



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 4/10

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 66 566.6

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 7. April 2011 durch die Vorsitzende Richterin Klante, die Richterin Martens und den Richter Schwarz

beschlossen:

Die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 29 vom 9. Februar 2009 und vom 25. September 2009 werden aufgehoben, soweit die Anmeldung darin für die Waren:

„diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke,
Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate;
Trockengeräte;
Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit sie in Klasse 21
enthalten sind,“

zurückgewiesen worden ist.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Wortmarke

Culinaria

als Kennzeichnung für die nachfolgend aufgeführten Waren und Dienstleistungen der Klassen 5, 9, 11, 14, 18, 21, 29, 39, 32, 33, 35, 38, 41 und 43.

Pharmazeutische und veterinärmedizinische Erzeugnisse; Hygienepräparate für medizinische Zwecke; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; Pflaster, Verbandmaterial; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke;

Desinfektionsmittel; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Fungizide, Herbizide;

wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Feuerlöschgeräte;

Beleuchtungs-, Heizungs-, Dampferzeugungs-, Koch-, Kühl-, Trocken-, Lüftungs- und Wasserleitungsgeräte sowie sanitäre Anlagen;

Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie in Klasse 14 enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente;

Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit sie in Klasse 18 enthalten sind; Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren;

Geräte und Behälter für Haushalt und Küche; Käbme und Schwämme; Bürsten und Pinseln (ausgenommen für Malzwecke); Bürstenmachermaterial; Putzzeug; Stahlwolle; rohes oder teil-

weise bearbeitetes Glas (mit Ausnahme von Bauglas); Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit sie in Klasse 21 enthalten sind;

Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, tiefgekühltes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Kompotte; 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; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz, Senf; Essig, Soßen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis;

Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken;

alkoholische Getränke (ausgenommen Biere);

Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung Büroarbeiten;

Telekommunikation;

Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten;

Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen; Dienstleistungen zur Beherbergung von Gästen“

Die Markenstelle für Klasse 29 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, im Umfang der folgenden Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen:

„diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost;

Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate;

Dampferzeugungs-, Koch-, Kühl-, Trockengeräte;

Geräte und Behälter für Haushalt und Küche; Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit sie in Klasse 21 enthalten sind;

Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, tiefgekühltes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Kompotte; 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; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz, Senf; Essig, Soßen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis;

Biere; Mineralwässer und kohlensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken;

alkoholische Getränke (ausgenommen Biere);

Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung;

Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen; Dienstleistungen zur Beherbergung von Gästen“

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, die angemeldete Bezeichnung „Culinaria“ unterliege dem Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, denn sie bedeute in der italienischen Sprache „Kochkunst“. Darüber hinaus werde „Culinaria“ im Italienischen und Spanischen als weibliche Form des Adjektivs „kulinarisch“ verwendet. In Schreibweise und Wortmelodie weiche der Begriff nur unwesentlich von seinem entsprechenden deutschen Ausdruck ab. Die angemeldete Marke komme deshalb für eine Beschreibung der Beschaffenheit, der Bestimmung, des Inhalts bzw. der konkreten Art der von der Zurückweisung betroffenen Waren und Dienstleistungen in Betracht und müsse für die inländischen Verkehrskreise zum freien Gebrauch offenstehen.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde. Sie trägt vor, es bestehe kein Bedürfnis, das Zeichen freizuhalten, da der Begriff „Culinaria“ kein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache sei. Die von der Markenstelle angeführten Beispiele aus der Internetrecherche belegten lediglich einen marken-, titel- bzw. namensmäßigen Gebrauch des Zeichens. Unbeachtlich sei die fremdsprachige Bedeutung der Bezeichnung im Sinne von „kulinarisch“, da sie der inländische Verbraucher weder als beschreibende Angabe verstehe noch mit dem deutschen Begriff gleichsetze. Selbst wenn man letzteres unterstellte, sei der Begriff „kulinarisch“ jedenfalls nicht direkt beschreibend für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen.

Die Anmelderin beruft sich darüber hinaus auf zu ihren Gunsten ergangene Voreintragungen.

Sie beantragt sinngemäß,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben, soweit sie zu ihrem Nachteil ergangen sind.

II.

Die zulässige Beschwerde ist in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang begründet, im Übrigen zurückzuweisen.

