



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 103/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 69 713.9

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 27. Januar 2004 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer sowie die Richter Dr. van Raden und Richter Schwarz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Anmelderin hat die Bezeichnung

magic line

als Wortmarke für „Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus (soweit in Klasse 18 enthalten), insbesondere Kleinlederwaren; Reise- und Handkoffer; Taschen; Regen- und Sonnenschirme; Gürtel aus Leder; Bekleidungsstücke für Damen, Herren und Kinder; Strümpfe; Kopfbedeckungen; Unterwäsche; Nachtwäsche; Badebekleidung; Bademäntel; Gürtel; Gürtelschnallen; Schals; Accessoires, nämlich Kopftücher; Halstücher; Schultertücher; Einstecktücher; Krawatten; Handschuhe; Schuhe; Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportgeräte, insbesondere Skier, Golfschläger und Tennisschläger; Bälle; Turn-, Fahrrad- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten)“ zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 18 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat mit Beschluss vom 24. Februar 2003 die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und Bestehens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Die Anmeldemarke werde von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres im Sinne von „magische Produktlinie“ bzw. „zauberhafte Kollektion“ verstanden; in Zusammenhang mit den angemeldeten Produkten des Lederwaren-, Bekleidungs- und Sport-/Spielwarenssektors stelle diese Angabe nur ein Ausstattungs- und Qua-

litätsmerkmal dar. Wegen dieses unmittelbar beschreibenden Sinngehalts sei die angemeldete Bezeichnung nicht nur freizuhalten, sondern werde von den angesprochenen Verbrauchern auch nicht als Hinweis auf einen bestimmten Herkunftsbetrieb der damit gekennzeichneten Waren angesehen, so dass ihr auch die erforderliche Unterscheidungskraft fehle.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Ihrer Auffassung nach handelt es sich bei der angemeldeten Marke genauso wenig um ein Freihaltebedürftiges Zeichen wie bei „Startline“ (vgl. BPatG 33 W (pat) 133/01), „Audioline“, „Technoline“, „Varioline“ oder „Babyline“. Zudem sei das Wort „magic“ in Alleinstellung bereits als Gemeinschaftsmarke Nr. 846 998 eingetragen. Die Wortkombination „magic line“ beziehe sich auf bestimmte Sportschuhe der im Sportschuhbereich tätigen Anmelderin, die sich durch eine gewisse Leichtigkeit im Gewicht auszeichneten und daher mit dem Attribut „magic“ versehen würden. Insofern sei die Anmeldemarke aber weder unmittelbar beschreibend noch handele es sich bei ihr um einen schutzunfähigen Werbeslogan.

II

Die nach den §§ 64, 66, 165 Abs. 4 und 5 MarkenG zulässige Beschwerde ist unbegründet, weil der Eintragung der Anmeldemarke jedenfalls das absolute Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht.

Die angemeldete Gesamtbezeichnung setzt sich aus den Worten „magic“ und „line“ zusammen, welche als einfache Wörter des englischen Grundwortschatzes breitesten Bevölkerungskreisen, an die sich die vorliegend beanspruchten Waren richten, ohne weiteres verständlich sind. Das Wort „magic“ wird dabei nicht zuletzt auch wegen seiner Ähnlichkeit zum entsprechenden deutschen Wort ohne weiteres im Sinne von „magisch, bezaubernd, zauberhaft“ verstanden. Bei dem weiteren Bestandteil „Line“ handelt es sich um eine übliche Bezeichnung für eine Produktlinie, die dem Verbraucher vor allem in solchen Warenbereichen, in denen

eine große Vielfalt von Produkten unterschiedlichster Ausführungen angeboten wird, wie bei Modeartikeln, aber auch Sport- und Spielgeräten, als Serien- oder Modellangabe stark verbreitet ist (vgl auch BGH GRUR 1998, 68 – COTTON LINE; BGH GRUR 1998, 394 – Active Line; BPatGE 46, 17, 19 – STARTLINE [= 33 W (pat) 133/01]; BPatG 27 W (pat) 235/00 – CyberLine; 27 W (pat) 306/00 – STARLINE; 27 W (pat) 46/01 – FUNLine; 27 W (pat) 1/01 – REDLINE; 27 W (pat) 47/03 – WRS Computer Line; sämtlich veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM).

