



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 519/10

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2010 002 606.5**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 28. Juni 2010 durch die Richterin Winter als Vorsitzende, den Richter Paetzold und die Richterin Hartlieb

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden ist die Bezeichnung

### **Pure Power**

für die Waren:

„Elektrische Energie. Solarzellen, Photovoltaikzellen, Solarmodule, Photovoltaikmodule, jeweils zur Energieerzeugung (soweit in Klasse 9 enthalten)“.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG beanstandet; die Marke sei in der Bedeutung „reine Energie“ eine beschreibende Angabe. Nachdem eine Stellungnahme der Anmelderin nicht einging, hat das Patentamt unter Bezugnahme auf den Beanstandungsbescheid die Anmeldung zurückgewiesen.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie hält ohne nähere Begründung die angemeldete Bezeichnung für die beanspruchten Waren für schutzfähig.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 8. März 2010 aufzuheben.

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

## II.

Die nach §§ 64 Abs. 6, 66 MarkenG statthafte sowie zulässige Beschwerde der Anmelderin ist nicht begründet. Die angemeldete Wortmarke ist nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen; ihr fehlt hinsichtlich der beanspruchten Waren der Klasse 9 jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. genannten Vorschrift. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. z. B. EuGH GRUR Int. 2005, 135, Nr. 29 - Maglite; BGH GRUR 2009, 411, Nr. 8 - STREETBALL; GRUR 2009, 952, Nr. 9 - DeutschlandCard). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren zu gewährleisten. Die Unterscheidungskraft einer Marke ist im Hinblick auf jede der beanspruchten Waren zu beurteilen, wobei es auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise ankommt. Dabei ist auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren abzustellen (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 53, 81, 83 m. w. Nachw.). Ausgehend hiervon besitzt eine Wortmarke u. a. dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihr die maßgeblichen Verkehrskreise im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 81, 86) - Postkantoor; GRUR 2008, 608, 611 (Nr. 56 ff.) - EURO-HYPO; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 18 f.) - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2009, 952, 953 (Nr. 10) - DeutschlandCard). Dies trifft auf die hier angemeldete Bezeichnung **Pure Power** in Bezug auf die mit ihr beanspruchten Waren zu.

Ist - wie hier - die Unterscheidungskraft einer Wortfolge zu beurteilen, so bestehen grundsätzlich keine abweichenden Anforderungen gegenüber anderen Wortmarken.

Was den Sinngehalt der als Marke angemeldeten Bezeichnung anbetrifft, so ist auf die Wortfolge in ihrer Gesamtheit abzustellen (vgl. z. B. BGH GRUR 2001, 162 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION). Dies schließt es allerdings nicht aus, zunächst den Bedeutungsgehalt der einzelnen Wörter zu ermitteln und erst danach der Frage nachzugehen, ob sich - aus der Sicht des angesprochenen Verkehrs - die Kombination in der bloßen Aneinanderreihung nicht unterscheidungskräftiger (warenbezogener) Angaben erschöpft oder einen darüber hinausgehenden herkunftshinweisenden Gesamteindruck vermittelt (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG 9. Aufl. § 8 Rdn. 124).

Den Bedeutungsgehalt der Wörter „Pure“ und „Power“ in Verbindung mit den beanspruchten Produkten hat die Markenstelle - was die Anmelderin anscheinend auch nicht in Abrede stellen will - zutreffend ermittelt und aufgezeigt; der Senat hat jedenfalls keine abweichenden Feststellungen treffen können.

Das englische Wort „Pure“ bedeutet im Bereich der Technik allgemein „rein, ohne Beimischung, sauber“, in Verbindungen wie „pure capacitance“ auch „verlustlose Kapazität“ (vgl. Kucera, Wörterbuch der exakten Naturwissenschaften und der Technik S. 28), in „pure air“ auch „saubere Luft“; als Fremdwort der deutschen Sprache ist die Bedeutung „rein, unverfälscht, nichts anderes als“ (vgl. Duden, Das große Fremdwörterbuch, 4. Aufl. S. 1124; Duden, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Aufl. Band 7 S. 3056, „purer Neid, purer Zufall“; vgl. zur Bedeutung „rein“ auch BPatG 24 W (pat) 9/09 - PURE, veröffentlicht auf der Internetseite des Gerichts). Das englische Wort „Power“ bedeutet „Energie, Strom, Leistung, Kraft“ (vgl. Ernst, Wörterbuch der industriellen Technik S. 1054; Kucera a. a. O. S. 1202) und ist als Fremdwort in die deutsche Sprache in den Bedeutungen „Kraft, Stärke, Leistung, Leistungskraft“ eingegangen (vgl. Duden Fremdwör-

terbuch a. a. O. S 1085; HABM R0862/06-4 - POWER, veröffentlicht auf der Internetseite des HABM).

Sowohl für die deutsche als auch für die englische Sprache ergibt sich die Bedeutung „reine Energie“ bzw. „nichts als Energie/Leistung“.

Bei den beanspruchten Produkten aus dem Bereich der Energieerzeugung durch Solartechnologie geht es um die Umwandlung von Sonnenlicht in elektrische Energie; unter Photovoltaik versteht man die direkte Umwandlung von Sonnenenergie in elektrische Energie mittels Solarzellen. Die Strahlungsenergie der Sonne kann in Elektrizität umgewandelt werden, ohne dass Nebenprodukte wie Abgase (beispielsweise Kohlendioxid) entstehen.

Die Anmeldung ist damit eine werblich anpreisende, beschreibende Angabe bezüglich der beanspruchten Produkte, die auf deren besondere Leistungsfähigkeit und/oder Reinheit hinweist; die angemeldete Bezeichnung **Pure Power** ist deshalb wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 1 Satz 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Winter

Paetzold

Hartlieb

CI