



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 86/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 61 930.9

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. April 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Guth und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Wortmarke

Lotus-Protect

soll für die Waren

"Chemische Erzeugnisse als Grund- und Zwischenprodukte für Reinigungsmittel;
Seifen; Reinigungsmittel für Metall, Glas, emailliertes Blech, Holz, Kunststoff, Porzellan, Kork, Leder und Textilien; Putz- und Poliermittel, Fleckentfernungsmittel; alle vorgenannten Waren ggfs. auch mit desinfizierenden Wirkstoffen"

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts, besetzt mit einer Angestellten im gehobenen Dienst, hat die Anmeldung nach vorheriger Beanstandung mit Beschluß vom 2. März 2004 zurückgewiesen, weil der angemeldeten Marke die nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft fehle und die Wortverbindung als beschreibende Angabe für die Waren der Anmeldung dienen könne (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Die angemeldete Bezeichnung setze sich aus den breiten deutschen Verkehrskreisen verständlichen Begriffen "Lotus" (= Lotos; Bezeichnung für eine Pflanze) und "Protect" (= Schutz, schützen) zusammen. Sie bilde einen Gesamtbegriff mit der Bedeutung "Lotus-Schutz". Hierbei handele es sich um einen Sachhinweis in bezug auf die Waren der Anmeldung. Der sog. "Lotus-Effekt" von Oberflächen verhindere das Anhaften von Substanzen jeglicher Art und bewirke eine Selbstreinigung. Da – wie eine Internetrecherche belege - vielerlei Produkte diesen "Lotus-Effekt" aufwiesen oder mit Mitteln versiegelt würden, die einen solchen "Lotus-Effekt" erzeugten, sehe der

Verkehr in der angemeldeten Wortzusammenstellung lediglich einen Hinweis darauf, daß die gekennzeichneten Produkte derartige schmutzabweisende Eigenschaften aufwiesen oder diese nachahmten (vgl. auch BPatG 28 W (pat) 234/00 "LOTUS", Zusammenfassung veröffentlicht auf PAVIS PROMA CD-ROM).

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die zur Begründung vorträgt, es treffe zwar zu, daß der Lotus-Effekt in bezug auf den Schutz von Oberflächen große Bedeutung gewonnen habe und daß das englische Wort "protect" so viel wie "Schutz, schützen" bedeute. In seiner Zusammensetzung sei das Zeichen jedoch schutzfähig, weil "Lotus-Protect" nicht gleichzusetzen sei mit "Lotus-Effekt". Da die Lotus-Pflanze auch in der Kosmetik eingesetzt werde, weise der Name für diese Pflanze nicht eindeutig auf einen Reinigungseffekt hin. Dies gelte vor allem auch darum, weil - anders als beim hier angemeldeten zusammengesetzten Begriff - dem Wort "Schutz" bzw. "protect" regelmäßig der Begriff für den Gegenstand des Schutzes vorangestellt sei. Die Waren der Anmeldung dienten jedoch nicht dem Schutz von Lotus-Pflanzen.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten, insbesondere auf die Internet-Recherche des Senats zum Begriff "Lotus", die der Anmelderin übersandt worden ist, Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist gemäß § 165 Abs. 4 MarkenG statthaft und auch im übrigen zulässig, aber in der Sache nicht begründet. Der Eintragung der angemeldeten

