



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 67/08

---

(AktENZEICHEN)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am  
7. Dezember 2009

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 397 30 116**  
**hier: Lösungsverfahren S 291/07 Lö**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 12. November 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Vogel von Falckenstein sowie des Richters Paetzold und der Richterin Hartlieb

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde der Antragsgegnerin wird der Beschluss der Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 24. Juni 2008 aufgehoben, soweit darin die Löschung der Marke 397 30 116 für folgende Waren und Dienstleistungen angeordnet worden ist:  
„wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, photographische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; elektrische Apparate und Instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate und Instrumente für die Starkstromtechnik, nämlich für die Leitung, Umwandlung, Speicherung, Regelung und Steuerung; Apparate und Instrumente für die Schwachstromtechnik, nämlich für die Nachrichten-, Hochfrequenz- und Regelungstechnik; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Feuerlöschgeräte; Computer; Computer-Software, soweit in Klasse 9 enthalten; Datenträger, soweit in Klasse 9 enthalten; Speicher für Datenverarbeitungsanlagen; Diapositiva; Rahmen für Diapositiva; Diaprojektoren; Entfernungsmesser; Schrittmesser; Höhenmesser; Apparate und Geräte

zur Erfassung physikalischer Größen, soweit in Klasse 9 enthalten; Ferngläser; Lautsprecher; Magnetkarten; Chipkarten; Monitore, soweit in Klasse 9 enthalten; Objektive, soweit in Klasse 9 enthalten; Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser; Fahrräder; Fahrradfelgen; Fahrradglocken; Fahrradketten; Fahrradklingeln; Fahrradlenkstangen; Fahrradmotoren; Fahrradnaben; Fahrradnetze; Fahrradpedale; Fahrradpumpen; Fahrradräder; Fahrradrahmen; Fahrradreifen; Fahrradsättel; Fahrradschläuche; Fahrradspeichen; Fahrradstützen; Fahrtrichtungsanzeiger für Fahrzeuge; Musikinstrumente; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Photographien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Drucklettern; Druckstöcke; Spiele, Spielzeug; Spielkarten, Turn- und Sportgeräte; Turn- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten); Christbaumschmuck; Rollschuhe; Inline-Skater; Billardbahnen; Billardkegel; Billardkreide; Billardstöcke; Billardtische; Bobs; Bodybuilding-Geräte; Bögen(Bogenschießen); Bogenschießgeräte; Brettspiele; Fahrzeugmodelle (verkleinert); Fahrrad-Heimtrainer; Expander; Fechtwaffen; Fechtmasken; Fechthandschuhe; Golfhandschuhe; Golfschläger; Golftaschen; Hängegleiter; Hanteln; Harpunengewehre (Sportartikel); Hockeyschläger; Kegel (Spiel); Klettergurte (Sportartikel); Knieschützer (Sportartikel); Geräte für Körperübungen; Roller (Kinderfahrzeuge); Skateboards; Skier; Ski-bindungen; Snowboards; Spielbälle; Kaffee, Tee, Kakao,

Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate, Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz, Senf; Essig, Saucen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis; Tabak; Raucherartikel; Streichhölzer; Arbeitnehmerüberlassung auf Zeit; Aufstellung von Statistiken; Buchführung; Durchführung von Auktionen und Versteigerungen; Ermittlung in Geschäftsangelegenheiten; Meinungsforschung; Marketing, Marktforschung und Marktanalyse; Schaufensterdekoration; Unternehmensberatung; Organisationsberatung, betriebswirtschaftliche Beratung; Personalberatung; Vermietung von Büromaschinen und -einrichtungen; Vermietung von Verkaufsautomaten; Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften für andere; Vermittlung von Verträgen über Anschaffung und Veräußerung von Waren; Verteilung von Waren zu Werbezwecken; Vervielfältigung von Dokumenten; Werbemittlung; Werbung; Veranstaltung von Messen und Ausstellungen zu gewerblichen oder zu Werbezwecken; Dienstleistungen eines Franchisegebers, nämlich Vermittlung des organisatorischen und betriebswirtschaftlichen Know-hows im Bereich der Ausbildung, Weiterbildung und Kunsterziehung; des Publizierens und der Medienarbeit; Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Fernschreibdienst; Fernsprechdienst (Betrieb eines Fernsprechnetzes); Funkdienst (Nachrichtenübermittlung); Sammeln und Liefern von Nachrichten; Ton- und Bildübertragung durch Satelliten; Ausbildung, Erziehung, Unterricht; Unterricht durch Rundfunk und Fernsehen; Weiterbildung; Betrieb eines botanischen Gartens; Betrieb eines Museums; Betrieb eines zoologischen Gartens; Büchervermietung; Filmproduktion; Filmvermietung; Filmvorführungen; Künstlervermittlung; Musikdarbietung; Rundfunk- und Fern-

