



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 99/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 306 14 713.0

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
15. März 2007 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 23. August 2006 die Anmeldung der Wortmarke

Baseline

für verschiedene Waren der Klassen 9, 11, 15 und 20 nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen, weil die angesprochenen Verkehrskreise diese als üblichen Hinweis auf die Zugehörigkeit der beanspruchten Waren zu einer Grundausstattung bzw. grundlegenden Produktlinie ansähen und damit in ihr keinen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Waren erkennen könnten.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 vom 23. August 2006 aufzuheben.

Sie hält die Anmeldemarke weiterhin für schutzfähig, weil sie die beanspruchten Waren nicht unmittelbar beschreiben könne und weist im Übrigen auf die Entscheidung 32 W (pat) 291/01 hin, mit welcher die Kennzeichnung „Baseline“ für schutzfähig erachtet wurde. Im Hinblick darauf regt sie die Zulassung der Rechtsbeschwerde an.

II.

A. Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde ist unbegründet. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat zur Vermeidung von Wiederholungen anschließt, hat die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt. Die Beschwerdebegründung bietet für eine abweichende Beurteilung keinen Anlass.

Mit der Markenstelle geht auch der Senat davon aus, dass der angemeldeten Bezeichnung ungeachtet der Frage eines bestehenden Freihaltungsbedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG jedenfalls jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG fehlt, also nach der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington) und des Bundesgerichtshofs (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns) die Eignung, von den Abnehmern, an welche sich die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen richten, als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 1995, 408 [409] - PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) ist nämlich davon auszugehen, dass die durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Abnehmer (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 – Libertel; GRUR 2004, 943, 944 - SAT.2) in ihr keinen Hinweis mehr auf die Herkunft der beanspruchten Waren aus einem *bestimmten* Unternehmen sehen, sondern ihr nur einen für diese Waren im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt entnehmen werden (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH GRUR 2001, 162, 163 m. w. N. - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, besteht die Anmeldemarke für den Verkehr ohne Mühe erkennbar aus den beiden zum englischen Grundwortschatz gehörenden Worten „base“, welches für „Basis, Fundament, Ausgangsbasis, Grundbestandteil, Grundlage“ steht (vgl. Duden-Oxford - Großwörterbuch Englisch, 3. Aufl. Mannheim 2005 [CD-ROM] Stichwort „base“ und „line“, welches im geschäftlichen Verkehr nach ständiger nationaler und europäischer Rechtsprechung die Produkt- oder Sortimentslinie bzw. -serie bezeichnet (vgl. BGH GRUR 1996, 68, 69 - COTTONLINE; BPatGE 30, 227, 228 - LADYLINE; BPatGE 34, 11 - Glass-Line; s. a. von den zahlreichen auf der PAVIS CD-ROM veröffentlichten Zurückweisungen von Marken mit dem Bestandteil „Line“ u. a. BGH I ZB 7/95 und 8/95 - Active Line; BPatG 25 W (pat) 9/95 und 24 W (pat) 76/95 - Topline; 30 W (pat) 53/95 - POWERLINE; 24 W (pat) 237/95 - TRENDLINE; 32 W (pat) 89/96 - ComfortLine; 32 W (pat) 157/96 - TOPLINE; 32 W (pat) 171/96 - Profiline; 29 W (pat) 209/96 - SALES LINE; 28 W (pat) 190/98 - Trendline; EuG T 0019/99 - COMPANYLINE; HABM R0741/99 1 - EUROLINE; R0690/99 3 - TOP-LINE). In ihrer Zusammenfügung wird der Verkehr der Anmeldemarke daher nur den ihm aus zahlreichen Verwendungen für jegliche Art von Waren geläufigen schlichten Sachhinweis darauf entnehmen, dass es sich bei den beanspruchten Waren um solche handelt, welche zur Grundproduktserie des jeweiligen Warenanbieters gehören, bei denen es sich also um eine (erweiterbare) Grundausstattung handelt. Soweit die Anmelderin geltend macht, damit würden nicht Merkmale der beanspruchten Waren beschrieben, irrt sie; denn mit dem Hinweis auf die Angehörigkeit zur Grundausstattung wird eine Aussage über ihre Eignung und Verwendbarkeit und damit über ein für die Kaufentscheidung wesentliches Merkmal getroffen (ähnlich EuGH GRUR 2003, 58 - Companyline; BGH GRUR 1998, 394 - Active Line; BPatG 24 W (pat) 262/99 - babyline; 28 W (pat) 117/95 - BIOLINE; 32 W (pat) 78/95 - BLUE LINE; 25 W (pat) 134/01 - c@rline; 29 W (pat) 12/99 - Colorline; 32 W (pat) 89/96 - ComfortLine; 32 W (pat) 157/95 - TOP-LINE; 33 W (pat) 45/01 - TopLine; 25 W (pat) 9/95 - Topline; 24 W (pat) 76/96 - Topline; 28 W (pat) 41/05 - CREATIVE LINE; 33 W (pat) 210/03 - creative line; 27 W (pat) 235/00 - CyberLine; 25 W (pat) 34/05

