



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 221/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 00 064.7/29

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
8. März 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die farblich (gold/schwarz) gestaltete, nachfolgend wiedergegebene Wortfolge



Geschmackvoll essen

für die Waren und Dienstleistungen

„Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Fruchtmuse; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette; Kaffee, Tee Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Hefe, Backpulver; Salz, Senf; Essig, Saucen (Würzmittel); Gewürze; Kühlis; Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten“.

Die Markenstelle für Klasse 29 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung durch einen Beamten des gehobenen Dienstes wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke zurückgewiesen. Als Begründung wurde an-

geführt, die Marke enthalte lediglich die beschreibende Angabe, dass die Waren für ein geschmackvolles Essen geeignet und bestimmt seien. Das gleiche gelte für die beanspruchten Dienstleistungen, die mit den Waren in funktionalem Zusammenhang stünden. Auch die grafische Gestaltung könne der Marke nicht zur erforderlichen Eigentümlichkeit verhelfen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er bestreitet, dass die Wortfolge „Geschmackvoll essen“ ohne weiteres beschreibend sei, zum anderen aber zumindest keine konkrete qualitätsbeschreibende Sachangabe beinhalte. Die von der Markenstelle angeführten Internetfundstellen rechtfertigten nicht die Annahme einer üblichen Werbeanpreisung, zumal auch nicht die Rechtsprechung für die Beurteilung der Unterscheidungskraft von Werbeslogans berücksichtigt sei.

Im Übrigen wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die nach § 165 Abs. 5 MarkenG a. F. zulässige Beschwerde ist unbegründet. Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht sowohl das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) als auch einer beschreibenden Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstige Merkmale der Waren dienen können. Um den berechtigten Interessen der Mitbewerber an der freien Benutzbarkeit von Angaben zur Beschaffenheit der Ware gerecht zu werden, sind folglich solche Bezeichnungen von der Eintragung auszunehmen, die nicht unbeachtliche Teile des Verkehrs als eine glatt beschreibende Angabe auffassen.

Bei der beanspruchten Marke handelt es sich um eine solche beschreibende Angabe, die weder einen einzelnen, hinreichend eigenständigen, schutzfähigen Bestandteil aufweist noch in ihrer Gesamtheit einen phantasievollen Überschuss besitzt. Die vom Senat getroffenen Feststellungen belegen ein aktuelles Freihaltebedürfnis.

Für die beanspruchten Waren besagt die Wortfolge im Sinne eines allgemein verständlichen Sachhinweises deutlich und unmissverständlich, dass sie dazu dienen oder geeignet sind, geschmackvoll zu essen, gleichgültig ob damit der aromatische oder der optische Eindruck der Waren gemeint ist. Ein möglicher Doppelsinn von „geschmackvoll“ beeinträchtigt das Freihaltungsbedürfnis nicht (vgl. EuGH GRUR 2004, 146 - doublemint). Da die Kombination der beiden Begriffe über den Sinngehalt der Einzelwörter nicht hinausgeht, ist sie auch in der konkreten Anordnung für die Mitbewerber freizuhalten (vgl. dazu EuGH GRUR 2004, 680 - biomild).

Hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen ist die Wortfolge ebenfalls beschreibend und Freihaltungsbedürftig, wie der Erstprüfer zutreffend ausgeführt hat. Dies trifft in erster Linie auf „Werbung“ und „Geschäftsführung“ zu, da sie sich ohne weiteres auf den Vertrieb der Waren beziehen können, aber auch auf „Unternehmensverwaltung“ und „Büroarbeiten“, deren Einsatz allein in der Vorbereitung und Unterstützung von geschmackvollem Essen dienen kann, so dass der beschreibende Gehalt ohne weiteres erkennbar wird.

Die Wortfolge ist auch deshalb Freihaltungsbedürftig, weil es im Wettbewerbsleben, aber auch in der Alltagssprache üblich geworden ist, beschreibende Angaben als Wortkombinationen wiederzugeben. Als Beispiele mögen hier Wortpaarungen wie „Test it“, „den unverfälschten Geschmack genießen“ oder „delikat essen“ dienen (vgl. z. B. Werbung für Bestecke der Firma WMF, vgl. http://www.der-marken-shop.de/query.php?cp_tpl=wmf_bestecke.html&cp_sid=11778). Sogar die vorliegende Wortfolge wird von einer Fleischerei zur Anpreisung ihrer Waren und

Dienstleistungen verwendet (vgl. http://www.fleischerei-overbeck.de/xcms/xcms/xcms_haupt.php). Die gegenteilige Auffassung der Anmelderin steht demgegenüber nicht im Einklang mit der Rechtslage, ganz abgesehen davon, dass sie selbst eine „vereinzelte Benutzung durch Mitbewerber“ einräumen muss, woraus sich zwangsläufig ein Freihaltungsbedürfnis ergibt.

Wegen der deutlich im Vordergrund liegenden Sachaussage der Wortfolge werden ihr zumindest nicht unerhebliche Verkehrskreise auch keinerlei betriebskennzeichnende Bedeutung beimessen, sondern nur den werbemäßig anpreisenden Charakter erkennen. Unter diesen Umständen erfüllt die Wortfolge auch nicht das erforderliche Mindestmaß zur Anerkennung der Unterscheidungskraft, so dass auch das Eintragungshindernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt.

Auch die farbliche und grafische Gestaltung der Wortmarke nach Art einer Schreifschrift lässt weder das Freihaltungsbedürfnis entfallen noch einen eigentümlichen Charakter der Wortfolge erkennen, da sich die Stilmittel im rein dekorativen Bereich heutiger Werbegrafik bewegen.

Nach alledem musste der Beschwerde der Erfolg versagt bleiben.

gez.

Unterschriften