sehunterhaltung; Theateraufführung; Veranstaltung sportlicher Wettbewerbe; Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für kulturelle und Unterrichtszwecke; Vermietung von Bühnendekorationen; Vermietung von Rundfunk- und Fernsehgeräten; Vermietung von Zeitschriften; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften; Volksbelegungen; Photographieren; Dienstleistungen eines Franchisegebers, nämlich Vermittlung des organisatorischen Know-hows im Bereich sportlicher und kultureller Aktivitäten; Beherbergung und Verpflegung von Gästen; Zimmerreservierung, Zimmervermittlung; Verwaltung und Verwertung von Urheberrechten; Verwertung gewerblicher Schutzrechte“.

Der Löschantrag wird insoweit zurückgewiesen.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde der Antragsgegnerin zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Wortmarke

Unicum

ist seit dem 29. September 1997 unter der Nummer 397 30 116 nach Teillöschung für die Waren und Dienstleistungen

„wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, photographische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und

Unterrichtsapparate und -instrumente; elektrische Apparate und Instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate und Instrumente für die Starkstromtechnik, nämlich für die Leitung, Umwandlung, Speicherung, Regelung und Steuerung; Apparate und Instrumente für die Schwachstromtechnik, nämlich für die Nachrichten-, Hochfrequenz- und Regelungstechnik; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Feuerlöschgeräte; Computer; Computer-Software, soweit in Klasse 9 enthalten; Datenträger, soweit in Klasse 9 enthalten; Speicher für Datenverarbeitungsanlagen; Diapositiva; Rahmen für Diapositiva; Diaprojektoren; Entfernungsmesser; Schrittmesser; Höhenmesser; Apparate und Geräte zur Erfassung physikalischer Größen, soweit in Klasse 9 enthalten; Ferngläser; Lautsprecher; Magnetkarten; Chipkarten; Monitore, soweit in Klasse 9 enthalten; Objektive, soweit in Klasse 9 enthalten; Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser; Fahrräder; Fahrradfelgen; Fahrradglocken; Fahrradketten; Fahrradklingeln; Fahrradlenkstangen; Fahrradmotoren; Fahrradnaben; Fahrradnetze; Fahrradpedale; Fahrradpumpen; Fahrradräder; Fahrradrahmen; Fahrradreifen; Fahrradsättel; Fahrradschläuche; Fahrradspeichen; Fahrradstützen; Fahrtrichtungsanzeiger für Fahrzeuge; Musikinstrumente; Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Photographien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Drucklettern; Druckstöcke; Bekleidungsstücke, Schuhwaren,

Kopfbedeckungen; Spiele, Spielzeug; Spielkarten, Turn- und Sportgeräte; Turn- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten); Christbaumschmuck; Rollschuhe; Inline-Skater; Billardbahnen; Billardkegel; Billardkreide; Billardstöcke; Billardtische; Bobs; Bodybuilding-Geräte; Bögen(Bogenschießen); Bogenschießgeräte; Brettspiele; Fahrzeugmodelle (verkleinert); Fahrrad-Heimtrainer; Expander; Fechtwaffen; Fechtmasken; Fechthandschuhe; Golfhandschuhe; Golfschläger; Golftaschen; Hängegleiter; Hanteln; Harpunengewehre (Sportartikel); Hockeyschläger; Kegel (Spiel); Klettergurte (Sportartikel); Knieschützer (Sportartikel); Geräte für Körperübungen; Roller (Kinderfahrzeuge); Skateboards; Skier; Skibindungen; Snowboards; Spielbälle; Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate, Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz, Senf; Essig, Saucen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis; Tabak; Raucherartikel; Streichhölzer; Arbeitnehmerüberlassung auf Zeit; Aufstellung von Statistiken; Buchführung; Durchführung von Auktionen und Versteigerungen; Ermittlung in Geschäftsangelegenheiten; Meinungsforschung; Marketing, Marktforschung und Marktanalyse; Schaufensterdekoration; Unternehmensberatung; Organisationsberatung, betriebswirtschaftliche Beratung; Personalberatung; Vermietung von Büromaschinen und -einrichtungen; Vermietung von Verkaufsautomaten; Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften für andere; Vermittlung von Verträgen über Anschaffung und Veräußerung von Waren; Verteilung von Waren zu Werbezwecken; Vervielfältigung von Dokumenten; Werbemittlung; Werbung; Veranstaltung von Messen und Ausstellungen zu gewerblichen oder zu Werbezwecken; Dienstleistungen eines Franchisegebers, nämlich Vermittlung des organisatorischen und betriebswirtschaftlichen Know-hows im Bereich der Ausbildung,