- Danceline; 32 W (pat) 154/96 - ecoLINE; 32 W (pat) 59/98 - EUROLINE;
28 W (pat) 24/98 - EUROLINE; 28 W (pat) 133/96 - Fantasy-Line;
32 W (pat) 108/05 - GOURMET LINE; 33 W (pat) 122/97 - Green-Line;
33 W (pat) 144/99 - GREENLINE; 30 W (pat) 187/03 - Handyline; 30 W (pat) 6/02
- HighQLine; 28 W (pat) 378/03 - Hobby Line; 32 W (pat) 18/97 - Kitchenline;
25 W (pat) 126/03 - Language Line; 32 W (pat) 411/02 - LearnLine;
27 W (pat) 103/03 - magic line; 27 W (pat) 336/03 - MEGALINE; 24 W (pat) 30/95
- NEURON-LINE; 30 W (pat) 53/95 - POWERLINE; 32 W (pat) 171/96 - Profiline;
27 W (pat) 306/00 - STARLINE; 28 W (pat) 190/98 - Trendline; 24 W (pat) 237/95
- TRENDLINE; 27 W (pat) 46/01 - FUNLine; sämtliche Entscheidungen veröffent-
licht auf der PAVIS CD-ROM).

Dem steht auch nicht die Entscheidung des 32. Senats in der Sache
32 W (pat) 291/00 entgegen, in welcher die Schutzfähigkeit der Marke „Baseline“
bejaht wurde; denn diese Entscheidung beruht - abgesehen davon, dass es sich
dabei um eine bloße Tatsachenbeurteilung handelt, der nicht einmal indizielle Be-
deutung zukäme - im Wesentlichen darauf, dass dem Begriff „baseline“ für „Me-
dien im weiten Sinne“ - die vorliegend nicht in Rede stehen - keine beschreibende
Bedeutung beigemessen wurde.

Da die Markenstelle somit im Ergebnis der Anmeldemarke zutreffend die Eintra-
gung wegen des Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt hat,
war die Beschwerde zurückzuweisen.

B. Die Rechtsbeschwerde war nicht zuzulassen, weil weder eine Rechtsfrage
von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden war (§ 83 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG)
noch die Fortbildung des Rechts oder die Sicherung einer einheitlichen Recht-
sprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs erfordert (§ 83 Abs. 2 Nr. 2
MarkenG). Zu befinden war vielmehr allein auf der Grundlage der höchstrichterli-
chen Rechtsprechung über die Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke aufgrund
der tatsächlichen Gegebenheiten des vorliegenden Falls. Auch soweit sich die

Anmelderin auf die Entscheidung BPatG 32 W (pat) 291/00 beruft, rechtfertigt dies nicht die Zulassung der Rechtsbeschwerde, weil diese Entscheidung nicht bei den Rechtsfragen, welche der hier erkennende Senat beantwortet, sondern - wenn überhaupt - allenfalls in Bezug auf bloße Tatsachenfragen von der vorliegenden Entscheidung abweicht; letztere sind aber der Rechtsbeschwerde grundsätzlich nicht zugänglich.

gez.

Unterschriften