



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 505/11

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
19. Februar 2013

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2009 070 955.6**



hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 19. Februar 2013 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Werner sowie der Richterin Dr. Schnurr und des Richters Heimen

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Am 2. Dezember 2009 haben die Anmelder die Wortbildmarke

*Stets  
ein feiner  
Zug.*

angemeldet für folgende Waren:

„Klasse 6: Schornsteine aus Metall (vorgefertigt), Schornsteinhauben aus Metall, Schornsteinrohre aus Metall;

Klasse 11: Öfen, Ofenauskleidungen (geformt), Ofenbeschläge, Ofenfutter (auch geformt), Ofenroste, Ofenauskleidungen aus Schamotte, Solaröfen, Verbrennungsöfen, Rauchzüge für Schornsteine, Schornsteinschieber;

Klasse 35: Einzelhandels-, Großhandels-, Online- oder Katalogversandhandelsdienstleistungen über das Internet in den Bereichen chemische Erzeugnisse, Anstrichmittel, Brennstoffe, Maschinen, Werkzeuge und Metallwaren, Bauartikel, namentlich Öfen, Schornsteine und deren Einzelteile, Heimwerkerartikel und Gartenartikel, Elektrowaren und Elektronikwaren;

Klasse 37: Installation und Reparatur von Öfen, Installation und Reparatur von Feueranlagen, Installation und Reparatur von Heizungen, Installation und Reparatur von Klimaanlage, Installationsarbeiten“.

Die mit einem Beamten des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamtes (DPMA) hat nach vorheriger Beanstandung, der Anmeldung stünden die Eintragungshindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen, mit Beschluss vom 16. November 2010 die Markenmeldung zurückgewiesen. Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, die angemeldete Wortbildmarke mit der Wortfolge „Stets ein feiner Zug“ sei nicht geeignet, die gekennzeichneten Waren hinsichtlich ihrer betrieblichen Herkunft von anderen Waren zu unterscheiden, und sei in ihrer Gesamtheit nicht schutzfähig. Die Wortfolge werde vom angesprochenen Verkehr nur als Werbespruch mit Kaufanreizcharakter bzw. Qualitätshinweis empfunden, dahingehend, dass es sich um Waren handle, die stets für guten, nämlich feinen Zug sorgten, der im Rahmen der Bestimmungen hinsichtlich Emission und Abgasen den Umweltschutznormen entspreche und auch hinsichtlich Verbrauch und Brennwert den Anforderungen entspreche.

Auch die grafische Ausgestaltung ver helfe ihr nicht zur Unterscheidungskraft, denn die grafischen Elemente und die Art der Kombination der Markenbestandteile entsprächen dem in der Werbung Üblichen, die verwendete Schriftart entspreche gängigen Schrifttypen.

Hiergegen haben die Anmelder unter dem 17. Dezember 2010 Beschwerde eingelegt.

Zur Begründung der Beschwerde führen sie aus, dass die sloganartige Wortfolge mehrdeutig, originell und interpretationsbedürftig sei. Das DPMA stelle überzogene Anforderungen an die Unterscheidungskraft, der produktbeschreibenden Gehalt der Aussage „Stets ein feiner Zug“ dürfe nicht ausschließlich in den Mittelpunkt der Beurteilung gestellt werden, da die Aussage doppeldeutig sei und vorrangig auf die Charaktereigenschaft eines Menschen hinweise, aber nicht auf die Wirkungsweise von Öfen etc..

Die Anmelder sind dazu der Auffassung, dass die Wortfolge keine gebräuchliche Redewendung oder Werbeaussage in Bezug auf die angemeldeten Waren sei, vielmehr lasse die Aussage „ein feiner Zug“ in Verbindung mit den angemeldeten Waren und Dienstleistungen eine unterschwellige Ironie entstehen und erfordere eine Interpretation. Dieser Überraschungseffekt reiche für das geforderte Mindestmaß an Unterscheidungskraft aus.

Die in der mündlichen Verhandlung nicht erschienenen Anmelder haben beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 11 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 16. November 2010 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten verwiesen.

