



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 89/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 03 424.6

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter
Mitwirkung ...

... in der Sitzung vom 5. April 2006

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 4. März 2004 aufgehoben.

Gründe

I.

Die am 24. Januar 2003 für Waren der Klassen 30 und 32, nämlich für

„Schwarztees, medizinische Kräutertees; Kräutertees, nicht-medizinische; Früchtetees, auch unter Zusatz von Aromatisierungsmitteln; Kakao, Schokolade und Schokoladewaren; Kaffee, insbesondere auch Cappuccino und Espresso, Kaffee-Ersatz; Kaffee-Ersatzstoffe auf pflanzlicher Grundlage; Konzentrate zur Herstellung von alkoholhaltigen Getränken (ausgenommen Biere); alle vorgenannten Waren auch in Instantform; alkoholfreie Getränke, auch solche unter Zusatz von Kaffee, Schokolade, Tee, Kakao, Milch- und/oder Fruchtprodukten, Kaffee-, Tee-, Kakao- und Schokoladepreparate für die Herstellung von alkoholfreien Getränken“

angemeldete Wortmarke

SUPERA

ist von der mit einer Angestellten des höheren Dienstes besetzten Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts durch Beschluss vom 4. März 2004 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen worden. Das

italienische Wort SUPERA stelle grammatikalisch korrekt die dritte Person Singular von „superare“ dar und habe den Bedeutungsgehalt „es übertrifft“. In Verbindung mit den angemeldeten Waren sei SUPERA lediglich eine anpreisende Qualitätsangabe, nämlich dass die angemeldeten Waren andere vergleichbare Waren beispielsweise im Geschmack, Frische und Zutaten übertreffen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Bereits wegen fehlender italienischer Sprachkenntnisse werde der überwiegende Teil des inländischen Verkehrs die von der Markenstelle angenommene Bedeutung nicht verstehen. Selbst in der von der Markenstelle angenommenen Bedeutung „er, sie oder es übertrifft“ sei der Marke eine gewisse Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit nicht abzusprechen, da sich der Verkehr fragen werde, wer oder was hier übertroffen werde. Im Übrigen sei auch das italienische Verb „superare“ mehrdeutig, da es eine Fülle weiterer Bedeutungen wie „wegkommen, zuvortun, bezwingen, durchkommen, hinwegkommen, verkraften oder verwinden“ habe. Zur Begründung der Eintragungsfähigkeit stützt sich die Anmelderin des weiteren auf die im Amtsverfahren zitierte Eintragungspraxis des Deutschen Patent- und Markenamts bzw. die Rechtsprechung des Bundespatentgerichts zu nach Meinung der Anmelderin vergleichbaren Marken (z. B. SUPERBE WORLD, SUPERBE, supra-wash, SUPERBA, Superal) bzw. sogar der identischen Marke SUPERA. An der Marke bestehe schließlich auch kein Freihaltungsbedürfnis.

II.

Die nach § 165 Abs. 4 MarkenG statthafte und auch sonst zulässige Beschwerde ist begründet. Die Markenstelle hat die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren zu Unrecht verneint.

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die

beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. EuGH GRUR 2003, 514, 517 [Nr. 40] - Linde, Winword u. Rado; BGH GRUR 2003, 105 - Cityservice). Bei Wortmarken ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs von fehlender Unterscheidungskraft auszugehen, wenn der Marke ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort bzw. eine Wortfolge der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das (die) vom Verkehr, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung, stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (st. Rspr.; vgl. BGH, a. a. O., - Cityservice). Das ist hier nicht der Fall.

Ein für breite Verkehrskreise im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt des italienischen Wortes „SUPERA“ für die beanspruchten Waren lässt sich nicht feststellen. Innerhalb der hier angesprochenen allgemeinen inländischen Verkehrskreise werden entscheidungserhebliche Teile, welche die italienische Sprache nur rudimentär oder gar nicht kennen, die angemeldete Marke als reine Phantasiebezeichnung ansehen und nicht mit „er, sie, es übertrifft“ übersetzen. Dass es sich bei SUPERA um die dritte Person Singular von „superare“ handelt, wird einem Großteil der inländischen Verkehrskreise mangels ausreichender italienischer Sprachkenntnisse nicht bekannt sein.

Vielmehr werden, die von den Waren angesprochenen breiten inländischen Verkehrskreise das lexikalisch nicht nachweisbare Wort SUPERA überwiegend als phantasievolle Abwandlung des Adjektivs „super“ (im Sinne von hervorragend, großartig) auffassen. Das Vorhandensein des - generell geringen - Mindestmaßes an Unterscheidungskraft kann insoweit jedoch nicht verneint werden.

Die Marke ist auch nicht gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Sie besteht nicht ausschließlich aus Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der bean-

spruchten Waren dienen können. Es ist nichts dafür ersichtlich, dass SUPERA unmissverständlich ein Merkmal dieser Waren beschreibt. Anhaltspunkte dafür, dass sich SUPERA künftig als Produktmerkmalsbezeichnung eignen könnte, liegen ebenfalls nicht vor.

gez.

Unterschriften