Weiterbildung und Kunsterziehung; des Publizierens und der Medienarbeit; Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Fernschreibdienst; Fernsprechdienst (Betrieb eines Fernsprechnetzes); Funkdienst (Nachrichtenübermittlung); Sammeln und Liefern von Nachrichten; Ton- und Bildübertragung durch Satelliten; Ausbildung, Erziehung, Unterricht; Unterricht durch Rundfunk und Fernsehen; Weiterbildung; Betrieb eines botanischen Gartens; Betrieb eines Museums; Betrieb eines zoologischen Gartens; Büchervermietung; Filmproduktion; Filmvermietung; Filmvorführungen; Künstlervermittlung; Musikdarbietung; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Theateraufführung; Veranstaltung sportlicher Wettbewerbe; Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für kulturelle und Unterrichtszwecke; Vermietung von Bühnendekorationen; Vermietung von Rundfunk- und Fernsehgeräten; Vermietung von Zeitschriften; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen und Zeitschriften; Volksbelustigungen; Photographieren; Dienstleistungen eines Franchisegebers, nämlich Vermittlung des organisatorischen Know-hows im Bereich sportlicher und kultureller Aktivitäten; Beherbergung und Verpflegung von Gästen; Zimmerreservierung, Zimmervermittlung; Verwaltung und Verwertung von Urheberrechten; Verwertung gewerblicher Schutzrechte“

in das Markenregister eingetragen.

Die Antragstellerin hat die Löschung der angegriffenen Marke beantragt, da sie entgegen § 8 MarkenG eingetragen worden sei.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke hat dem Löschungsantrag widersprochen.

Die Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat dem Löschungsantrag mit Beschluss vom 24. Juni 2008 stattgegeben, da es sich zum Zeitpunkt der Eintragung und noch immer um eine beschreibende, freihaltungsbedürftige und nicht unterscheidungskräftige Angabe handle. „Unicum“ bezeichne in der deutschen Umgangssprache etwas in seiner Art, Qualität, Beschaffenheit oder sonstigen Merkmalen Einzigartiges und Seltenes, also etwas ganz Besonderes. Die angegriffene Marke sei daher für sämtliche noch eingetragenen Produkte ein ausschließlich werbemäßig anpreisender Hinweis auf eine besonders herausragende Qualität der so beworbenen Produkte, der vom Verkehr auch nur als Anpreisung nicht aber als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden werde. Die abweichende Schreibweise „Unicum“ statt „Unikum“ wirke sich nicht auf das Verständnis aus.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Antragsgegnerin. Sie führt hierzu im Wesentlichen aus, der Begriff „Unicum“ sei kein Wort der deutschen Alltagssprache und sei auch nicht auf dem Gebiet des Verlagswesens oder der Merchandising-Artikel als Fachsprache eingeführt, so dass der Begriff für diese Bereiche schutzfähig sei. Die weitere Bedeutung (Sonderling) sei nicht berücksichtigt worden, die Bedeutung „einzigartiges Produkt“ sei nicht konkret auf die einzelnen Waren und Dienstleistungen bezogen worden. Die Marke „Unicum“ sei eine phantasievolle Zusammensetzung aus „Uni(versität)“ und „cum(laude)“. Auch wenn vereinzelt Verkehrsteilnehmern der Begriff „Unikum“ in der Bedeutung „einzigartig“ geläufig sei, habe dies keinen Einfluss auf die Unterscheidungskraft der eingetragenen Marke; vor allem dem jungen Publikum sei der Begriff „Unicum“ als Name einer Zeitschrift für Studenten und Abiturienten geläufig. Der Begriff sei daher für alle im Zusammenhang mit dem Verlagswesen stehenden Waren und Dienstleistungen unterscheidungskräftig.

