



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 336/03

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
1. Februar 2005

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 61 724.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 1. Februar 2005 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Schermer, den Richter Dr. van Raden und die Richterin Prietzel-Funk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch Beschluss vom 13. August 2003 die Anmeldung der Marke

Megaline

für

„Wechselrichter, Laderegler, Batterien, elektrische Kabel, Montagegestelle zur Befestigung von Solarsystemen, Solarmodulen und Laminaten, Anzeigesysteme für Solarsysteme, insbesondere für Windstärke, Temperatur, Leistung, Energie; alle vorstehend genannten Waren in Bezug auf Solarenergietechnik; Solaranlagen zur Erzeugung von elektrischer und thermischer Energie aus der Strahlungsenergie der Sonne und deren Komponenten; Photovoltaikanlagen als Ganzes und deren einzelne Komponenten, insbesondere Solarmodule aus Silizium oder anderen Halbleitern, thermische Sonnenkollektoren; alle vorstehend genannten Waren in Bezug auf Solarenergietechnik“

zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, der angemeldeten Marke stehe das Eintragungshindernis der mangelnden Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG und des Freihaltebedürfnisses iSv § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen. Das Markenwort bestehe aus den Wörtern „Mega“ und „Line“. Der Begriff „MEGA“ stamme aus dem Griechischen und kennzeichne in Verbindung mit Substantiven jemanden oder etwas als besonders groß, mächtig, hervorragend oder bedeutend. Das Wort werde im allgemeinen Sprachgebrauch in verschiedenen Wortverbindungen, bezogen auf unterschiedlichste Lebensbereiche in dieser Bedeutung verwendet (Megahit, Megastar, megastark). Das aus der engli-

schen Sprache stammende Wort „line“ werde auf vielen Warengebieten in Kombination mit anderen Begriffen zur Bezeichnung von Produktlinien oder –serien verwendet. Die Wortbestandteile seien dem inländischen Verkehr, auf dessen Verständnis es ankomme, bekannt. Die Wortkombination sei sprachüblich gebildet und bedeute in Bezug auf die angemeldeten Waren lediglich, dass es sich um Waren einer besonderen oder besonders großen Produktserie handele. In dem Hinweis auf eine große Produktserie liege eine werbemäßige Anpreisung, die über das bloße Wortverständnis nicht hinausgehe und vom Verkehr nur als solche und nicht als betriebliches Unterscheidungsmittel verstanden werde. Eine schlagwortartige Werbeaussage wie hier sei zudem als „Bezeichnung sonstiger Merkmale“ i.S.d. § 8 Abs. 2 MarkenG zugunsten der Mitbewerber freihaltebedürftig.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Zur Begründung führt sie aus, das Markenwort „Megaline“ sei keine Bezeichnung, die die beanspruchten Waren ausschließlich und eindeutig beschreibe. Das Markenwort weise vielmehr nur einen verschwommenen Sinngehalt auf, der sich von den angesprochenen Verkehrskreisen nicht in eine bestimmte Richtung interpretieren lasse. Denn „Mega“ habe unterschiedliche metaphorische Bedeutung und könne sich sowohl auf Qualität als auch Quantität beziehen. Aber auch „line“ könne unterschiedliche Bedeutungen wie z.B. Linie, Leitung, Anschluss, Anteil, Leine oder Zeile, aufweisen.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Marke einzutragen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet.

Der Eintragung steht – unabhängig von der Frage, ob der angemeldeten Abkürzung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen die Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt - bereits ein Freihaltungsbedürfnis iSv § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Nach letztgenannter Vorschrift sind unter anderem solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder der Bestimmung der Waren bzw. Dienstleistungen dienen können. Dieses Eintragungsverbot dient dem im Allgemeininteresse liegenden Ziel, dass Zeichen oder Angaben, die Merkmale der angemeldeten Waren bzw. Dienstleistungen beschreiben, von allen Unternehmen frei verwendet werden können und nicht aufgrund ihrer Eintragung als Marke zugunsten eines Unternehmens monopolisiert werden (EuGH GRUR 1999, 723, 725 Rn. 25 – CHIEMSEE; GRUR 2004, 680, 681 Rn. 35, 36 – BIOMILD).

Die Voraussetzungen des Eintragungsverbots sind vorliegend erfüllt. Das angemeldete Zeichen besteht aus einer Wortverbindung, die im Verkehr zur Bezeichnung der Beschaffenheit der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen kann. Insoweit wird vollinhaltlich auf die zutreffenden Ausführungen in dem angefochtenen Beschluss Bezug genommen.

Ergänzend wird Folgendes ausgeführt:

Der Begriff "mega" kann im Zusammenhang mit Solaranlagen und/oder Photovoltaikanlagen und deren Bestandteilen als ein Hinweis auf deren hervorragende Qualität oder sonstige besonders herausgestellte Eigenschaften verstanden werden (vgl. BGH GRUR 1996, 770, 771 – „MEGA“). Seine Kombination mit dem weiteren Wort „line“ (vgl. dazu BGH GRUR 1996, 68 – COTTON LINE, GRUR 1998, 394 – Active Line; EuGH GRUR 2003, 58 Companyline) wird von einem beachtlichen Teil der angesprochenen Verkehrskreise - das sind neben interessierten Verbrauchern auch Fachkreise - im Zusammenhang mit allen hier in Anspruch

genommenen Waren als Bezeichnung einer hervorragenden Serie verstanden, die sich durch besondere Funktionalität und Leistungsstärke auszeichnet. In diesem Sinne verwendet schon die Anmelderin selbst die Marke, die für ihre Produkte auf ihrer Homepage unmissverständlich wirbt: „MEGALINE = Von allem das Beste“ und „MEGALINE = megastark“. Angesichts des schützenswerten Interesses Dritter, die naheliegende Wortkombination auch für ihre Waren bzw. Dienstleistungen zu verwenden, erlaubt es die Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht, das angemeldete Zeichen durch seine Eintragung als Marke einem einzigen Unternehmen vorzubehalten und es damit zu monopolisieren.

Zudem spricht viel für das Vorliegen des Eintragungshindernisses der mangelnden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Bedenken gegen die Eintragungsfähigkeit ergeben sich insbesondere daraus, dass sich überwiegenden Teilen des Verkehrs die Bildung der Marke aus der Kombination der zwei fremdsprachlichen Worte „mega“ und „line“ ohne weiteres erschließen und der Verkehr das Markenwort entgegen der Auffassung der Anmelderin jedenfalls nicht in beachtlichem Umfang nach deutschen Ausspracheregeln als einen Namen bzw. eine Verkleinerungsform von „MEGA“ auffassen und aussprechen wird, und von ihnen deshalb sein beschreibender Gehalt im Sinne einer „leistungsstarken Produktlinie“ auf den ersten Blick erfasst wird. Hierüber braucht indessen nicht anschließend entschieden werden, weil die Marke bereits aus anderen Gründen nicht einzutragen ist.

Dr. Schermer

Dr. van Raden

Prietzl-Funk

Na