

BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 140/01

(Aktenzeichen)

Verkündet am
18. Februar 2002

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 36 301.3

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 18. Februar 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Buchetmann sowie der Richterin Winter und des Richters Voit beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister ist angemeldet die Darstellung

siehe Abb. 1 am Ende

für die Waren

"Halterungen für tragbare Funktelefone".

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat durch Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und wegen Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, der Endbuchstabe "C" des Zeichens werde aufgrund seiner, den übrigen Buchstaben vollkommen angepassten Größe, Fettdruck und Form von den angesprochenen Verkehrskreisen vorrangig als Buchstabe wahrgenommen und nicht als verfremdete Abbildung eines Hufeisenmagneten, da sich erst bei genauem Hinsehen die äußerst kleinen und unauffälligen Darstellungen der Hufeisennägel ergäben. Aber auch dann wird der Verkehr dies als Form des Buchstabens "C" identifizieren. Insgesamt setze sich das angemeldete Zeichen ohne weiteres erkennbar aus den Bestandteilen "MAGNET" und "TEC" zusammen, wobei der Bindestrich eine verfremdende Verschmelzung verhindere. Dabei ergebe sich aus der Kombination der beiden Bestandteile die ohne weiteres verständliche und sinnvolle Beschaffenheitsangabe dahingehend, dass mit den beanspruchten Waren die technischen Probleme der Halterung von Funktelefonen mittels Magnettechnik gelöst werden. Aufgrund dieses ausschließlich beschreibenden Charakters bestehe daher sowohl ein Freihaltebedürfnis als auch

die Nichteignung des Zeichens als Kennzeichnung eines bestimmten Unternehmens. Auch aus der bildlichen Darstellung lasse sich eine markenrechtliche Schutzfähigkeit nicht begründen, zumal sie durch die Anspielung auf die bekannteste Art eines Magneten den Begriffsinhalt des Wortes lediglich unterstreiche.

Die Anmelderin hat Beschwerde erhoben.

Zur Begründung führt sie aus, die Begründung der Markenstelle basiere auf einer unzulässigen Zurückführung des Zeichens auf eine Wortmarke, obwohl aufgrund der graphischen Gestaltung der Verkehr in dem letzten Bestandteil des angemeldeten Zeichens keinen Buchstaben, sondern einen verfremdeten Magneten sehen werde. Da es derartige Magnetformen in der Technik nicht gebe, was dem unbefangenen Beobachter auch auffalle, resultiere bereits daraus die erforderliche Unterscheidungskraft. Im übrigen würden nicht unerhebliche Teile des Verkehrs aufgrund der bildlichen Ausgestaltung im Zeichen nicht den Begriff "MAGNET-TEC", sondern vielmehr "MAGNET-TE" erkennen, weshalb auch unter diesem Gesichtspunkt die erforderliche Unterscheidungskraft gegeben sei.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 7. Mai 2001 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, hat in der Sache aber keinen Erfolg. In Übereinstimmung mit der Markenstelle geht auch der Senat davon aus, dass es der angemeldeten Bezeichnung sowohl an der erforderlichen Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG mangelt als ihr auch ein Freihaltebedürfnis im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht.

Die angemeldete Bezeichnung besteht aus der Wortkombination "MAGNET-TEC", wobei der am Ende stehende Buchstabe "C" als Hufeisen dargestellt und mit insgesamt sechs Strichen in Strahlenform graphisch ausgestaltet ist. Wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, erschöpft sich diese graphische Gestaltung aufgrund der mit den voranstehenden Buchstaben vollkommen übereinstimmenden Größe und Schriftschnitt jedoch darin, dass die angesprochenen Verkehrskreise - das Zeichen wendet sich an sämtliche Verkehrskreise - dieses Zeichenelement vorrangig als werbeübliche Verfremdung des Buchstabens "C" ansehen werden, so dass sich im Ergebnis eine Bezeichnung aus den Bestandteilen "MAGNET" und "TEC" ergibt, zumal in der der Anmeldung zugrundeliegenden Zeichenform die Löcher quasi nicht auffallen und die angefügten Strahlen, die nicht die Charakteristik magnetischer Feldlinien aufweisen, im Falle der Wahrnehmung eher für werbeübliche Verzierungen gehalten werden.

Bei dieser Sachlage ist davon auszugehen, dass die angesprochenen – breitesten - Verkehrskreise die Marke als bloße graphische Ausgestaltung der Wortbestandteile "MAGNET-TEC" ansehen werden. Diese Bezeichnung ist in Bezug auf die angemeldeten Waren rein beschreibend, auch wenn sie lexikalisch in ihrer Zusammensetzung nicht nachweisbar ist.

"Magnet" ist dabei die allgemeine Bezeichnung für einen Werkstoff, der die Fähigkeit besitzt, ferromagnetische Stoffe anzuziehen (vgl. Brockhaus, Naturwissenschaften und Technik, Bd. 3, S. 212 unter "Magnetismus"). "TEC" wiederum ist die

aus der englischen Sprache stammende und zwischenzeitlich in Wortkombinationen wie "High-Tec", oder "Hi-Tec" und weiteren in den deutschen Sprachkreis eingegangene weit verbreitete und geläufige Abkürzung für "technical, technic, technology" (vgl. Abkürzungen und Kurzwörter aus Technik und Naturwissenschaften, 1974, S. 663; De Sola, Abbreviations Dictionary, 6. Aufl., S. 791; Webster's Third International Dictionary, S. 2347).