Marke steht das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind von der Eintragung solche Marken ausgeschlossen, die nur aus Angaben bestehen, die im Verkehr u.a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können (vgl. BGH GRUR 2000, 882, 883 "Bücher für eine bessere Welt"; EuGH Mitt. 2004, 28, 29 - Nr. 29 ff - "Doublemint"). Solche Zeichen oder Angaben müssen im Allgemeininteresse allen Unternehmen zur freien Verfügung belassen werden (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 676 - Nr. 54, 55 - "Postkantoor"; EuGH GRUR 2004, 680, 681 - Nr. 34 ff - "BIOMILD"). Es ist daher zu prüfen, ob die angemeldete Marke in den Augen der beteiligten Verkehrskreise gegenwärtig eine Beschreibung der Merkmale der betreffenden Waren und Dienstleistungen darstellt oder ob dies vernünftigerweise für die Zukunft zu erwarten ist (EuGH GRUR 2004, 674, 676 - Nr. 53, 56 - "Postkantoor"). Auch Begriffsneubildungen kann der Eintragungsversagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegenstehen, wenn sie sprachüblich gebildet sind und ihr beschreibender Aussagegehalt so deutlich und unmißverständlich ist, daß sie ihre Funktion als Sachbegriffe ohne weiteres erfüllen können. Insbesondere hat eine Marke, die sich aus mehreren Bestandteilen zusammensetzt, von denen jeder Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen beschreibt, selbst einen die genannten Merkmale beschreibenden Charakter im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, es sei denn, daß ein merklicher Unterschied zwischen dem Wort und der bloßen Summe seiner Bestandteile besteht (EuGH GRUR 2004, 680, 681 - Nr. 41 - "BIOMILD"; EuGH GRUR 2004, 674, 678 - Nr. 100 - "Postkantoor"). Letzteres ist hier nicht der Fall.

Wie die Markenstelle zutreffend dargelegt hat, setzt sich die angemeldete Wortverbindung aus den Wörtern "Lotus" und "protect" zusammen. Der Zeichenbestandteil "Lotus" stammt aus dem Lateinischen (bzw. "lotos" aus dem Griechischen), ist als Kurzwort für die Lotusblume bzw. Lotusblüte gebräuchlich und bezeichnet eine (zu den Seerosen gehörende) Pflanze mit aus dem Wasser ragen-

den, großen, schildförmigen Blättern und lang gestielten rosa od. weißen Blüten (Duden, Deutsches Universalwörterbuch. 4. Aufl., Stichwörter "Lotus" und "Lotos"). Auf dem Gebiet der beanspruchten Waren findet sich die Bezeichnung überwiegend mit Zusätzen, so vor allem in der Wortkombination "Lotus-Effekt", wie die Internet-Recherche der Markenstelle und des Senats ergeben haben (vgl. dazu auch BPatG 28 W (pat) 234/00 "LOTUS", Zusammenfassung veröffentlicht auf PAVIS PROMA CD-ROM), wobei als "Lotus-Effekt" durch eine bestimmte Mikrooberflächenstruktur bewirkte flüssigkeits- und schmutzabweisende Eigenschaften bezeichnet werden. Das geläufige englische Wort "protect" ist mit "schützen, Schutz" zu übersetzen und kommt in Wortverbindungen wie zB "write protect" (Schreibschutz) vor (Deutsch - Englisch Wörterbuch – TU Chemnitz aaO., Stichwort "protect").

Eine beschreibende Verwendung des Wortes "Lotus" ist für Waren der Klasse 3 in Verbindung mit den Wörtern "protect, protection" bzw. "Schutz, schützen" nachweisbar. Die Internetrecherche des Senats, die der Anmelderin übermittelt worden ist, ergab u.a. folgende Treffer: ein System zur Versiegelung von Glas, Lack und Autofelgen (<http://www.lotus-protection-system.de/>), das mit "Lotus-Protection-System" bezeichnet wird; ein Mittel "AUTO GLOSS 707", das nach dem "Lotus Prinzip" der Pflege und dem Schutz von Autolack, Leder und Kunstleder dient (<http://www.qvc.de/degap/frameset.asp?class=AABH&dd=/dehtml/frames/DrillFrameCCM...>); ein Reinigungsmittel "CD-Nano Holz und Stein Versiegelung Lotus Effekt" zur Versiegelung von Holz und Stein, wobei die durch das Mittel entstehende Schutzschicht einen "Lotus-Effekt" aufweist (http://shopping.freenet.de/preisvergleich/3596de12237531_o.html). Weitere Fundstellen betreffen unter der Überschrift "BIO-WUNDERGLANZ-KONZENTRAT" einen "Universalreiniger mit dem Lotus-Effekt" für unterschiedlichste Materialien (<http://preissuche.kniff.de/P6x3255957325x8041/Reinigungsartikel-Handschuhe/BIO-WUN...>) oder eine "Waschfuß-Lösung" mit Lotus-Effekt, die zur Reinigung und Versiegelung von Bad, Fenstern und allen glatten Flächen dient (Onlinehandel Jörg Böttge).

