

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 114/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 54 417.0

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 8. Februar 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Dr. Hacker und der Richterin Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Marke

siehe Abb. 1 am Ende

soll nach vorangegangener Teilung noch für die folgenden Waren und Dienstleistungen in das Register eingetragen werden:

"Flüssige und pulverförmige Reinigungsmittel, insbesondere Entkalkungsmittel, Klarspüler, Neutralisationsmittel, Entkeimungsmittel, Mittel als Zusatzstoffe für die Ultraschallreinigung; Ultraschall-Reinigungsmaschinen und deren Teile, wie Reinigungswannen, Ultraschallschwinger; Vermietung von Reinigungsgeräten, Reinigungsservice".

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die entsprechende Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, in diesem waren- bzw dienstleistungsmäßigen Umfang zurückgewiesen mit der Begründung, daß der angemeldeten Marke die erforderliche Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG fehle.

Gegen diese Beschlüsse richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie hält die angemeldete Marke sowohl wegen der darin verwandten Wortkombination "Ultra Clean" als auch wegen ihrer farblichen Gestaltung für unterscheidungskräftig und

beruft sich außerdem auf die Eintragung anderer Marken mit gleichen oder ähnlichen Gestaltungselementen.

Im gerichtlichen Verfahren hat die Anmelderin die Anmeldung um folgende Markenbeschreibung ergänzt, die dem weiteren Verfahren zugrunde gelegt werden soll:

"Die Marke besteht aus einem Schriftzug in weißer Farbe, der von zwei farbigen Streifen unterlegt ist. Einer dieser Streifen ist türkis, der andere ist königsblau."

Die Anmelderin beantragt (sinngemäß),

unter Zugrundelegung der nachgereichten Markenbeschreibung die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 13. August 1998 und vom 2. Februar 1999 aufzuheben.

Zu den weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, aber nicht begründet. Denn der angemeldeten Marke fehlt die gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft auch bei Berücksichtigung der zuletzt eingereichten Markenbeschreibung.

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, so daß auch eine geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH WRP 2000, 298, 299 "Radio von hier"; BGH WRP 2000, 300, 301 "Partner with the Best").

Die angemeldete Marke erschöpft sich in einer naheliegenden Angabe zur Bestimmung der angebotenen Waren und Dienstleistungen.

Der Wortbestandteil "Clean" gehört zum englischen Grundwortschatz und bedeutet ua "rein, sauber". Das weitere Wort "ultra" stammt aus dem Lateinischen und ist inzwischen eingedeutscht (vgl. ua DUDEN, Das große Wörterbuch der deutschen Sprache, 3. Aufl, 1999, Bd 9, S 4050; Brockhaus Enzyklopädie 1996). Es bedeutet "über hinaus, jenseits, weiter, über, mehr" und wird in der Regel als Präfix gebraucht, um eine Steigerungsmöglichkeit bei Adjektiven aller Art über den grammatikalisch gegebenen Superlativ hinaus auszudrücken, wie zB in "ultrastark" oder "ultramodern". Es wird auch in der Werbesprache als Ausdruck einer äußersten Steigerung guter Leistungen und Angebote verwandt. Hinsichtlich konkreter Beispiele für diese Praxis nimmt der Senat Bezug auf die entsprechenden Ausführungen in dem Beschluß des Bundespatentgerichts vom 7. Mai 1997, 32 W (pat) 207/96, der der Anmelderin im Laufe des gerichtlichen Verfahrens zugeleitet wurde. In den genannten Bedeutungen und als Präfix kommt "ultra" auch im Englischen vor (Pons Collins, Großwörterbuch Deutsch/Englisch, Englisch/Deutsch, Neubearbeitung 1999, S 1662).

Die Waren und Dienstleistungen aus dem Warenverzeichnis der angemeldeten Marke dienen ausnahmslos der Reinigung von Gegenständen. Bei dieser Sachlage ist die nächstliegende Bedeutung von "Ultra Clean" "ultra sauber, ultra rein" oder "bis zum äußersten sauber". Damit wird ein Zustand beschrieben oder ver-

sprochen, der sich bei Einsatz der angebotenen Waren und Dienstleistungen erreichen läßt. Die Wortbestandteile der angemeldeten Marke enthalten mithin eine unmittelbare Angabe zum Bestimmungszweck der einschlägigen Waren und Dienstleistungen. Eine solche Angabe bezieht der angesprochene Verkehr idR nur auf die Waren und Dienstleistungen selbst und versteht sie nicht als Hinweis auf ein bestimmtes Herkunftsunternehmen.

Auch die graphische Gestaltung der Marke verschafft dieser nicht das Mindestmaß an gestalterischer Eigentümlichkeit, das auch für eine nur geringe Unterscheidungskraft erforderlich ist. Die Schrifttype der Wortbestandteile gehört zu den üblichen Varianten der lateinischen Schrift. Die farbliche Gestaltung bewegt sich im Rahmen dessen, was in der Werbung zur bloßen Hervorhebung des eigentlichen Markenworts üblich ist. Dazu gehört die Unterlegung mit Streifen, die andere Farben haben als die unterlegten Wörter. Die für die angemeldete Marke gewählten Farben Weiß, Königsblau und Türkis zählen zu den Farbtönen, die für die Präsentation von Reinigungsmitteln in der Werbung üblich geworden sind. Schließlich gehören die Waren und Dienstleistungen aus dem Warenverzeichnis der angemeldeten Marke nicht zu denjenigen Warengebieten, in denen eine farbige Gestaltung nach der Verkehrsauffassung oder aus anderen Gründen ausnahmsweise Herkunftsfunktion haben könnte (vgl Althammer/Ströbele, Marken-gesetz, 5. Aufl 1997, § 8 Rdn 29 mwNachw sowie BGH GRUR 1997, 285 f "VISA-Streifenbild"). Daß sich die vorliegende Farbgestaltung als Hinweis auf das Unternehmen der Anmelderin im Verkehr durchgesetzt habe, ist von der Anmelderin nicht substantiiert vorgetragen worden.

Die Markenbeschreibung, die die Anmelderin zuletzt eingereicht hat, rechtfertigt als bloße sprachliche Wiedergabe der angemeldeten Marke keine abweichende Beurteilung deren Unterscheidungskraft.

Die von der Anmelderin belegten Voreintragungen können, unabhängig davon, daß nur eine von ihnen eine vorliegend einschlägige Warenklasse betrifft, schon deswegen keine Indizwirkung entfalten, weil die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke keine Ermessens-, sondern eine reine Rechtsfrage ist. Auch der verwaltungsrechtliche Grundsatz des Vertrauensschutzes kann allenfalls die Rücknahme eines rechtswidrigen Verwaltungsaktes verhindern, nicht dagegen die Wiederholung eines als unrichtig erkannten Verwaltungshandelns rechtfertigen (vgl Althammer/Ströbele, Markengesetz, 5. Aufl 1997, § 8 Rdn 57).

Aus diesen Gründen war die Beschwerde der Anmelderin zurückzuweisen.

Dr. Ströbele

Dr. Hacker

Werner

prä

Abb. 1

