

# BUNDESPATENTGERICHT

## Leitsatz

---

<b>Aktenzeichen:</b>	28 W (pat) 233/07
<b>Entscheidungsdatum:</b>	4. Februar 2009
<b>Rechtsbeschwerde zugelassen:</b>	nein
<b>Normen:</b>	§ 8 abs. 2 Nr. 1 MarkenG

---

### MINI PLUS

1. Das Tatbestandsmerkmal "jegliche" i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG lässt nicht den Schluss zu, dass bereits jede noch so geringe, irgendwie geartete Unterscheidungskraft ausreichend wäre, um die markenrechtliche Herkunftsfunktion erfüllen zu können. Vielmehr muss bei der Auslegung dieses Rechtsbegriff berücksichtigt werden, dass die Herkunftsfunktion der Marke stets im Vordergrund stehen muss, während weitere mögliche Funktionen - wie etwa eine anpreisende oder produktbeschreibende Funktion - daneben nur von untergeordneter Bedeutung sein dürfen.
2. Ergeben die Feststellungen zur markenrechtlichen Unterscheidungskraft keinen eindeutigen Nachweis dafür, dass die Marke die Herkunftsfunktion erfüllen kann und dass diese Herkunftsfunktion im Vordergrund steht, widerspricht die beantragte Eintragung ins Register dem im Rahmen des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu berücksichtigenden Interesse, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren.



# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 233/07

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 306 10 567. 5**

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 4. Februar 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel, der Richterin Martens und des Richters Schell

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

### **Gründe**

#### **I.**

Angemeldet zur Eintragung ins Register ist die Wortmarke

### **MINI PLUS**

für die nachfolgend aufgeführten Waren der Klassen 8 und 17

„Handbetätigte Geräte für landwirtschaftliche Zwecke, nämlich für  
Imkereibedarfsartikel;

Waren aus Kunststoffen (Halbfabrikate), nämlich Elemente aus  
expandierbarem Polystyrol zum Erstellen von Bienenbeuten“

Die Anmeldung wurde von der Markenstelle für Klasse 8 des Deutschen Patent- und Markenamts mit zwei Beschlüssen zurückgewiesen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist. Zur Begründung wurde ausgeführt, die angesprochenen Verbraucher würden der angemeldeten Marke im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren ohne weitere Überlegungen einen Hinweis darauf entnehmen, dass es sich bei den fraglichen Produkten um solche von relativ kleiner Bauart und Ausführung handle, die über weitere zusätzliche Vorteile verfügten. Die Wortkombination „MINI PLUS“ werde deshalb vom Verkehr als unmittelbar beschreibende Sachangabe, nicht aber als betriebskennzeichnender Hinweis aufgefasst. Ihr fehle daher jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Gegen den Erinnerungsbeschluss vom 30. August 2007 hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie trägt sinngemäß vor, dass es sich bei der Marke „MINI PLUS“ in Bezug zu den beanspruchten Waren keinesfalls um eine beschreibende

Angabe handle, sondern vielmehr um eine mehrdeutige und damit interpretationsbedürftige Wortneuschöpfung. Zwar werde nicht verkannt, dass der Bestandteil „MINI“ mit dem Bedeutungsgehalt „sehr klein“ und auch das weitere Markenelement „PLUS“ in der Werbung als Hinweis auf einen irgendwie gearteten, positiven Überschuss verwendet würden. Die Markenstelle habe aber nicht ausreichend berücksichtigt, dass Gegenstand der Schutzfähigkeitsprüfung nicht die einzelnen Markenteile, sondern immer die Marke in ihrer Gesamtheit sei. Eine zergliedernde Betrachtungsweise verbiete sich deshalb. Ein möglicherweise beschreibender Bedeutungsgehalt des Gesamtzeichens müsse sich für das Publikum sofort und unmittelbar ergeben, was hier gerade nicht der Fall sei. Dies zeige sich bereits daran, dass die konkretisierenden Begriffe „handbetätigt“ und „Bienenbeuten“ des beanspruchten Warenverzeichnisses Rückschlüsse auf normal große Produkte zuließen, weshalb es für den Verkehr auszuschließen sei, dass es sich hier um „sehr kleine“ Waren handle. Der Marke stünden somit keine absoluten Schutzhindernisse entgegen. Der Beschluss des Erstprüfers, vom 18. Dezember 2006, sei zudem auf Umstände gestützt worden, die der Anmelderin vorab nicht mitgeteilt worden seien, so dass sie keine Gelegenheit gehabt habe, sich dazu zu äußern. Ihr darauf gestützter Antrag auf Rückzahlung der Erinnerungsgebühr habe die Markenstelle im Erinnerungsbeschluss zwar zurückgewiesen, diese Entscheidung aber nicht mit Gründen versehen. Aus diesem Grund werde neben der Aufhebung der angefochtenen Beschlüsse auch die Rückzahlung der Erinnerungsgebühr sowie der Beschwerdegebühr beantragt.

