kategorie/hintergrund/technik/>: „Es gibt zwei Arten von Boostern: Biobooster und Complete Booster; Biobooster dienen dazu, einen biologischen Körper bis an seine Grenzen oder sogar darüber hinaus zu bringen.“).

Abgesehen davon, dass die Einzelbestandteile der Anmelde­marke „Bio“ und „Booster“ ohnehin weiten Teilen des deutschen Verkehrs bekannt sind, und er sie in der angemeldeten Kombinationsreihenfolge ohne Weiteres im Sinne eines biologischen Verstärkers bzw. Unterstützers verstehen wird, sprechen die ermittelten Belege dafür, dass die Bezeichnung „Bio-Booster“, die im englischen Sprachraum bereits ein fester Begriff ist, auch im inländischen Sprachgebrauch als reine Sachbezeichnung aufgefasst wird. Der angemeldeten Marke fehlt daher jegliche Unterscheidungskraft, so dass die Beschwerde zurückzuweisen war.

Pagenberg

Dr. Hock

Kätker

Cl