1. Für die nicht im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen ist die angemeldete Marke nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

Dieser Schutzversagungsgrund besteht für solche Marken, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung wesentlicher Merkmale der fraglichen Waren und Dienstleistungen dienen können. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist dabei im Lichte des ihm zugrunde liegenden Allgemeininteresses an der Gewährleistung eines freien, nicht durch ungerechtfertigte markenrechtliche Monopole beeinträchtigten Warenverkehrs auszulegen (EuGH GRUR 2004, 943 Rdn. 26 – SAT.2) Beschreibende Zeichen oder Angaben sollen danach von jedermann, insbesondere von den Mitbewerbern, frei verwendet werden können. Der Ausschlussbestand des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt dabei nicht voraus, dass sich die beschreibende Verwendung der als Marke angemeldeten Angabe im Verkehr bereits nachweisen lässt. Er lässt entgegen der Ansicht der Anmelderin eventuell erworbene Rechte an einem Unternehmenskennzeichen nach § 5 Abs. 2 MarkenG gleichfalls unberührt.

Vielmehr ist für die Beurteilung der Schutzfähigkeit einer angemeldeten Marke entscheidend, ob sie einen beschreibenden Charakter im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besitzt. Um dies festzustellen, ist vor dem Hintergrund der konkret

noch im Streit befindlichen Waren und Dienstleistungen deren jeweilige Wahrnehmung durch die beteiligten Verkehrskreise zugrunde zu legen und auf spezifische Branchegegebenheiten zu achten. Zu dem von den Waren und Dienstleistungen angesprochenen Verkehr zählen neben den Fachkreisen und den Endverbrauchern auch die am Im- und Export einschlägiger Produkte beteiligten Händler (EuGH GRUR 2006, 411 Nr. 24 Matratzen Concord; EuGH GRUR 2006, 682 f. Nr. 26 - Bostengurka). Die von der Markenstelle zutreffend beurteilte und von der Anmelderin nicht in Abrede gestellte fremdsprachige Bedeutung von „Culinaria“ erschließt sich jedenfalls den am zwischenstaatlichen Handel beteiligten Verkehrskreisen ohne Weiteres. Denn der italienische wie der spanische Markt nehmen nicht nur bei der Einfuhr von Lebensmitteln nach Deutschland einen Spitzenplatz ein. Vielmehr erfreuen sich die kulinarischen Spezialitäten aus diesen Ländern im Inland großer Beliebtheit. Kulinarische Erfahrungen aus Italien und Spanien bringen Touristen jedes Jahr wieder mit nach Hause zurück, so dass nicht ausgeschlossen werden kann, auch breiteren Verkehrskreisen sei das fremdsprachige Wort geläufig, da bis auf die Endung klangliche Identität mit dem deutschen Ausdruck besteht.

Das gestiegene Bewusstsein des inländischen Verkehrs für kulinarische Spitzenprodukte und für die Kochkunst im Allgemeinen dokumentieren nicht zuletzt die seit Jahren laufenden Kochsendungen im Fernsehen und die beim Publikum beliebten von Spitzenköchen veranstalteten Dinershows. Das besondere Interesse selbst breiter Verkehrskreise an einem kulinarisch anspruchsvollen Essen spiegelt zudem die große Auswahl an Kochbüchern zu unterschiedlichsten Themenbereichen wieder, die die Präsentation und Handhabung von solchen Küchengeräten mit einschließen, die dem ambitionierten Koch am heimischen Herd die Zubereitung eines kulinarischen Mahls erleichtern oder erst ermöglichen sollen. Einher mit der zunehmenden Wertschätzung für aufwändig hergestellte und unter Verwendung hochwertiger Zutaten präsentierte Mahlzeiten geht die grundsätzliche Diskussion über die Qualität und Herkunft von Lebensmitteln im Allgemeinen.

Vor diesem Hintergrund beschreibt die angemeldete Marke daher die beanspruchten Waren der Klassen 29 und 30 als solche Lebensmittel, die für die

