



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 179/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 38 307.7

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. Juli 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes - Markenstelle für Klasse 07 - vom 6. Mai 2004 aufgehoben.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortfolge

Pure Work

für die Waren

Klasse 1 Mittel zum Härten und Löten von Metallen

Klasse 2 Farben, Firnisse, Lacke;
Rostschutzmittel, Holzkonservierungsmittel;
Färbemittel; Beizen; Naturharze im Rohzustand;
Blattmetalle und Metalle in Pulverform für Maler,
Dekorateure, Drucker und Künstler

Klasse 4 Technische Öle und Fette; Schmiermittel;
Staubabsorbierungs-, Staubbeneetzungs- und Staubbin-
demittel; Brennstoffe (einschließlich Motorentreibstoffe)
und Leuchtstoffe; Kerzen und Dochte für Beleuchtungs-
zwecke

Klasse 6 Unedle Metalle und deren Legierungen;
Baumaterialien aus Metall; transportable Bauten aus
Metall;
Schienenbaumaterial aus Metall;

Kabel und Drähte aus Metall (nicht für elektrische Zwecke)
Schlosserwaren und Kleineisenwaren; Metallrohre;
Geldschränke; Waren aus Metall soweit in Klasse 6
enthalten

Klasse 7 Maschinen für die Metall-, Holz-, Kunststoffverarbeitung
und Werkzeugmaschinen;
Kupplungen und Vorrichtungen zur Kraftübertragung
(ausgenommen solche für Landfahrzeuge)

Klasse 8 Handbetätigte Werkzeuge und Geräte für
Heimwerkerbedarf

Geräte und Behälter für Haushalt und Küche; Käämme
und Schwämme; Bürsten; Bürstenmachermaterial;
Putzzeug; Stahlspäne;

Klasse 21 rohes oder teilweise bearbeitetes Glas

Klasse 22 Seile Bindfäden, Netze, Zelte, Planen, Segel; Säcke
(soweit in Klasse 22 enthalten);
Polsterfüllstoffe; rohe Gespinnstfaser

Die Markenstelle für Klasse 07 hat die Anmeldung mit Beschluss vom 6. Mai 2004 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Bei der sprachüblich gebildeten Marke handle es sich um eine Wortkombination, die in werblich anprei-

sender Form eine unmittelbar beschreibende Sachaussage zum Ausdruck bringe. Der Markenteil „Pure“ bedeute „rein, ehrlich“ und „Work“ sei mit der Bedeutung „Arbeit“ im Inland hinreichend bekannt. Die Wortkombination stelle damit einen unmittelbar beschreibenden Hinweis darauf dar, dass die so gekennzeichneten Waren für „ehrliche Arbeit“ geeignet und bestimmt seien. Sie entfalte für die angesprochenen Verkehrskreise keinerlei betriebskennzeichnenden Charakter. Die anpreisende Bedeutung der Werbeaussage „ehrliche Arbeit“ lasse sich im Internet zahlreich nachweisen.

Mit der hiergegen gerichteten Beschwerde verfolgt die Anmelderin ihr Begehren auf Eintragung weiter und macht geltend, ein beschreibender Gehalt der angemeldeten Marke sei im Hinblick auf die beanspruchten Waren nicht gegeben. Um der Wortfolge „pure work“ im Hinblick auf die fraglichen Waren einen beschreibenden Hinweis zu entnehmen, sei zwingend ein analysierender, abstrakter Zwischenschritt erforderlich. Die von der Markenstelle ermittelten Internet-Fundstellen zu dem Bedeutungsgehalt „ehrliche Arbeit“ wiesen jeweils auf Tätigkeiten und nicht auf Waren hin und seien insofern nicht einschlägig.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der Eintragung der angemeldeten Wortmarke in das Markenregister steht weder ein Freihaltebedürfnis (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) noch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) entgegen.

