

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 263/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 05 111.2

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 15. Januar 2003 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

Ur-Steinsalz

für die Ware "Kochsalz" hat die Markenstelle für Klasse 30 zurückgewiesen, weil die Vorsilbe "Ur-" lediglich auf Echtheit, Unverfälschtheit hinweise. "Steinsalz" beschreibe die Ware als im Bergbau gewonnenes Natriumchlorid, das zu Speisesalz verarbeitet worden sei. Im Zusammenhang damit deute "Ur-" auf die Ursprünglichkeit und Naturbelassenheit eines Naturprodukts hin.

Die Markenstelle fügte dem Beschluss Internetfundstellen bei, die Gepökeltes mit Ur-Steinsalz (8 Millionen Jahre alt), Himalaja-Ursalz und Ursalz aus dem Urmeer - im Gegensatz zu heute gewonnenem Meersalz zeigen.

Gegen diese Entscheidung hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie ist der Ansicht, die Vorsilbe "Ur-" sei mehrdeutig und interpretationsbedürftig, wie sich aus den verschiedenen Wörtern, Uradel, Ur (= Auerochse), uralt, Urangst, Urauf-führung, urgemütlich, Urgewalt, urkomisch etc., ergäbe. Der Vergleich zum heuti-gen Meersalz stamme aus der Werbung der Anmelderin.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts aufzuheben und die Eintragung der angemeldeten Marke zu verfügen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft der Marke (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) und das einer Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen zu dienen. Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, das heißt, jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (st. Rspr.; BGH GRUR 2002, 261, 262 – AC). Unterscheidungskraft in diesem Sinne ist gegeben, wenn eine Marke keinen für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt hat und es sich auch sonst nicht um ein Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das der Verbraucher - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel versteht (st. Rspr.; BGH GRUR 2000, 722 – LOGO; 2000, 231, 232 - FÜNFER; 2001, 735, 736 – Test it; 2002, 261, 262 – AC; 2002, 816 - BONUS II). Diese (konkrete) Unterscheidungseignung weist die angemeldete Marke für die in Betracht zu ziehenden Waren nicht auf.

Ur- drückt in Bildungen mit Adjektiven eine Verstärkung aus (uralt, urgemütlich, urgesund) oder, dass etwas von Grund auf, durch und durch eine Eigenschaft aufweist (uramerikanisch, urgesund). Es kennzeichnet in Bildungen mit Substantiven den Ausgangspunkt, etwa als weit zurück, am Anfang liegend (Urerlebnis, Urchristen), oder das Erste (Uraufführung, Urdruck). In Verwandtschaftsbezeichnungen (Urenkel, Ururoma) bezeichnet es die Zugehörigkeit zu einer früheren vorherigen Generation (Duden - Deutsches Universalwörterbuch. 4. Aufl. Mannheim 2001).

Im Zusammenhang mit dem Naturprodukt Steinsalz ist "Ur-Steinsalz" beschreibend im Sinne von Salz, das vor langer Zeit gebildet worden ist. Dass "Ur" je nach Kontext verschiedene Eigenschaften beschreibt, ist deshalb keine Mehrdeutigkeit, die Unterscheidungskraft verleihen könnte. Insofern unterscheidet sich "Ur" von Begriffen oder Aussagen, die sich in Folge ihrer Mehrdeutigkeit in keinem Zusammenhang zur Beschreibung eignen (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt).

Ur-Steinsalz ist eine sprachüblich gebildete, leicht verständliche Wortschöpfung. Ihr Sinngehalt erschließt sich den hier angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres. Im Zusammenhang mit Kochsalz werden die angesprochenen Verkehrskreise das angemeldete Zeichen in dem genannten Sinn verstehen und somit als reine Beschaffenheitsangabe.

Damit fällt die angemeldete Marke auch unter § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Danach können nämlich solche Marken nicht eingetragen werden, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der bean-

spruchten Waren nach Art, Beschaffenheit, Zeit der Herstellung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale dienen können (vgl. BGH GRUR 2002, 64 - Individuelle).

Winkler

Sekretaruk

Dr. Albrecht

Hu