

# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 78/01

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 398 70 878.9

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. Oktober 2001 unter Mitwirkung des Richters Kraft als Vorsitzendem sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 9. Februar 2000 und 21. März 2001 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist die Bezeichnung

### **MAGIC CRISTAL**

für die Waren

"Glaswaren soweit in Klasse 21 enthalten, insbesondere Kunstgegenstände aus Glas"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung in zwei Beschlüssen von der Eintragung zurückgewiesen. Sie hat darauf hingewiesen, daß die aus einem englischen ("magic") und einem französischen Wort ("cristal") gebildete Marke als beschreibende Sachangabe in werbemäßiger Form auf die Beschaffenheit bzw Ausstattung der beanspruchten Waren hinweise. Die Wortzusammenstellung werde nämlich von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres in dem Sinne verstanden, daß es sich bei den angemeldeten Glaswaren um solche Produkte handle, die aus Kristallglas bestünden und eine magische Anziehungskraft auf die angesprochenen Verkehrskreise aus-

übten bzw daß diese aus zauberhaftem Kristall bestünden, wobei das Wort "MAGIC" die besondere Qualität hervorgehobener Eigenschaften der Produkte kennzeichne. Da die angemeldete Marke eine allgemein verständliche Sachangabe darstelle, fehle ihr auch jegliche Unterscheidungskraft.

Die Anmelderin wendet sich hiergegen mit der Beschwerde. Die angemeldete Marke sei durch die Markenstelle in analytischer Weise zergliedert. Es sei nicht berücksichtigt worden, daß der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in der Regel so aufnehme, wie es ihm entgegentrete, ohne es zu analysieren. Die angemeldete Marke sei eine Kombination aus Wörtern der englischen und französischen Sprache und der deutschen Sprache fremd. Aus der wörtlichen Übersetzung "magischer Kristall" lasse sich eine Sachinformation für Glaswaren nicht ableiten. Das Markenwort vermittle lediglich einen schwammigen, unklaren Bedeutungsgehalt und sei deshalb phantasievoll.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet, denn der Eintragung der angemeldeten Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register stehen die Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht entgegen.

Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind nur solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr ua zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der in Frage stehenden Waren dienen können. Dabei ist davon auszugehen, daß ein Eintragungshindernis auch dann besteht, wenn eine Be-

nutzung der Sachangabe bisher noch nicht erfolgt ist, eine solche jedoch nach den gegebenen Umständen in der Zukunft erfolgen wird (BGH GRUR 1995, 408, 409 - PROTECH). Zu den nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG vom Markenschutz ausgeschlossenen Angaben zählen allerdings nicht nur die ausdrücklich in dieser Vorschrift aufgeführten sondern auch solche, die für den Warenverkehr wichtige und für die umworbenen Abnehmerkreise irgendwie bedeutsame Umstände mit konkretem Bezug auf die betreffenden Waren selbst beschreiben (BGH GRUR 1998, 813, 814 - CHANGE; BIPMZ 1999, 410, 411 - FOR YOU). Zu diesen Angaben oder Umständen gehört die angemeldete Bezeichnung nicht.

Eine Verwendung der angemeldeten Bezeichnung als beschreibende Angabe hat die Markenstelle nicht belegt und auch der Senat vermochte keine entsprechenden Nachweise zu erbringen. Von einem auf gegenwärtiger Benutzung als Sachangabe beruhenden Freihaltebedürfnis kann deshalb nicht ausgegangen werden. Ebenso wenig liegen hinreichende Anhaltspunkte dafür vor, daß im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren in Zukunft eine Benutzung der Marke als Sachangabe erfolgen könnte. Zwar ist das Wort "CRISTAL" eine glatte und eindeutige Warenbenennung gerade auf dem vorliegend beanspruchten Warenausgangsbereich ("Kristallglas"). Der Senat verkennt auch nicht, daß das Wort "MAGIC" teilweise als schutzunfähiges Werbeschlagwort angesehen wird. Auch wenn mit der Markenstelle davon ausgegangen wird, daß die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Bezeichnung unabhängig von ihrer formalen Zugehörigkeit zu zwei unterschiedlichen Sprachen weitgehend mit "magisches Kristall" übersetzen und verstehen werden, dann sagt der Sinngelalt der Gesamtbezeichnung nichts Konkretes über die damit gekennzeichneten Waren aus. Das Wort "MAGIC" ist im Sinne von "zauberhaft" jedenfalls im vorliegenden Fall nicht eindeutig beschreibend, denn es bleibt unklar, was mit dem Gesamtbegriff "magisches bzw zauberhaftes Kristall" ausgesagt werden soll. Dieser Gesamtbegriff kann sich auf das Aussehen der beanspruchten Glaswaren, aber auch auf deren Wirkung auf den jeweiligen Betrachter beziehen und sagt letztendlich nichts Konkretes darüber aus, welche besonderen Merkmale die unter dieser Bezeichnung angebotenen Waren

auszeichnen. Von einem gegenwärtigen oder zukünftigen Freihaltebedürfnis der Mitbewerber der Anmelderin kann deshalb nicht ausgegangen werden.

Ebensowenig kann der Marke jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG abgesprochen werden. Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die der Anmeldung zugrundeliegenden Waren eines Unternehmens gegenüber solcher anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Hierbei ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden, zumal der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann demnach einer Wortmarke kein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch nicht um ein so gebräuchliches Wort der deutschen oder einer sonst im Inland geläufigen Sprache, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung (BGH WRP 1998, 495 - Today) - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß einem als Marke verwendeten Wortzeichen die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH MarkenR 1999, 349 - YES).

Hiervon ausgehend kann der angemeldeten Bezeichnung nicht die erforderliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Eine warenbeschreibende Sachangabe, die auf bestimmte Eigenschaften der beanspruchten Waren selbst Bezug nimmt, stellt diese Bezeichnung nicht dar, wie bereits ausgeführt wurde. Ebenso wenig handelt es sich um eine gebräuchliche Aussage der Alltagssprache, die der Verkehr infolge einer entsprechenden Verwendung in der Werbung nur als eine

fremdsprachige, schlagwortartige Angabe versteht. Anhaltspunkte in diese Richtung fehlen.

Kraft

Reker

Eder

prä