



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 28/09

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 306 39 721.8**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. Juni 2010 unter Mitwirkung der Richterin Winter als Vorsitzende sowie der Richterin Hartlieb und des Richters Paetzold

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortmarke 306 39 721.8

## **SUNTIMER**

jetzt noch für die Waren der Klasse 9

„Dosimeter, insbesondere für UV-Strahlung“.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung durch Beschluss eines Prüfers des höheren Dienstes vom 8. Januar 2009 wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und als ausschließlich beschreibende Angabe nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zurückgewiesen. Der Verkehr werde die Wortbestandteile in ihrer Gesamtheit ohne weiteres als auf die angemeldeten Waren bezogenen beschreibenden Hinweis im Sinne eines „Zeitbegrenzers, Zeitgebers, Zeitangebers“ verstehen, der die Dauer von einfallender UV-Strahlung genau festhalte, also ein Sonnenzeitbegrenzer sei. Hinter dieser Vorstellung trete der Gedanke an eine betriebliche Herkunftsangabe zurück, so dass der Marke die erforderliche Unterscheidungskraft fehle.

Gegen diesen Beschluss hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt mit der Begründung, dass kein beschreibender Zusammenhang zwischen dem Sinngehalt der angemeldeten Marke und den beanspruchten Waren bestehe, während der

Verkehr unter einem Timer eine Uhr zur Anzeige der Sonnenscheindauer verstehe, seien Dosimeter Messgeräte zur Messung der Strahlendosis bzw. der Dosisleistung, also der Strahlendosis pro Zeiteinheit. Die für den einzelnen Menschen verträgliche Dosisleistung müsse aber noch andere Kriterien wie Alter, Hauttyp, Vorbelastung der Haut etc. mitberücksichtigen, was ein Dosimeter nicht leiste. Daher sei die Marke für ein solches Gerät fantasievoll. Für Wettbewerber gebe es andere Bezeichnungen für solche Waren, wie die international eingetragene Marke SUNWATCH zeige.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle vom 8. Januar 2009 aufzuheben.

Den ursprünglich gestellten Antrag auf mündliche Verhandlung hat die Anmelderin mit Schriftsatz vom 7. Juni 2010 zurückgenommen.

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

## II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke steht zumindest das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

1. Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom maßgeblichen Publikum, d. h. dem normal informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen, als Unterscheidungsmittel für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion

einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2003, 227, 232 f. (Nr. 61, 62) „Orange“; GRUR 2004, 428, 429 f. (Nr. 30, 31) „Henkel“; GRUR 2004, 943, 944 (Nr. 23, 24) „SAT.2“; BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 17) „FUSSBALL WM 2006“; BGH WRP 2008, 1428 - Marlene Dietrich-Bildnis; GRUR 2009, 949, Tz. 12 - My World).

Wortmarken besitzen nach der Rechtsprechung insbesondere dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 86) „Postkantoor“; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 „marktfrisch“; GRUR 2001, 1153 „antiKalk“; GRUR 2005, 417, 418 „BerlinCard“) oder eine bloße Anpreisung oder Werbeaussage allgemeiner Art (vgl. BGH GRUR 2001, 735, 736 „Test it“; GRUR 2002, 1070, 1071 „Bar jeder Vernunft“; GRUR 2009, 778 „Willkommen im Leben“; MarkenR 2010, 206 - HEY!) zuordnen.