## II.

Die zulässige, insbesondere nach §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG statthafte Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil einer Eintragung der angemeldeten Marke das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht, denn das angemeldete Zeichen ist für die angemeldeten Waren und Dienst-

leistungen beschreibend und ist nicht unterscheidungskräftig. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht nach § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH, GRUR 2004, 428, 429 f., Rn. 30, 31 - *Henkel*; BGH, GRUR 2012, 1143 (Rn. 7) - *Starsat*). Werbeslogans und sonstige spruchartige Wortfolgen sind bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft wie andere Wortmarken zu behandeln. Sie unterliegen keinen strengeren Schutzvoraussetzungen und müssen insbesondere keine zusätzliche Originalität aufweisen. Allein die Tatsache, dass ein Zeichen von den angesprochenen Verkehrskreisen als Werbeslogan verstanden wird, reicht - für sich gesehen - nicht aus, um die für die Schutzfähigkeit erforderliche Unterscheidungskraft zu verneinen (vgl. EuGH GRUR 2010, 228 (Rn. 44) - *VORSPRUNG DURCH TECHNIK*). Entscheidend ist, ob die Marke zugleich auch als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen wahrgenommen wird (EuGH GRUR 2010, 228 (Rn. 45) - *VORSPRUNG DURCH TECHNIK*, GRUR Int. 2011, 255, 257 (Rn. 52) – *BEST BUY*, GRUR Int. 2012, 914, 916 (Rn. 29) – *Wir machen das Besondere einfach*).

Wie bei anderen Markenkategorien auch, ist bei Wortfolgen die für die Schutzfähigkeit erforderliche Unterscheidungskraft allerdings zu verneinen, sofern der Verkehr einer Bezeichnung im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet oder in ihr lediglich eine Anpreisung oder Werbeaussage allgemeiner Art sieht (BGH 2006, 850, 854, Rn. 19 - *FUSSBALL WM 2006*; B. vom 13.9.2012, Az.: I ZB 68/11 – *Deutschlands schönste Seiten*; EuGH GRUR 2004, 674, 678, Rn. 86 - *Postkantoor*). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber

ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH GRUR 2012, 1143, 1144 (Rn. 9) – *Starsat*; GRUR 2006, 850, 854, Rn. 17 - *FUSSBALL WM 2006*).

Gemessen an diesen Voraussetzungen hat die angemeldete Wortbildmarke mit der Wortfolge „Stets ein feiner Zug“ für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft, weil die Marke für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen entweder beschreibend ist oder jedenfalls in einem engen beschreibenden Bezug zu ihnen steht. Zusammengefasst enthält sie in Verbindung mit den hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen die für die angesprochenen Verkehrskreise leicht und ohne weiteres verständliche, im Vordergrund stehende Sachaussage, dass der zum Betrieb eines Ofens oder Schornsteins erforderliche Luftstrom in sachter, unmerklicher Form fortlaufend besteht oder mittels bestimmter Bauteile genau, exakt gesteuert/ reguliert werden kann.

Der Begriff „Zug“ hat – wie bereits die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat - im Bereich der Ofentechnik zwei wesentliche Bedeutungen. Einerseits wird so die innere Öffnung im Ofen bzw. Schornsteinschacht bezeichnet, die aus den beanspruchten Waren der Klassen 6 und 11 bestehen kann oder in einem engen funktionalen Zusammenhang zu ihnen steht und/oder mittels der beanspruchten Dienstleistungen entweder hergestellt, gehandelt oder montiert wird. Andererseits wird mit dem Wort Zug auch die durch diese Öffnung erzielte Wirkung bezeichnet (vgl. dazu u. a. Lexikon der Heizungs-, Lüftungs-, und Klimatechnik, Berlin, 1971, S. 485, 378 f.). Dieser sogenannte (Schornstein-)Zug entsteht durch die unterschiedlichen Temperaturen der Luft im Ofen und der Außenluft und benennt letztlich den für die ordnungsgemäße Funktion notwendigen Luftstrom, der von außen durch den Ofen zum Schornstein führt. Der (Schornstein-)Zug stellt sicher, dass die Heizgase ordnungsgemäß durch die Feuerstätte geführt werden. Geschieht das nicht in ausreichendem Maße, kann es zu einem Abgasstau im Wärmeerzeuger und in der Folge zu Verbrennungsstörungen sowie gefährlichem Abgasaustritt in den Aufstellraum kommen. Umgekehrt entsteht bei zu hohem Schornsteinzug und einer daraus resultierenden großen Geschwindigkeit des Heizgases ein zu

schneller und unwirtschaftlicher Abbrand des Brennstoffes. Der sog. Zugbedarf einer Feuerstätte ist der notwendige Förderdruck, den der Schornstein am Übergang zur Verbindungsleitung (Kessel- oder Ofenstutzen) leisten muss. Aufgrund variabler Umgebungsbedingungen (z. B. wetterbedingte Luftdruckänderungen, Nutzerverhalten, Brennmaterial) kann es notwendig sein, den Zug, also die Luftströmung (z. B. durch sog. Zugbegrenzer) zu steuern, um den jeweiligen Zugbedarf zu erfüllen. Dazu können beispielsweise auch elektronische Bauteile z. B. als Sensoren, verwendet werden.