Die Antragsgegnerin beantragt,

den angefochtenen Beschluss der Markenabteilung 3.4 vom 24. Juni 2008 aufzuheben.

Die Antragstellerin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie bezieht sich im Wesentlichen auf den Beschluss der Markenabteilung.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Beschluss der Markenabteilung sowie auf die Schriftsätze der Beteiligten Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Löschantragsgegnerin und Markeninhaberin hat in der Sache insoweit Erfolg, als sie zur Aufhebung des angefochtenen Beschlusses im obengenannten Umfang führt.

Die angegriffene Marke ist insoweit nicht entgegen § 8 MarkenG eingetragen worden (§ 50 Abs. 1 MarkenG) und Schutzhindernisse nach dieser Vorschrift liegen insoweit auch im Zeitpunkt der Entscheidung (§ 50 Abs. 2 Satz 1 MarkenG) nicht vor. Der Löschantrag, dem die Antragsgegnerin gemäß § 54 Abs. 2 Satz 2 MarkenG rechtzeitig widersprochen hat, ist deshalb insoweit zurückzuweisen.

Im Übrigen ist sie nicht begründet, da der angegriffenen Marke hinsichtlich der Waren „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“ sowohl im Zeitpunkt der Eintragung als Marke wie im Zeitpunkt der Entscheidung über den Löschantrag das Schutzhindernis des Freihalteinteresses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2

MarkenG entgegen stand und noch entgegen steht (§ 50 MarkenG Abs. 1, Abs. 2 S. 1 MarkenG).

1. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen können.

Auf die von der Antragsgegnerin problematisierte Frage der Mehrdeutigkeit der Wortzusammensetzung kommt es bei § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG regelmäßig nicht an. Ein Wortzeichen ist nämlich auch dann von der Eintragung ausgeschlossen, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (vgl. EuGH MarkenR, 2003, 450 - DOUBLEMINT). Dabei spielt es keine Rolle, ob es Bezeichnungsalternativen, nämlich Synonyme oder gebräuchlichere Zeichen oder Angaben zur Bezeichnung dieser Merkmale gibt, da es nicht erforderlich ist, dass diese Zeichen oder Angaben die ausschließliche Bezeichnungsweise der fraglichen Merkmale sind (vgl. EuGH GRUR Int. 2004, 500, 507 - Postkantoor).

Das in die deutsche Sprache eingegangene Fremdwort „Unikum“ (vom lat. Unicus = der Einzige; einzigartig) bedeutet: 1. nur in einem Exemplar vorhandenes Erzeugnis der grafischen Künste; 2. ein Unikat (botanisch); 3. etwas sehr Ausgefallenes, Merkwürdiges, Einzigartiges; 4. ein merkwürdiger Mensch (vgl. Duden - Das Fremdwörterbuch, 9. Aufl. Mannheim 2007 - CD-ROM; Duden - Dt. Universalwörterbuch, 6. Aufl. Mannheim 2006 - CD-ROM).

Wie die Markenabteilung festgestellt hat, steht dabei eine abweichende Schreibweise dem Verständnis nicht entgegen. Entgegen der Ansicht der Markenabteilung lässt sich hingegen keine Bedeutung von „Unikum“ im Sinne von hoher Qualität feststellen. Wenn etwas also mit dem Begriff Unikum bezeichnet wird, bedeutet dies zunächst lediglich, dass es in seiner Art das Einzige ist, also hinsichtlich z. B. Inhalt, Form, Gestaltung oder Herkunft, nicht aber, dass es von besonders

herausragender Qualität wäre. So ist eine beschreibende Verwendung des Begriffs „Unicum“ bzw. Unikat in diesem Sinne für Waren denkbar, deren Einzigartigkeit und damit Einzelstückcharakter aus einem nennenswerten Anteil künstlerischer Arbeit oder aus einem hohen Grad individueller Anforderung und handwerklicher Maßanfertigung herrührt, so dass sie im tatsächlich nur einmal existieren. Entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin ist die Bedeutung „merkwürdiger Mensch“ nicht naheliegend.