In Bezug auf die beanspruchten Waren bedeutet die angemeldete Bezeichnung in ihrer Gesamtheit daher nichts anderes als die Lösung einer Halterung für Mobiltelefone mittels Magnettechnik, wobei das angemeldete Zeichen auch sprachüblich mit Bindestrich geschrieben ist.

An dieser Beurteilung vermag auch die graphische Verfremdung des Endbestandteils des angemeldeten Zeichens nichts zu ändern. Ein Bildzeichen ist nur dann hinreichend unterscheidungskräftig, wenn es in seiner graphischen Wiedergabe eine über die herkömmliche Werbegraphik hinausgehende Eigenart und Prägnanz besitzt, die das Erinnerungsvermögen des Verkehrs in herkunftskennzeichnender Weise beeinflussen kann (vgl. BGH GRUR 1991, 136 - NEW MAN). Auch wenn hierfür ein besonderer Phantasiegehalt der bildlichen Gestaltung oder gar eine schöpferische Gestaltung nicht zu fordern ist, hängt es doch von der konkreten Gestaltung im Gesamteindruck des Zeichens ab, welche Bedeutung und kennzeichnende Wirkung der graphischen Ausformung zukommt. Hierbei können Kriterien wie etwa der Art und Anordnung der Wort- und Bildelemente und deren räumlicher Bezug zueinander, die Größenverhältnisse, die farbliche Gestaltung, ein gedanklicher Zusammenhang zwischen Wort und Bild sowie der Grad der beschreibenden Bedeutung des Wortelements eine Rolle spielen (vgl. BPatGE 33, 167 - KAMILL). Wenn diesem Wortbestandteil eine glatt beschreibende Funktion zukommt, bedarf es umso mehr einer im Gesamteindruck auffallend hervortretenden eigentümlichen Gestaltung, um sich dem Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis einzuprägen (vgl. BPatGE 36, 29 - Color-COLLECTION; BPatGE 38, 239 - Jean's; BGH WRP 2001, 1201 - antiKALK). Dabei vermögen regelmäßig einfa-

che graphische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbildes die fehlende Unterscheidungskraft der Wörter nicht aufzuwiegen (vgl. BGH aaO, - antiKALK). Ausgehend vom Gesamteindruck kann hier der graphischen Gestaltung der in schwarzer Farbe auf weißem Grund gehaltenen angemeldeten Bezeichnung, die sich in der kaum sichtbaren Verfremdung des am Schluss stehenden Elements in Form eines Hufeisens anstelle des Buchstaben "C" zusammen mit strahlenförmigen Linien und einer Umrahmung mittels einer Doppellinie erschöpft, keine betriebskennzeichnende Eigenart beigemessen werden. Soweit nämlich überhaupt ein noch beachtlicher Teil des Verkehrs diese Verfremdung bemerken sollte, was bereits aus üblicher Leseentfernung schwerfällt, wird er hierin kein eigenartiges, betriebskennzeichnendes Merkmal sehen. Vielmehr nimmt der Verkehr die Bezeichnung in ihrer Gesamtheit wahr, wobei die beschreibende Angabe "MAGNET-TEC" so im Vordergrund steht, dass er der konkreten Ausgestaltung nur eine leichte Verzierung, jedoch keine kennzeichnende Bedeutung zumessen wird.

Als glatt beschreibende, sprachüblich gebildete und ohne weiteres allgemein verständliche Angabe ist das Zeichen im übrigen auch Freihaltebedürftig im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, wobei auch die erstmalige Verwendung der Annahme eines aktuellen Freihaltebedürfnisses nicht entgegensteht (vgl. BGH GRUR 1996, 770 - MEGA).

Etwas anderes ergibt sich auch nicht daraus, dass ein dem angemeldeten Zeichen ähnliches Zeichen in den USA eingetragen wurde. Eine Indizwirkung ausländischer Eintragungen, die sich im übrigen allein auf ein Wortzeichen, das nach der Auffassung der Anmelderin hier ja gerade nicht vorliegen soll, erstrecken könnte, wäre nur dort in Betracht zu ziehen, wo es sich um eine sprachliche Angabe des dortigen Sprachkreises handelt (vgl. Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdnr. 88). Sie ist aber umso geringer, je gebräuchlicher ein fremdsprachiger Ausdruck im Deutschen ist. Bei "MAGNET" handelt es sich um ein seit dem Mittelhochdeutschen im Deutschen übliches Wort (vgl. DUDEN, Herkunftswörterbuch,

S. 415); "TEC" wiederum hat als zwar ursprünglich englischsprachige Abkürzung - wie oben bereits ausgeführt - als gebräuchliches Fremdwort längst Eingang in den deutschen Sprachraum gefunden, so dass eine Indizwirkung aus der Eintragung in den USA nicht hergeleitet werden kann, zumal die in der mündlichen Verhandlung vorgelegte Eintragungsurkunde nicht das hier zu beurteilende Zeichen betrifft, sondern ein Zeichen, bei dem durch die zweifache Wiedergabe des Zeichens (einmal konversive Druckform), ein wesentlich stärker ausgeprägter Bildeindruck entsteht.

Dr. Buchetmann

Winter

Voit

Fa

Abb. 1