Die Wortkombination „Pure Work“ setzt sich aus zwei Begriffen des englischen Grundwortschatzes zusammen („pure“ = bloß, echt, pur, rein, unvermischt; „work“ = Arbeit, Anstrengung, Arbeitsaufwand; vgl. LEO, English-German Dictionary, <http://dict.leo.org>), die vom inländischen Publikum ohne Weiteres verstanden werden können. Zwar ist die angemeldete Wortfolge lexikalisch nicht nachzuweisen, es existieren aber zahlreiche andere lexikalisch belegbare Wortverbindungen mit

dem Bestandteil „pure“. In diesen Wortverbindungen bringt „pure“ regelmäßig den Aspekt von Reinheit bzw. Ausschließlichkeit zum Ausdruck, etwa in Begriffen wie: „pure gold“, „pure wine“ oder „pure taste“ (vgl. hierzu etwa auch HABM R0161/98-1 - „100% PURE GOODNESS“ und R0680/99-2 - „PURE PROTEIN“, beide Entscheidungen veröffentlicht auf PAVIS PROMA). In diesem Sinne findet der englische Begriff „pure“ ebenso wie sein deutschsprachiges Pendant „pur“ auch in der inländischen Werbesprache Verwendung, beispielsweise in Slogans wie „pure life“, „pure music“, „pure magic“ bzw. „Pure Feuchtigkeit“, „Pure Frische“ oder „Der pure Genuss“ (vgl. unter <http://www.slogans.de>). Der inländische Verkehr wird der angemeldeten Marke daher ohne weiteres Nachdenken den für ihn naheliegendsten Bedeutungsgehalt „pure Arbeit“ entnehmen. Ein beschreibender Zusammenhang zu den beanspruchten Waren ist damit jedoch nicht gegeben.

Soweit sich die Wortkombination „Pure Work“ nach den Recherchen des Senats im Internet ermitteln lässt, wird sie nicht in dem von der Markenstelle angenommenen Aussagegehalt „ehrliche Arbeit“ verwendet. Vielmehr erfolgt die Verwendung in Zusammenhängen, in denen ausgedrückt werden soll, dass etwas „pur, ausschließlich, rein“ ist, also im Sinne von „pure Arbeit, nichts als Arbeit“ oder „reines (Kunst-)Werk“, beispielsweise in Begriffsbildungen wie etwa „... a pure work of the spirit“ oder „... a pure work of fiction“ - und damit ebenfalls nicht in einem produktbeschreibenden Sinn, wie er für den vorliegenden Fall einschlägig sein könnte. Die von der Markenstelle ermittelten Fundstellen beziehen sich entweder auf einen markenmäßigen Gebrauch der Bezeichnung „Pure“ („how does PURE work?“) bzw. weisen eine adjektivische Konkretisierung aus („The epitome of the pure work ethic“) oder belegen eine umgangssprachliche Verwendung von „pure work“ im Sinne von „bloße Arbeit, nichts als Arbeit“ („Playing with my team, rather than pure work“). Nach alledem kann ausgeschlossen werden, dass die beteiligten inländischen Verkehrskreise die Wortfolge „pure work“ als Hinweis darauf interpretieren werden, die beanspruchten Waren seien für „ehrliche Arbeit“ bestimmt, zumal es sich bei diesem Aspekt um kein relevantes, produktbezogenes Merkmal handelt.

Mangels anderweitiger Feststellungen liegen somit keine konkreten Anhaltspunkte dafür vor, dass die angemeldete Marke als konkrete Angabe über wesentliche Eigenschaften der beanspruchten Waren dienen könnte und sie deswegen für die Mitbewerber der Anmelderin freigehalten werden müsste.

Der Marke fehlt auch nicht jegliche Unterscheidungskraft. 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 einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, gibt es keinen Anhalt dafür, dass ihr die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl. BGH BIPMZ 2004 - Cityservice). Für eine Verneinung der Unterscheidungskraft fehlt es somit ebenfalls an den entsprechenden Feststellungen, wie sie aufgrund des Eintragungsanspruchs der Anmelderin gemäß § 33 Abs. 2 S. 1 MarkenG für eine Zurückweisung der Marke zwingend erforderlich sind.

Auf die Beschwerde der Anmelderin war der angefochtene Beschluss somit aufzuheben.

gez.

Unterschriften