Zubereitung kulinarischer Speisen geeignet oder bestimmt sind. Soweit dabei auch relativ banale Zutaten (wie Backpulver) oder Hilfsmittel (wie Kühleis) beansprucht werden, steht dies der Annahme des Schutzhindernisses nicht entgegen, denn auch diesen Waren kann die objektive Eignung zur Herstellung eines kulinarischen Produkts im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht abgesprochen werden. Gleiches gilt für die Ware „Babykost“, da auch insoweit kulinarische Ansprüche, vor allem was Qualität und Frische der verarbeiteten Produkte angeht, gestellt werden. Auf der Hand liegt der nach dem Verständnis des Verkehrs bloße Sachbezug zur angemeldeten Bezeichnung für die weiteren verfahrensgegenständlichen Waren der Klassen 32 und 33. Zur Merkmalsbeschreibung kann „Culinaria“ aber auch in Bezug auf die Waren „Geräte und Behälter für Haushalt und Küche“ der Klasse 21 dienen, da unter diesen Oberbegriff etwa handbetätigte Reiben oder Mühlen sowie Spezialbehälter fallen, die für die Zubereitung kulinarischer Speisen besonders geeignet sind und auch verwendet werden, zumal wenn sie - wie in der Werbung für einschlägige Produkte häufig herausgestellt - unter Beteiligung bekannter Spitzenköche entwickelt wurden. Das gilt in gleichem Maß für die Waren „Dampferzeugungs-, Koch- und Kühlgeräte“ der Klasse 11, worunter für besondere kulinarische Ansprüche ausgestattete Herde, etwa mit Dampfgareinrichtungen, oder Kühlgeräte fallen können, die Lebensmittel und speziell Wein individuell temperieren.

Das Thema Kochkunst kann auch Gegenstand einer speziellen Ausrichtung der in Klasse 43 beanspruchten Dienstleistungen sein. Gourmethotels und Spitzenrestaurants zeichnen sich nicht nur durch eine qualitativ hochwertige Verpflegung ihrer Gäste aus, sondern bieten diesen ebenfalls Unterbringungsmöglichkeiten bei vor Ort stattfindenden Kochkursen und speziellen kulinarischen Schulungen an, die für Hobbyköche ebenso wie für Profis abgehalten werden. Insoweit unterliegt die Bezeichnung „Culinaria“ auch bezüglich der Dienstleistungen „Erziehung; Ausbildung und Unterhaltung“ der Klasse 41 einem Freihaltungsbedürfnis.

Soweit sich die Anmelderin zur Begründung ihrer Beschwerde auf teilweise identische Marken beruft, die in der Vergangenheit zu ihren Gunsten eingetragen wurden, begründet dieser Vortrag kein anderes Prüfungsergebnis. Sowohl der

EuGH als auch der BGH haben immer wieder bestätigt, dass Voreintragungen generell keine Bindungswirkung zukommen kann, sondern die Eintragungsvoraussetzungen stattdessen ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Schutzhindernisse und nicht einer möglicherweise einschlägigen Entscheidungspraxis zu beurteilen sind (EuGH GRUR Int. 2010, 45ff. Rdn. 57 - American Clothing; BGH GRUR 2011, 230-232 SUPERgirl). Dies gilt sogar im Extremfall, dass die identische Marke für denselben Anmelder bereits einmal eingetragen wurde (vgl. BGH GRUR 2009, 411f., Rdn. 14 - STREETBALL). Der Umstand, dass Voreintragungen – zu Recht oder zu Unrecht – erfolgt sind, kann lediglich in die umfassende Schutzfähigkeitsprüfung des konkreten Einzelfalls miteinbezogen werden (vgl. EuGH MarkenR 2009, 201 – Schwabenpost; BGH GRUR 2009, 778, 779, Rdn. 8 – Willkommen im Leben). In diesem Sinne hat der Senat bei der Beurteilung des streitgegenständlichen Zeichens die von der Anmelderin angeführten Voreintragungen berücksichtigt, ohne dass sich hieraus schutzbe gründende Gesichtspunkte ergeben hätten. Gleiches gilt für die von der Anmelderin zitierte Entscheidung des 30. Senats zu einer Wortfolge mit dem Bestandteil „Culinaria“, die hinsichtlich ihres Gesamteindrucks bereits deutlich von der angemeldeten Marke abweicht.

2. Für die im Tenor genannten Waren konnte eine merkmalsbeschreibende Eignung der angemeldeten Bezeichnung nicht festgestellt werden. Insoweit fehlt es schon an einem unmittelbar sachlichen Zusammenhang zwischen diesen Waren und der Angabe „Culinaria“. Es sind auch diesbezüglich keine Umstände erkennbar, die einen engen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Waren herstellen könnten. Im Ergebnis kann davon ausgegangen werden, dass der Verkehr die Angabe „Culinaria“ insoweit als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der so gekennzeichneten Waren auffassen wird, weil Anhaltspunkte für ein Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht erkennbar sind.

Die Beschwerde hat daher in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang Erfolg.

Klante

Schwarz

Martens

Me