Als einen solchen Begriff, dem die angesprochenen Verkehrskreise für die beanspruchten Waren lediglich eine im Vordergrund stehende werblich anpreisende Aussage, nicht jedoch die Funktion eines betrieblichen Herkunftshinweises entnehmen werden, hat die Markenstelle die angemeldete Bezeichnung zu Recht bewertet. Sie ist aus auch im Deutschen allgemein geläufigen Wörtern der englischen Sprache gebildet und in ihrem Aussagegehalt „Zeitgeber, Zeitschaltuhr, Zeitbegrenzer“ ohne weiteres verständlich. Die Anmelderin räumt selbst ein, dass die Marke im Sinne von „Uhr zur Messung der Sonnenscheindauer“ zu verstehen sei. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Dosimetern, insbesondere für UV-Strahlung, wird das Verkehrsverständnis jedoch auf einen engeren Bedeutungsgehalt gelenkt. Der Verbraucher kennt „Timer“ als Zeitschaltuhr nicht nur von Geräten der Unterhaltungsindustrie wie Video- bzw. DVD-Recordern, sondern auch von Haushaltsgeräten wie Herden/Backöfen, Toastern oder Waschmaschinen.

Vor diesem Hintergrund werden die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Marke im Kontext der noch beanspruchten Waren ohne weiteres Nachdenken als beschreibenden Hinweis dahingehend verstehen, dass diese dazu geeignet oder bestimmt sind, in einen Zeitgeber für die verträgliche Sonnenscheindosis eingebaut zu werden oder selbst als Zeitgeber zu fungieren. Abgesehen davon bedeutet „insbesondere“ keine sachliche Beschränkung, sondern weist nur auf ein Beispiel hin. Selbst eine begriffliche Unbestimmtheit steht der Angabe einer beschreibenden Sachangabe nicht entgegen, wenn das Themengebiet durch die Angabe präzise und treffend erfasst wird (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt).

Die Marke erschöpft sich somit ausschließlich in einer Bezeichnung, die in werbeüblicher Weise auf das fragliche Warenspektrum hinweist. Der Verkehr wird dies ohne weitere Überlegungen erkennen und die Wortkombination nur in diesem Sinne und damit als beschreibenden Sachhinweis, nicht aber als betriebliches Herkunftszeichen im Sinne des Markenrechts verstehen.

2. Da der angemeldeten Marke somit bereits die erforderliche Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG abzusprechen ist, kann die Frage, ob an ihrer freien Verwendung auch ein schutzwürdiges Allgemeininteresse i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besteht, dahinstehen, obwohl dies angesichts des klaren Aussagegehaltes der Marke nahe liegt. Zudem verwendet die Anmelderin die Marke in beschreibender Weise auf ihrer eigenen Internetseite, wo es heißt: „Die sicherste Methode, einem möglichen Sonnenbrand zu entgehen, ist die direkte Sonneneinstrahlung ganz zu meiden. Aber wer möchte das schon? So gilt es bei Aktivitäten unter freiem Himmel, möglichst genau die Grenze auszuloten, ab der die Haut durch eine zu hohe Strahlendosis Schaden nehmen kann. Der Suntimer von M. hat dafür einen Blick und bietet ... Unterstützung durch Hightech. Mit seinen hochwertigen Speziälsensoren misst er die anteilige ultraviolette Strahlung des Sonnenlichts und liefert nützliche Informationen über deren Stärke. Damit eine optimale Zeitempfehlung gegeben werden kann, ... enthält der Anwender eine auf sein persönliches Profil angepasste Zeitspanne,

nach deren Ablauf er von einem Warnton des Suntimers zum Gang in den Schatten aufgefordert wird.“

Auch daraus ergibt sich, dass die beanspruchten Dosimeter zum Einbau in einen Zeitbegrenzer, Zeitgeber bestimmt sein oder eine solchen enthalten können.

Auch soweit die Anmelderin auf andere Bezeichnungsmöglichkeiten für die Wettbewerber verweist, ist dies für die Frage des Freihaltungsbedürfnisses nicht relevant, da es auf die bloße Eignung der Marke zur Beschreibung ankommt (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl. 2009, § 8 Rdn. 226, 237 m. w. N.). Ohnehin eignet sich das von der Anmelderin herangezogene Beispiel gerade nicht für Alternativbezeichnungen, da dieses nach dem Vortrag der Anmelderin bereits für einen Wettbewerber markenrechtlich geschützt sein soll.

Die Beschwerde konnte daher keinen Erfolg haben.

Winter

Hartlieb

Paetzold

Cl