Zur Vorbereitung einer Entscheidung hat der Senat die Anmelderin mit gerichtlichem Zwischenbescheid auf die Gebräuchlichkeit von Sachbegriffen mit dem Bestandteil „Mini“ auf dem hier einschlägigen Produktsektor sowie auf bestehende Schutzfähigkeitsbedenken hingewiesen, um ihr Gelegenheit zu geben, sich hierzu zu äußern. Eine Stellungnahme von Seiten der Anmelderin ist nicht erfolgt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, denn einer Eintragung der angemeldeten Marke stehen die Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen.

Die auf der MarkenRichtl. beruhenden absoluten Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 MarkenG basieren auf einer Abwägung der schützenswerten Interessen der Allgemeinheit an einem unverfälschtem Wettbewerb sowie der berechtigten Individualinteressen der Anmelderin an der Erlangung von Markenschutz. In der markenrechtlichen Prüfung sind die absoluten Schutzhindernisse deshalb stets unter Berücksichtigung des ihnen jeweils zugrunde liegenden Allgemeininteresses auszulegen (EuGH GRUR 2004, 943 Rdn. 26 – SAT.2).

Der Ausschlussbestand des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG soll die Entstehung von markenrechtlichen Monopolen an beschreibenden Zeichen oder Angaben verhindern und damit dem Allgemeininteresse an der freien Verwendbarkeit solcher Bezeichnungen Rechnung tragen. Nach dieser Norm sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die dazu dienen können, im Verkehr relevante Produktmerkmale zu beschreiben (vgl. EuGH GRUR 2004, 680, 681 Rdn. 35, 36 – BIOMILD; BGH GRUR 2000, 211, 212 - FÜNFER). Dies gilt gleichermaßen für Begriffe, die lexikalisch belegbar sind, wie auch für Wortneubildungen, wenn diese einen derart unzweideutigen Aussagegehalt aufweisen, dass sie zur Merkmalsbeschreibung i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dienen können (vgl. hierzu Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 260).

Die Anmelderin hat zu Recht darauf hingewiesen, dass Gegenstand der Schutzfähigkeitsprüfung stets die angemeldete Marke in ihrer Gesamtheit ist. Sie erkennt allerdings, dass es deswegen keineswegs ausgeschlossen ist, zunächst die Bedeutungsgehalte der einzelnen Wortbestandteile einer Kombinationsmarke zu bestimmen. Häufig ist diese Vorgehensweise sogar zwingend notwendig, um

dadurch den semantischen Gehalt einer lexikalisch nicht belegbaren Wortfolge überhaupt erst bestimmen zu können (EuGH MarkenR 2007, 204, Rdn. 78-80 - Celltech; EuGH GRUR Int. 2005, 1012, 1014, Rdn. 31 - BioID). In einem weiteren Schritt bleibt dann aber immer zu prüfen, ob zwischen der Wortverbindung in ihrer Gesamtheit und der bloßen Summe ihrer beschreibenden Bestandteile ein merklicher Unterschied besteht, beispielsweise, weil der fragliche Gesamtbegriff aufgrund der konkreten Kombination der einzelnen Markenelemente syntaktische oder semantische Besonderheiten aufweist (vgl. EuGH GRUR 2004, 943, 944, Rdn. 28 - SAT.2; sowie Ströbele, a. a. O., § 8 Rdn. 261 m. w. N). Dies ist vorliegend jedoch nicht der Fall.

