



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 273/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 41 798.9

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. Mai 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Dr. Hock und des Richters Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 10. Juli 2001 die Wortmarke

Einfach dran - einfach ab

für folgende Waren angemeldet worden:

Klasse 1:

chemische Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke; Klebstoffe für das Baugewerbe;

Klasse 17:

Dichtungs-, Packungs- und Isoliermaterialien;

Klasse 19:

Baumaterialien (nicht aus Metall); Verputzmittel.

Mit Beschluss vom 29. Mai 2002 hat die Markenstelle für Klasse 19 die Anmeldung durch ein Mitglied des Patentamts nach § 37 Abs. 1 i.V.m. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Nach Auffassung der Markenstelle handelt es sich bei der angemeldeten Marke lediglich um eine werbeübliche Anpreisung dahingehend, dass die angebotenen Waren einfach anzubringen sind und auch wieder einfach entfernt werden können. Die Wortfolge „Einfach dran – einfach ab“ beschreibe die angemeldeten Waren „chemische Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke; Klebstoffe für das Baugewerbe“ klar, eindeutig und unmissverständlich dahingehend, dass die damit bezeichneten Waren dazu dienen, entsprechende Gegenstände so zu befestigen, dass sie einfach anzubringen und auch leicht wieder abgelöst werden könnten. So könne es sich z.B. um „Klebstoffe“ handeln, die es zum einen ermöglichen, Dinge anzukleben, die sich andererseits aber auch leicht wieder entfernen ließen und den Gegenstand wieder freigäben. Im Zusammenhang mit den Waren „Dichtungs-, Packungs- und Isoliermaterialien“ verstehe der Verkehr unter dem Slogan „Einfach dran - einfach ab“

einen Hinweis darauf, dass sich die Waren besonders leicht an-, aber auch wieder abmontieren ließen. Schließlich beschreibe die Wortfolge „Einfach dran - einfach ab“ die Waren „Baumaterialien (nicht aus Metall); Verputzmittel“ ebenfalls als Waren, die einfach angebracht und ebenso einfach wieder abgelöst werden könnten. So könne es sich um „Verputzmittel“ handeln, die ohne größere Schwierigkeiten aufgetragen und auch wieder entfernt werden könnten. Als allgemeine, beschreibende Angabe fehle damit dem Werbeslogan „Einfach dran - einfach ab“ jegliche Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Zur Begründung führt sie aus, dass die vorliegende Zurückweisungsentscheidung der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs widerspreche, wonach bei der Prüfung der Unterscheidungskraft, insbesondere bei Werbeslogans, ein großzügiger Maßstab anzulegen sei. Nach Ansicht der Anmelderin weist der zur Marke angemeldete Werbeslogan „Einfach dran - einfach ab“ in schriftbildlicher, klanglicher und begrifflicher Hinsicht ein hinreichendes Maß an Prägnanz und Originalität auf, um das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft auszuschließen. Mit der Anmeldung werde ein sehr breit gefächertes Spektrum von Waren beansprucht. Diese Waren würden sich durch ihren Aggregatzustand und die sehr verschiedenen Arbeitsweisen bei ihrem Aufbringen und Entfernen erheblich voneinander unterscheiden. Daher könne kein konkreter, eindeutiger Bezug zwischen der angemeldeten Marke und den Waren hergestellt werden. Dieser sei aber nach höchstrichterlicher Rechtsprechung notwendig, um der Marke in ihrer Gesamtheit jede Unterscheidungskraft absprechen zu können. Zudem erlaube die Marke „Einfach dran – einfach ab“ sehr verschiedene Interpretationsmöglichkeiten. Die Antwort auf diese Interpretationsmöglichkeiten werde von den Verkehrsteilnehmern regelmäßig erst beim Kauf des entsprechenden Artikels, also bei der Durchsicht der Angaben auf dem Produkt (z.B. der Gebrauchsanweisung oder der Anwendungsanleitung) gefunden. Erst damit werde ihnen ausführlich erklärt und konkret beschrieben, wie das Produkt verwendet.

bzw. wie die erfolgte Verwendung wieder beendet werden könne. Die in der Anmelde-
marke allein verwendeten Worte „dran“ und „ab“ genügten einer solchen Produkt-
bzw. Anwendungsbeschreibung hingegen nicht. Auf Grund des sich daraus ergebe-
nen Interpretations- und Auslegungsspielraums, die der Slogan „Einfach dran - ein-
fach ab“ biete, werde die durch seine Prägnanz und Originalität indizierte konkrete
Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG bestätigt bzw. gestärkt.
Vor diesem Hintergrund sei es rechtsfehlerhaft, der angemeldeten Marke „Einfach
dran – einfach ab“ für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen jede Unter-
scheidungskraft abzusprechen.

Der Anmelderin sind Kopien des Ergebnisses einer vom Senat durchgeführten Re-
cherche übersandt worden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist nicht begründet.

Die zur Eintragung angemeldete Wortfolge "Einfach dran – einfach ab" weist nicht die
für eine Marke erforderliche Unterscheidungskraft auf (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).
Entsprechend der Hauptfunktion der Marke, dem Verbraucher oder Endabnehmer
die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Waren oder Dienst-
leistungen zu garantieren, ist unter Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift
die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung zu verstehen, Waren oder
Dienstleistungen als von einem Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie
somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR
2002, 804 Nr. 35 - Philips/Remington; GRUR 2004, 428 Nr. 30, 48 - Henkel). Die
Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder
Dienstleistungen, zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu be-
urteilen, wobei auf den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständi-
gen Durchschnittsverbraucher der Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist. Kann
einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund
stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich

sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl. BGH GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice).

