

Unterscheidungseignung

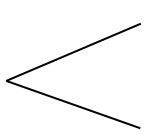
1. Abstrakte Unterscheidungseignung, § 3 I MarkenG

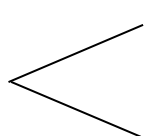
Nach § 3 I MarkenG muss das Zeichen geeignet sein, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Betriebe zu unterscheiden. Diese ist *unabhängig von jeglicher Ware oder Dienstleistung* zu bestimmen und ist deshalb auch nur dann abzulehnen, wenn eine solche Eignung unter allen denkbaren Umständen ausgeschlossen werden kann. Beispiele: Ein isolierter Punkt („.“) oder überlange Zeichengebilde (Wort-, Tonfolgen).

2. Konkrete Unterscheidungseignung, § 8 II Nr. 1 MarkenG

Nach § 8 II Nr. 1 MarkenG ist Unterscheidungskraft *für eine konkrete Ware oder Dienstleistung* erforderlich. Es besteht im Gegensatz zur abstrakten Unterscheidungseignung ein unmittelbarer Produktbezug. Es ist entsprechend dem Wortlaut („jegliche“) ein großzügiger Maßstab anzulegen.

Beispiele für konkrete Unterscheidungseignung:

Diesel  Kraftstoff (-)
Bekleidung (+)

Apfel  Obst (-)
Computer (+)