Die angemeldete Marke setzt sich aus zwei gebräuchlichen und einfach verständlichen Schlagwörtern zusammen. Selbst die Anmelderin hat in ihrer Beschwerdebegründung eingeräumt, dass die fraglichen Markenbestandteile für sich genommen bekannt und im Sinne von „sehr klein“ bzw. als Hinweis auf einen „irgendwie gearteten, positiven Überschuss“ verständlich sind. Es entspricht auch ständiger Rechtsprechung, dass der Bestandteil „PLUS“ als gängige Anpreisung und Qualitätsberühmung i. S. v. „extra, von höherer Qualität“ zu werten ist (vgl. die zahlreichen Rechtsprechungsnachweise in PAVIS zum Stichwort „Plus“). In ihrer sprachüblichen Wortbildung, die keinerlei ungewöhnliches Merkmal erkennen lässt, kann der angemeldeten Wortkombination deshalb zwanglos der Aussagegehalt „klein und besonders vorteilhaft“ zugeordnet werden (vgl. hierzu etwa auch BPatG, 28 W (pat) 080/04, CLAUSPLUS, veröffentlicht auf PAVIS CD-ROM). Wie bereits in dem Zwischenbescheid des Senats dargelegt, spielt gerade auch die Produktgröße auf dem hier maßgeblichen Warenssektor eine nicht unerhebliche Rolle, etwa im Hinblick auf ein geringes Eigengewicht der fraglichen Waren oder die spezielle Eignung kleinerer Produktvarianten für die Bienenzucht, insbesondere der Königinnenzucht. Dementsprechend sind mit dem produktbezogenen Hinweis „Mini“ gebildete Sachangaben allgemein gebräuchlich, wie sich dies z. B. an den Bezeichnungen „Mini-Beuten“ oder „Mini-Völker“ veranschaulichen lässt. Vor diesem Hintergrund liegt die Eignung der angemeldeten

Marke auf der Hand, mit dem dargestellten Bedeutungsgehalt zur Beschreibung der beanspruchten Waren dienen zu können.

Derartige merkmalsbeschreibende Begriffe sind nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG grundsätzlich vom Schutz ausgeschlossen, völlig unabhängig von ihrer aktuellen Gebräuchlichkeit (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; sowie nochmals Ströbele, a. a. O, Rdn. 260 m. w. N). Die Eintragung zugunsten eines einzelnen Wettbewerbers wäre nach der Rechtsprechung als ungerechtfertigtes markenrechtliches Monopol zu werten, das der Gewährleistung des freien Waren- und Dienstleistungsverkehrs und damit dem zentralen Anliegen des Markenrechts zuwiderlaufen würde. Der Eintragbarkeit der angemeldeten Marke steht somit bereits der Ausschlussstatbestand des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Ihr fehlt zudem jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Dabei ist entgegen des allgemeinen Begriffsgehalts des Tatbestandsmerkmals „jegliche“ nicht davon auszugehen, dass jede noch so geringe, irgendwie geartete Unterscheidungskraft ausreichend wäre, um die markenrechtliche Herkunftsfunktion erfüllen zu können. Denn bei dem genannten Begriff handelt es sich um einen Rechtsbegriff, der einer allgemeinsprachlichen Interpretation nicht zugänglich ist, sondern normativ ausgelegt werden muss. Die höchstrichterliche Rechtsprechung hat im Rahmen dieser Auslegung klargestellt, dass die Herkunftsfunktion einer Marke stets im Vordergrund stehen muss, während weitere mögliche Funktionen - wie etwa eine anpreisende oder produktbeschreibende Funktion - daneben nur von untergeordneter Bedeutung sein dürfen (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, 1029, Rdn. 35 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft stellt somit keinen nachrangigen Ausnahmetatbestand dar der großzügig, sprich anmelderfreundlich, zu prüfen wäre. Vielmehr hat der EuGH immer wieder eine strenge und vollständige Prüfung gefordert und eine „großzügige“, also den Schutz der angemeldeten Marke im Zweifel zulassende Eintragungspraxis als unzulässig verworfen (vgl. EuGH a. a. O, Rdn. 45 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Ergeben die

Feststellungen zur markenrechtlichen Unterscheidungskraft deshalb keinen eindeutigen Nachweis dafür, dass die Marke die Herkunftsfunktion erfüllen kann und dass diese Herkunftsfunktion im Vordergrund steht, widerspricht die beantragte Eintragung ins Register dem im Rahmen des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu berücksichtigenden Interesse, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren.