Wie die Antragstellerin unter Bezugnahme auf den Beschluss 27 W (pat) 95/02 - Unicum - ausgeführt hat, sei der Verkehr an die beschreibende Verwendung des Begriffs „Unicum“ im Bereich der Bekleidung gewöhnt. Dies erscheint nachvollziehbar, da im Modebereich durch das Zusammenwirken von Designerleistung und Maßanfertigung tatsächlich „einzigartige“ Produkte im Sinne von Einzelstücken angeboten werden.

In Bezug auf die Waren „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“ ergibt die Marke „Unicum“ daher die die Schutzfähigkeit als Marke ausschließende, zur Beschreibung geeignete und naheliegende Sachaussage, dass es sich um Waren handelt, die in ihrer Art, Form, ihrem Inhalt oder ihrer Herkunft nach einzigartig und somit Einzelstücke sind. Entgegen der Ansicht der Antragsgegnerin lässt sich damit insoweit ein eindeutig beschreibender Begriffsgehalt feststellen.

Die Beschwerde ist daher insoweit zurückzuweisen.

2. Dagegen kann den darüber hinaus von der Marke „Unicum“ beanspruchten Waren und Dienstleistungen kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden. Im Gegensatz zu den zuvor genannten Waren handelt es sich bei den weiteren Waren regelmäßig um Massenprodukte, die in großer Anzahl und in industrieller Fertigung ohne Berücksichtigung der von einem Einzelstück zu fordernden individuellen und einmaligen Ausgestaltung hergestellt werden.

Hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen lässt sich kein beschreibender Bezug zu den gegenständlichen Einzelstücken im obengenannten Sinn feststellen.

Nach Auffassung des Senats liegen keine für eine Löschung der angegriffenen Marke ausreichenden Anhaltspunkte dafür vor, dass der Begriff „Unicum“ insoweit als übliche Bezeichnung bereits zum Zeitpunkt der Eintragung gebräuchlich oder geeignet war oder heute noch in Gebrauch oder zur beschreibenden Verwendung geeignet ist.

Auch die Antragstellerin hat über die angeführten Bekleidungswaren hinaus keine Ausführungen zu weiteren Waren oder Dienstleistungen gemacht.

Die angegriffene Marke „Unicum“ ist in dem im Tenor genannten Umfang damit keine freihaltungsbedürftige beschreibende Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

3. Unter diesen Umständen kommt eine Löschung des angegriffenen Zeichens in diesem Umfang auch nicht wegen fehlender Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG in Betracht.

Unterscheidungskraft ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion einer Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren bzw. Dienstleistungen zu gewährleisten, 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 (vgl. BGH MarkenR 2004, 39 - Cityservice; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; BGHZ 167, 278 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2009, 949 - My World). Bei der Prüfung ist nach der Rechtsprechung des BGH von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d. h. jede noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch). Allerdings darf die Prüfung dabei nicht auf ein Mindestmaß beschränkt werden, sondern sie muss vielmehr gründlich und vollständig ausfallen (vgl. EuGH WRP 2003, 735 - Libertel-Orange; a. a. O.

- Postkantor). Nicht unterscheidungskräftig sind danach Bezeichnungen, bei denen es sich um warenbeschreibende Angaben oder gebräuchliche Wörter der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, die vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solche und nicht als betriebliches Unterscheidungskennzeichen verstanden werden (vgl. BGH a. a. O. - Cityservice).

Nach den Feststellungen des Senats haben sich keine Anhaltspunkte dafür ergeben, dass der Begriff „Unicum“ über den Modebereich hinausgehend zur Bezeichnung der genannten Waren und Dienstleistungen gebräuchlich ist oder für diese werbemäßig verwendet wird.

Andere Schutzhindernisse, die einer Eintragung des Zeichens „Unicum“ für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen entgegengestanden hätten, sind nicht ersichtlich.

6. Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass § 71 Abs. 1 MarkenG.

Dr. Vogel von Falckenstein

Paetzold

Hartlieb

CI