

BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 6/02

(Aktenzeichen)

Verkündet am
21. Oktober 2002

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 09 372.5

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 21. Oktober 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Buchetmann sowie der Richterin Winter und des Richters Schramm

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister als Wort-/Bildmarke ist angemeldet

siehe Abb. 1 am Ende

für zahlreiche Waren und Dienstleistungen der Klassen 7, 9, 10, 11, 14, 16, 28, 35, 37 und 41.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und des Bestehens eines Freihaltungsbedürfnisses gemäß § 8 Absatz 2 Nr 1 und 2 MarkenG beanstandet, weil mit der Marke lediglich beschreibend auf eine Hoch-Qualitäts-Baureihe hingewiesen werde. Die Zurückweisung der Anmeldung erfolgte wegen fehlender Unterscheidungskraft; auch die grafische Gestaltung sei werbeüblich und damit nicht geeignet, die Unterscheidungskraft zu begründen.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie hält mit näheren Ausführungen die angemeldete Bezeichnung für schutzfähig, weil sie in ihrer Gesamtheit keinen eindeutigen, warenbeschreibenden Begriffsinhalt habe. Zudem sei die grafische Gestaltung schutzbegründend.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

Ergänzend wird auf das schriftsätzliche Vorbringen und den Beschluß der Markenstelle Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache nicht begründet. Die angemeldete Marke **HighQLine** ist für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Sie besteht ausschließlich aus Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen können. Diese Angabe muß daher den Mitbewerbern zum freien Gebrauch erhalten bleiben.

Die angemeldete Bezeichnung besteht aus den Bestandteilen "High", "Q" und "Line", die als solches erkennbar sind, auch wenn die Bestandteile ohne deutlichen Wortzwischenraum aneinandergereiht sind. Dies beruht auf der Schreibweise des Zeichens, in der zwischen den in üblicher Schreibweise gestalteten Bestandteilen "High" und "Line" (Großer Anfangsbuchstabe, nachfolgende Kleinbuchstaben) der Großbuchstabe "Q" – abgesetzt durch besonderen Fettdruck und andere Schrifttype – eingefügt ist.

Der Buchstabe "Q" ist im Bereich der Technik in der englischen Sprache die Abkürzung für "Quality" (vgl Wennrich, Internationales Verzeichnis der Abkürzungen und Akronyme der Elektronik, Elektrotechnik, Computertechnik und Informationsverarbeitung Bd 2 S 230); dies gilt ebenso für das entsprechende deutsche Wort "Qualität" (vgl Wennrich aaO; Duden, Wörterbuch der Abkürzungen, 1999 S 259). Der Markenbestandteil "HighQ" ist im Bereich der Technik – ebenso wie die Bezeichnung "HiQ" (vgl BPatG 30 W (pat) 247/99 – HiQ, veröffentlicht bei PAVIS PROMA CD-ROM) - eine Kurzform von "High quality"; das ist der englische Ausdruck für "hochwertig" (wörtlich: hohe Qualität), der in dieser Form und Bedeutung auch beschreibend verwendet wird. Dies belegen die der Anmelderin übergebenen Nachweise. So heißt es zum Beispiel unter der Überschrift "HighQ-Edition": "MBörso-Computer ist ihr Partner für qualitativ hochwertige Computer-Produkte" bzw "Diese Computersysteme sind in Qualität und Leistung kaum zu übertreffen" (www.mboerso.de/systeme/highq bzw www.mboerso.com/templates/mainfile). Bei einem hochwertigen Scratchmixer ist von einem "highQ Mixer" die Rede (www.musik-service.de).

Das zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörende Wort "line" bedeutet "Linie" (vgl Weis, Grund- und Aufbauwortschatz, Englisch, S 61) und bezeichnet in Kombination mit anderen Begriffen eine bestimmte Produktlinie oder Produktgruppe mit gemeinsamen Konstruktions- und Ausstattungsmerkmalen, und zwar nicht nur im Modebereich (vgl BGH GRUR 1996, 68 - COTTON LINE), sondern auf vielen Waren- und Dienstleistungsgebieten (vgl BPatG GRUR 1996, 883 – BLUE LINE; EuG MarkenR 2000, 70 – Companyline).

Die angemeldete Bezeichnung **HighQLine** bedeutet somit in ihrer Gesamtheit wörtlich übersetzt "hochwertige Produktlinie".

In Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen ergibt sich damit die sinnvolle und zur Beschreibung geeignete Sachaussage, daß es sich nach Art, Beschaffenheit und Bestimmung um eine Produktlinie mit konstruktions- und

ausstattungsmäßig hochwertigen Erzeugnissen handelt. Das Merkmal der Hochwertigkeit kann sich dabei auf Vorteile wie große Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit, lange Lebensdauer oder – betreffend die Waren aus dem Bereich der Unterhaltungselektronik – höchste Aufnahme- oder Wiedergabequalität beziehen. Bei den Waren der Klasse 16 kann es sich um das gedruckte Begleit- und Informationsmaterial zu den Produkten handeln. Die Dienstleistungen können dazu bestimmt sein, das genannte Qualitätsmerkmal herzustellen oder auf die Produktlinie bezogen sein.

Die angenommene warenbeschreibende Sachaussage geht entgegen der Ansicht der Anmelderin auch nicht auf eine unzulässige zergliedernde Betrachtung des Anmeldezeichens zurück (vgl. BGH GRUR 1996, 771- THE HOME DEPOT). Die Annahme einer beschreibenden Angabe beruht hier gerade nicht auf einer nach deren einzelnen Bestandteilen analysierenden Betrachtungsweise, sondern darauf, daß der beanspruchten Wortkombination in ihrer Gesamtheit die Bedeutung einer warenbeschreibenden Sachaussage zukommt.

Soweit die Anmelderin die Auffassung vertritt, daß wegen unterschiedlicher Bedeutungen der Markenbestandteile keine Eigenschaften der angemeldeten Waren und Dienstleistungen beschrieben werden, vermag ihr der Senat nicht zu folgen. Diese Markenbestandteile können zwar - worauf die Anmelderin zutreffend hinweist - in unterschiedlichen Zusammenhängen eine jeweils unterschiedliche Bedeutung haben ("high" kann im Zusammenhang mit Emotionen für ein "Hochgefühl" stehen, der Buchstabe "Q" kann "question" (englisch=Frage), "query" (englisch=Anfrage) oder "Queen" (englisch=Königin) bedeuten und "line" auch "Strecke, Leine, Reihe, Branche, Leitung, Zeile, Netz". Welche dieser Bedeutungen in Betracht kommt, ergibt sich jedoch jeweils aus dem konkreten Zusammenhang. Es kommt nämlich bei der Prüfung, ob ein Freihaltebedürfnis an dem Zeichen besteht, nicht allein darauf an, ob das Zeichen abstrakt einen bestimmten Bedeutungsinhalt hat; maßgeblich ist vielmehr seine Verwendung im Zusammenhang mit der konkreten Ware oder Dienstleistung, vgl. § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG. Nur wenn

sich für den Ausdruck auch in Verbindung mit diesen kein eindeutiger Sinngehalt erkennen läßt, ist er ob dieser unbestimmten Aussagekraft nicht zur Beschreibung geeignet (vgl. BGH GRUR 1995, 269 - U-KEY; BIPMZ 1997, 360 - à la Carte). Das ist hier aber – wie oben ausgeführt - nicht der Fall.

Im übrigen kommt es für die Frage nach dem Freihaltungsbedürfnis vor allem auf die Belange der Mitbewerber der Anmelderin an. Ob die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise die angemeldete Bezeichnung richtig verstehen werden, ist nur insoweit von Bedeutung, als sie zur Warenbeschreibung dann nicht geeignet sein kann, wenn von vornherein feststeht, daß sie für das angesprochene Publikum völlig unverständlich sein und bleiben wird (vgl. Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn 69). Dies trifft im vorliegenden Fall nicht zu, und zwar schon deshalb nicht, weil in den hier betroffenen Bereichen Technik, Marketing und Beratung Englisch als Fachsprache anzusehen ist. Dass die Markenbestandteile im Inland geläufig sind und "line" zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehört, wurde bereits festgestellt.

Die grafische Gestaltung des "Q" und die Binnengroßschreibung des "Q" und des Buchstabens "L" in "Line" unter Zusammenziehung aller Bestandteile ist als häufig anzutreffende werbeübliche Schriftzuggestaltung nicht geeignet, die Sachaussage in den Hintergrund treten zu lassen, wobei die Rotfärbung des Q diese nur hervorhebt. Die angemeldete Marke kann daher, auch in der konkreten Schreibweise, im Verkehr zur Beschreibung der angemeldeten Waren und Dienstleistungen dienen, ist also als beschreibende freihaltebedürftige Angabe iSd § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Wegen des in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen für die angesprochenen Verkehrskreise erkennbar im Vordergrund stehenden rein beschreibenden Begriffsinhalts der angemeldeten Wortzusammensetzung und der lediglich einfachen werbeüblichen Gestaltung des Schriftbildes fehlt der angemeldeten Marke auch jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG

(vgl. ua BGH GRUR 2001, 1153 - antiKalk; BGH WRP 2001, 1082, 1083 - marktfrisch).

Dr. Buchetmann

Winter

Schramm

Hu

Abb. 1

HighQLine