Die angemeldete Marke "Einfach dran – einfach ab" stellt einen Slogan dar, der in umgangssprachlich einfachster und direktester Form ein wesentliches Merkmal der Waren beschreibt, nämlich ihre einfache Anbringbarkeit und Entfernbarekeit. Hierbei kann zunächst auf die insoweit zutreffenden Erwägungen der Markenstelle verwiesen werden, in denen die verschiedenen Formen des Anbringens und Entfernens der beanspruchten Waren erläutert worden sind. Dass es sich dabei um durchaus wesentliche Eigenschaften der beanspruchten Waren handelt, ist einerseits selbstverständlich, da die einfache Bearbeitung bzw. Bedienung bekanntermaßen eine der wichtigsten Eigenschaften jedweder Waren überhaupt darstellt. Zudem hat der Senat verschiedene Internetfundstellen ermittelt, die dies auch für Waren der angemeldeten Art belegen, etwa:

www.klinkerinfos.de/secartprint1060.html:

"Multipor jetzt mit neuer Rezeptur: Auch bei großen Flächen lässt sich die Mineral-Dämmplatte einfach anbringen.";

www.tesa-ag.de/corporate/presscenter/167348.html:

"Sie lassen sich mit der bewährten Powerstrips®-Technologie schnell anbringen und später spurlos wieder entfernen.";

Ähnlich heißt es in einer weiteren Internet-Werbung für "tesa Powerstrips":

"Einfaches und unkompliziertes Ablösen Ihrer tesa Powerstrips®Haken Large: Wie es richtig gemacht wird, erfahren Sie hier.";

www.aufkleberwerkstatt.de/management/klebehinweise.htm:

"ABNEHMEN: Heben Sie die Magnetfolie an geeigneter Stelle (z.B. an einer Ecke) an und ziehen sie sie dann einfach ab – fertig!";

www.factory-2-you.de/shop/product_info.php/products_id/97538:

(betrifft eine Schutzfolie:) " - einfach anzubringen und rückstandslos entfernbar";

www.ansatz-schweinfurt.de/index.php?register_now=3&site_now=plakate:

"Plakate werden mit einem leichten Haftkleber bespritzt und lassen sich so einfach anbringen und jederzeit wieder entfernen.";

Nicht zuletzt angesichts dieser tatsächlichen Anhaltspunkte ist davon auszugehen, dass der Verkehr die angemeldete Wortfolge ohne Weiteres im o.g. beschreibenden Sinne verstehen wird. Denn solche Anbringungs- und Entfernungsvorgänge lassen sich umgangssprachlich vereinfacht mit "dran (-machen)" und "ab (-machen)" ausdrücken. Insofern kann der Anmelderin nicht darin gefolgt werden, dass es im Hinblick auf die verschiedenen Anbringungs- und Entfernungsarten der unterschiedlichen Waren nicht möglich sei, (jeweils) einen konkreten beschreibenden Bezug zu diesen Waren herzustellen. Denn gerade dadurch, dass der extrem einfach gehaltene Slogan "Einfach dran – einfach ab" offen lässt, ob die damit bezeichneten Klebstoffe, Dichtungsmaterialien, Baumaterialien usw. im Einzelnen angeklebt, angebracht, angeschweißt, angelegt o. Ä. bzw. umgekehrt abgezogen, abgewaschen, abgeschlagen usw. werden, "passt" er – sozusagen oberbegrifflich – zu praktisch allen An- und Abbringungsarten. Damit erfüllt er auch ohne weiteres eine beschreibende Funktion. Im übrigen wird der Verkehr aus dem Sachzusammenhang heraus, also je nach der im Einzelfall mit dem Slogan gekennzeichneten Ware, erkennen, in welcher Form in etwa ein An- oder Abbringen der Ware zu erfolgen hat und worauf sich damit "Einfach dran – einfach ab" jeweils bezieht.

Ohne dass es entscheidungserheblich darauf ankommt, sei angemerkt dass die Anmelderin den angemeldeten Slogan in ihrer Werbung für einen Innenputz offenbar selbst in einem - zumindest auch - beschreibenden Zusammenhang verwendet, indem sie in den weiteren Erläuterungen für den damit beworbenen ablösbaren Innenputz erklärt: "Er lässt sich einfach wieder ablösen: Wexel-Putz mit Wasser einsprühen und nach fünf Minuten rückstandsfrei entfernen ohne die Wand zu beschädigen." (vgl. www.ceresit.de/ceresit/aktuell/wechsel.htm).

Die angemeldete Wortfolge „Einfach dran – einfach ab“ wird nach alledem von den Verkehrsteilnehmern als werblich-beschreibender Sachhinweis auf eine vorteilhafte Eigenschaft der damit gekennzeichneten Produkte verstanden. Ihr fehlt damit jegliche Unterscheidungskraft, so dass die Beschwerde zurückzuweisen war.

Winkler

Dr. Hock

Kätker

CI