Schließlich wird mit dem Wort „Zug“ auch allgemein eine spürbare, oft als störend und unangenehm empfundene Luftströmung bezeichnet, die es beispielsweise im Bereich der Klima- und Lüftungstechnik zu vermeiden gilt.

Entgegen der Auffassung der Anmelder kann dem maßgeblichen Verkehrsverständnis hier nicht in erster Linie die Bedeutung des Wortes „Zug“ als eine charakterliche Eigenschaft zugrunde gelegt werden, denn Marken begegnen dem Verkehr nicht isoliert. Das voraussichtliche Verständnis des Verkehrs, dem die Marke gegenübertritt, ist im Gegenteil stets im Zusammenhang mit den Waren oder Dienstleistungen, für die Schutz begehrt wird, zu sehen (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker MarkenG, 10. Aufl., § 8. Rn. 111).

Auch die Kombination mit dem mehrdeutigen Adjektiv „fein“ (= z. B. dünn, klein, zart, einfühlsam, empfindlich, genau, exakt, elegant, vornehm, gepflegt, kultiviert etc. vgl. u. a. Duden Deutsches Universalwörterbuch, 7. Aufl., 2011, S. 585) ändert an der beschreibenden Sachaussage der Wortfolge „feiner Zug“ nichts. Ob das Wortpaar „feiner Zug“ in der deutschen Sprache auch als Beschreibung für eine als vorteilhaft empfundene Charaktereigenschaft verwendet wird, ist für das Verkehrsverständnis im Bereich der Waren und Dienstleistungen aus den Klassen 6, 11, 35 und 37 von untergeordneter Bedeutung. Ebenso wenig kommt es darauf an, dass der Begriff „Zug“ im Zusammenhang mit dem Transportwesen als ein „Gefolge von sich bewegenden Wagen“ definiert wird und auch noch weitere Bedeutungen hat (s. dazu nur: Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 7. Aufl., 2011, S. 2071, dort auch weitere Bedeutungsvarianten).



In Zusammenhang mit den streitgegenständlichen Waren und Dienstleistungen wird das Publikum das Begriffspaar weder i. S. v. Charakterzug noch als ein luxuriöses Transportmittel auffassen, sondern „fein“ im Sinne von hochwertige, ausgezeichnete, erstklassige Qualität (der Ware) oder – ebenfalls beschreibend – als fein i. S. v. kleinschrittig, genau im Zusammenhang mit einer fein justierbaren Steuerung des Zuges, der zum Betrieb des Ofens bzw. der Summe seiner Bestandteile notwendig ist. Des Weiteren kann die Angabe beschreibend dafür verwendet werden, dass ein Lüftungssystem so errichtet oder gesteuert wird, dass die notwendigen Luftströmungen nicht störend, sondern exakt dosiert sind.

Die Hinzufügung des Adverbs „stets“ i. S. v. „immer“, „jederzeit“ ändert an der beschreibenden Gesamtaussage nichts, sondern verstärkt diese lediglich in die Richtung, dass die beschriebenen Merkmale beständig vorhanden sind.

In der festgestellten Bedeutung besitzt die angemeldete Wortfolge als beschreibende Sachangabe keine Eignung, als Herkunftshinweis auf ein bestimmtes Unternehmen zu dienen, weil sie ein wesentliches Merkmal der betreffenden Waren aus den Klassen 6 und 11 bezeichnet und deshalb der Verkehr die Angabe nur als Hinweis auf dieses Merkmal, etwa zur Abgrenzung von anderen z. B. Ofen- / Kaminsystemen mit ungesteuertem, ggfls. energieverwendenden Zug, aber nicht als Hinweis auf ein bestimmtes Herkunftsunternehmen auffasst. Dies gilt auch für die beanspruchten Dienstleistungen in den Klasse 35 und 37, da diese darauf gerichtet sein können, einen feindosierbaren Zug, auch im Sinne von Luftzug, zu bewerkstelligen oder die dazu erforderlichen Waren anzubieten.

Auch die grafische Gestaltung in Form eines schräggestellten, nach Art einer Schreibschrift ausgeführten, Schriftzuges verhilft der Anmeldung nicht zum Erfolg. Die Aufmachung geht über das Werbeübliche nicht hinaus.

Werner

Dr. Schnurr

Heimen

Bb