Ein Hinweis darauf, daß die Waren der Anmeldung einen Lotus-Effekt erzeugen, hat daher rein beschreibenden Inhalt. Wie bereits oben erwähnt, gibt es Reinigungs-, Putz-, Polier- und Fleckentfernungsmittel, die gleichzeitig die behandelten Oberflächen versiegeln, ihnen einen Lotus-Effekt verleihen und sie dadurch schützen. Unter diesen Oberbegriff lassen sich auch die Produkte der Klasse 3 der angemeldeten Marke fassen, die sämtlich reinigende und pflegende Substanzen enthalten. Die chemischen Erzeugnisse als Grund- und Zwischenprodukte stellen solche dar, die der Erzeugung der beschriebenen Endprodukte dienen.

Bei dem hier angemeldeten Begriff "Lotus-Protect" handelt es sich um eine Aussage, die diese Wareneigenschaften schlagwortartig beschreibt. Gerade bei relativ alltäglichen Massenprodukten, die sich an breite Verkehrskreise richten, sind Beschreibungen mit Schlagworten allgemein üblich. Hierbei werden - insbesondere auf dem vorliegenden Warengbiet - zunehmend auch geläufige Begriffe der englischen Sprache verwendet. Die Verkürzung der sprachlich exakteren, aber längeren und komplizierteren Ausdrücke "Lotus-Effekt-Schutz" oder "Schutz durch den Lotus-Effekt" (bzw. die entsprechenden englischen Ausdrücke) auf "Lotus-Schutz" bzw. "Lotus-Protect" bietet sich als griffige Sachangabe an. Dies zeigen bereits existierende sehr ähnliche Begriffe für vergleichbare Sachverhalte. In diesem Zusammenhang ist vor allem die Wortzusammensetzung "Lotus-Protection-System" für ein System zur Versiegelung von Glas, Lack und Autofelgen (<http://www.lotus-protection-system.de/>) zu nennen.

Dem kann nicht entgegengehalten werden, der angemeldeten Wortzusammensetzung lasse sich nach den allgemeinen Sprachregeln ein solcher Begriffsinhalt nicht entnehmen. Zwar bezeichnet bei entsprechend gebildeten Komposita der deutschen und englischen Sprache häufig das erste Wort den Gegenstand des Schutzes; es gibt jedoch auch Beispiele von Begriffsbildungen, bei denen dem Teilwort "-schutz" die Bezeichnung des Mittels, mit dem dieser Schutz bewirkt wird, vorangestellt ist. Solche Wortzusammensetzungen sind etwa "Impfschutz, Betonschutz, Kaskoschutz, Passwortschutz" und englische Begriffe wie "password-protect" oder "steel-protect" (vgl. wortschatz lexikon der Universität Leipzig,

Onlineausgabe http://wortschatz.informatik.uni-leipzig.de/index_js.html, Deutsch und Englisch unter den jeweiligen Stichwörtern).

Bei der angemeldeten Kennzeichnung handelt es sich daher um eine Wortkombination, die zur Beschreibung der Beschaffenheit und Wirkungsweise der Waren der Anmeldung dienen kann und die im Allgemeininteresse nicht für einen einzelnen Anbieter monopolisiert werden darf. Es ist hierbei unerheblich, ob man - wie die Anmelderin meint - die Wortzusammensetzung auch anders interpretieren könnte, denn ein Wortzeichen muß nach der Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen werden, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der im Frage stehenden Waren und Dienstleistungen bezeichnet (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678, - Nr. 97 - "Postkantoor").

Da der Eintragung bereits das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, kann dahingestellt bleiben, ob der angemeldeten Marke auch die Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) fehlt.

Dr. Ströbele

Kirschneck

Guth

Bb