Im vorliegenden Fall erschöpft sich die angemeldete Wortfolge in der bloßen sprach- und werbeüblichen Aneinanderreihung zweier produktbeschreibender Einzelbegriffe. Eine Verbindung schutzunfähiger Angaben kann aber nur dann zur Eintragbarkeit führen, wenn dadurch eine neue Gesamtaussage entsteht, die erkennbar mehr ist als die bloße Kombination der fraglichen Wörter (EuGH MarkenR 2004, 111 – BIOMILD; EuGH MarkenR 2004, 99 - Postkantoor). Diese Anforderungen erfüllt der Gesamtbegriff „MINI PLUS“ nicht, vielmehr bewegt er sich in jeder Hinsicht im Rahmen des Üblichen und Verständlichen und bleibt für die beanspruchten Waren ebenfalls beschreibend. Soweit die Beschwerdeführerin dem sinngemäß entgegenhält, die Marke sei jedenfalls mehrdeutig, vermag dies die Schutzzfähigkeit schon deshalb nicht zu begründen, weil eine Wortmarke bereits dann von der Eintragung ausgeschlossen ist, wenn sie – wie hier - in einer ihrer möglichen Bedeutungen einen produktbeschreibenden Aussagegehalt aufweist (vgl. etwa EuGH, GRUR 2004, 146, Rdn. 32 - Doublemint).

Die angesprochenen Verkehrskreise werden der angemeldeten Marke aufgrund ihres beschreibenden Aussagegehalts keine betriebskennzeichnende Hinweiswirkung i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zuordnen, sondern ihr im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren lediglich einen werbeüblichen, produktbezogenen Hinweis auf kleine, mit besonderen, vorteilhaften Eigenschaften versehene Waren entnehmen. Dies gilt umso mehr, als hier Fachverkehr und Endverbraucher angesprochen sind, die über spezielle Kenntnisse auf dem Gebiet des Imkereiwesens verfügen und deshalb wissen, dass die Produktgröße für die Bienenzucht von besonderer Bedeutung sein kann. Der Umstand, dass sich dem

Verkehr aufgrund der werbemäßig allgemein gehaltenen Aussage möglicherweise keine detaillierteren Produktinformationen erschließen werden, steht dem Verständnis als bloße Sachangabe nicht entgegen (vgl. Ströbele, a. a. O, § 8 Rdn. 91 m. w. N), zumal der Verkehr nicht dazu neigt, solche Sachaussagen zu analysieren und auf diese Weise eine betriebskennzeichnende Wirkung abzuleiten. Vielmehr nimmt er eine allgemein verständliche Sachbezeichnung in aller Regel so an, wie sie ihm gegenübertritt. Dies gilt umso mehr, als der Verkehr in der Werbung ständig mit Sachangaben konfrontiert wird, deren konkreten Inhalte ihm nicht detailliert bekannt sein werden, mit denen er aber trotzdem ausschließlich beschreibende Assoziationen verbindet. Dem typischen, dem markenrechtlichen Leitbild entsprechenden Verbraucher ist völlig bewusst, dass eine gewisse begriffliche Unbestimmtheit von Sachaussagen sogar gewollt sein kann, um einen weiten Bereich produktbezogener Eigenschaften erfassen zu können, ohne diese im Einzelnen benennen zu müssen (vgl. BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice). Eine Marke weist also nicht schon deshalb die erforderliche Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auf, weil sie keine konkreten Produkteigenschaften abschließend benennt. Für eine Zurückweisung beschreibender Angaben ist es keineswegs erforderlich, dass ein Zeichen aus Begriffen besteht, mit denen die fraglichen Waren bzw. Dienstleistungen direkt bezeichnet oder Merkmale beschrieben werden, die ihnen unmittelbar anhaften (vgl. EuGH GRUR RR 2008, 47, Rdn. 32 - MAP & GUIDE).

Die Beschwerde war somit zurückzuweisen.

Die beantragte Rückzahlung der Erinnerungs- bzw. der Beschwerdegebühr kam schon deshalb nicht in Betracht, weil es angesichts der Feststellungen des Senats hierfür an der erforderlichen Kausalität zwischen Verfahrensfehler und der Notwendigkeit der Erinnerungs- bzw. Beschwerdeeinlegung fehlt.

Die vorliegende Entscheidung konnte im schriftlichen Verfahren ergehen, nachdem eine mündliche Verhandlung von der Anmelderin nicht beantragt wurde und auch nach Wertung des Senats nicht sachdienlich gewesen wäre (§ 69 MarkenG).

Stoppel

Martens

Schell

Me