



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 206/01

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 44 073.9

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) am 12. März 2003 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Dr. Albrecht und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister für

Heizungs-, Kühl-, Be- und Entlüftungsanlagen, Klimaanlage, Heizungs-, Kühl-, Be- und Entlüftungsgeräte, Klimageräte, Wärmetauscher, Wärmerückgewinnungsanlagen, Wärmerückgewinnungsgeräte, Thermostatsteuergeräte, Hydrostatsteuerungsgeräte, Schalldämpfer für Heizungs-, Kühl-, Be- und Entlüftungsanlagen sowie Klimaanlage.

Filter, vollautomatische Schlauchfilteranlagen Biofilter, halb- oder vollautomatische Rüttelfilter, Elektrostatische Filter, Zyklonabscheider, Ölbadfilter, Trockenluftfilter, Nassluftfilter, Luftwäscher,

Ventilatoren, Industrie- und Fächerventilatoren,

Verdichter,

Befeuchtungsanlagen, Entfeuchtungsanlagen, Befeuchtungsgeräte, Entfeuchtungsgeräte, Dampfverdunstungsgeräte, Zerstäuber, Kältetrockner, Kondensatoren zur Kondensation von Feuchtigkeit, Luftmischvorrichtungen, Luftverdünnungsanlagen, Luftkanäle aus Kunststoff oder Metall,

Strahlenheizungen, Deckenluftheizgeräte, Wand- oder Standluftherhitzer, Luftherhitzer mit Direktbefeuerung, wie Hochtemperatur-Luftherhitzer, Luftherhitzer für Frisch- und Umluftbetrieb mit Bypassregelung, Niedertemperatur-Luftherhitzer, Luftherhitzer mit Edelstahlaustauscher, direkt beheizte Warmluftherzeuger, Hellstrahler, Dunkelstrahler,

Stationäre Absauganlagen, mobile Absauganlagen, Trockenabsaugungsanlagen, Nassabsaugungsanlagen, Schweißrauchabsauganlagen, Löt Arbeitsplatzabsauganlagen, Absaugarme, Absaugschläuche, Absaugkrane, Absaugwände für Zentralabsaugungen, Absaughauben,

Arbeitskabinen, Arbeitstische, Schallschutzkabinen, Schallschutztrennwände, Schallschutzkapselungen, Farbspritzkabinen, Schweißtisch mit Zu- und Abluft-Einrichtungen, Farbmischische,

Abscheider zur Trennung von Flüssigkeiten,

Düsen, Induktionsdüsen, Weitwurfdüsen,

Lüftungsgitter, Luftabsperklappen, Wetterschutzgitter,

Projektierung, Planung, Berechnung und Montage von und Beratung zu Heizungs-, Be- und Entlüftungs- sowie Klimaanlageanlagen in privaten und öffentlichen Bereichen, beim Anlagenbau, zur Verfahrenstechnik;

Reparatur, Wartung, Service derartiger Anlagen und der Geräte für derartige Anlagen.

ist die Wortmarke

Wir wissen mehr über besseres Klima!.

Die Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung in zwei Beschlüssen, wovon einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, dass sich aus der Marke keine schutzbegründende Mehrdeutigkeit ergebe, da der Markenbestandteil "Klima" einen Hinweis auf "Klimaanlagen" enthalte.

Gegen diese Entscheidungen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie ist der Auffassung, dass es sich um eine kurze, prägnante und einprägsame Wortfolge handle und sich "Klima" nicht nur für klimatische Bedingungen, sondern auch für persönliche Beziehungen und Empfindungen definieren lasse, was man etwa an dem Begriff "Arbeitsklima" erkenne. Somit ergäben sich mehrdeutige Auslegungsmöglichkeiten, weshalb die Marke schutzfähig sei.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet; der begehrten Eintragung in das Markenregister steht das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) entgegen.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der

Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr.; vgl. BGH, BIPMZ 2002, 85 - Individuelle). Diese Grundsätze gelten für Wortfolgen entsprechend (vgl. BGH BIPMZ 2000, 161 - Radio von hier). Als nicht unterscheidungskräftig sind damit ua. Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art anzusehen. Eine solche liegt hier vor, da der Satz "Wir wissen mehr über besseres Klima!" im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen, die mit Raumklimatechnik in Zusammenhang stehen, nicht über eine ganz allgemeine anpreisende Aussage hinausgeht. Hier wird in einfachster Weise die Kompetenz auf diesem Gebiet der Technik ausgedrückt. Die Verwendung des Begriffs "Klima" führt nicht zu einer Mehrdeutigkeit der Aussage. Es trifft zwar zu, dass Klima über den meteorologischen Begriff hinaus auch einen atmosphärischen Bedeutungsgehalt, etwa bei "Arbeitsklima", hat. Eine solche Mehrdeutigkeit ist jedoch fernliegend, wenn man sich die Verwendung zur Kennzeichnung der hier gegenständlichen Waren und Dienstleistungen vorstellt. Da es ausschließlich um technische Waren und Dienstleistungen geht, ist nicht anzunehmen, dass Klima in einer anderen Weise als Synonym für "Raumklima"

verstanden wird. Somit kann es ausgeschlossen werden, dass die angesprochenen Verkehrskreise in der Aussage "Wir wissen mehr über besseres Klima!" einen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen sehen.

Winkler

Dr. Albrecht

Sekretaruk

Hu