Der Verbindung beider Wörter wird der angesprochene Verkehr keine andere Bedeutung als „magische/zauberhafte (Produkt-) Linie“ beilegen und darin einen beschreibenden Hinweis darauf sehen, dass die betreffenden Bekleidungsstücke, Lederwaren, Sportartikel und Spiel- und Sportgeräte zu einer Produktlinie gehören, die über wunderbare, zauberhafte Eigenschaften verfügt, sei es hinsichtlich des Aussehens oder der (technischen) Wirkung der Waren (vgl auch die Zurückweisungen BPatG 32 W (pat) 4/98 – Magic Collection; 32 W (pat) 5/98 – Magic Style; ferner 24 W (pat) 17/99 – Magic Haarperfume; 27 W (pat) 282/93 – Magic Train, sämtlich veröffentlicht auf der PAVIS CD-ROM). Damit ist zwar keine Aussage über konkrete Produktmerkmale verbunden, etwa eine besondere „zauberhafte“ Leichtigkeit von Sportschuhen, die nach dem Vortrag der Anmelderin mit „magic line“ gekennzeichnet werden sollen. Aus dem Charakter des Wortes „magic“ als allgemeiner Wertung der Ware folgt aber nicht, dass die angemeldete Bezeichnung vom Verkehr als individuelles betriebliches Unterscheidungsmittel aufgefasst wird, ebenso wenig wie er z.B. Angaben schön, gut, super, mega irgendeine betriebskennzeichnende Eigenart beimisst.

Dieser Beurteilung stehen weder die von der Anmelderin genannten Eintragungen von Zeichen, die ebenfalls den Bestandteil „Line“ enthalten, noch solche Zeichen, in welchen das Element „magic“ zu finden ist, entgegen. Denn diese Eintragungen besagen für die hier in Rede stehende Anmeldemarke nichts, weil sie ihre Unterscheidungskraft jeweils aus ihrer Kombination mit einem weiteren Begriff oder

aber daraus gewinnen, dass sie für spezialisierte, sich im wesentlichen nur an ein Fachpublikum richtende Waren beansprucht werden; mit diesen Eintragungen kann die Feststellung, dass die Bezeichnung „magic line“ in ihrer konkreten Kombination für die vorliegend angemeldeten Waren nur als Sachangabe aufgefasst wird, nicht mit Erfolg in Frage gestellt werden (vgl. hierzu grundsätzlich BGH MarkenR 2004, 39, 40 – Cityservice). Auch soweit die Anmelderin auf die Eintragung des Wortes „magic“ in Alleinstellung Bezug genommen hat, kann hieraus für die vorliegend zu beurteilende Anmeldemarke nichts hergeleitet werden; denn abgesehen davon, dass unklar bleibt, welche Gründe für diese Eintragung maßgeblich waren, ergibt sich aufgrund der Eintragung eines Wortes in Alleinstellung nicht zwingend auch die Schutzfähigkeit einer mit diesem Wort gebildeten Kombinationsmarke.

Da der Verkehr die Anmeldemarke somit nur als Sachhinweis auf Eigenschaften der mit ihr gekennzeichneten Waren ansehen wird, fehlt der Anmeldemarke die nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft. Ob daneben auch ein Freihaltebedürfnis (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) zu bejahen ist, kann bei dieser Sachlage auf sich beruhen, wenn hierfür auch angesichts ihres warenbeschreibenden Sinngehalts vieles spricht.

Dr. Schermer

Dr. van Raden

Schwarz

Na