



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 528/12

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 029 482.5

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. April 2012 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richterin Werner

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Januar 2012 wird aufgehoben.

Gründe

I

Die am 18. Mai 2010 für

30: Vertrieb von Gewürzen

43: Cateringsunternehmen, Verpflegung von Gästen mit zubereiteten Speisen und Getränken auf diversen Veranstaltungen

angemeldete farbige (schwarz/rot) Wort-/Bildmarke



hat die Markenstelle für Klasse 43 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 18. Januar 2012 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, alle Wörter seien aus sich heraus verständlich und beschrieben die beanspruchten Dienstleistungen. „artists“ stehe dabei auch für „Köner“

Die etikettenartige graphische Gestaltung der angemeldeten Wort-/Bildmarke und die Schrifttypen bei „foodartists“ führten nicht zu einer abweichenden Beurteilung, da sie gebräuchlich seien.

Gegen diese ihr am 27. Januar 2012 zugestellte Entscheidung hat der Anmelder am 27. Februar 2012 Beschwerde erhoben und sinngemäß beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Januar 2012 aufzuheben.

Zur Begründung verweist er auf die Wortneubildungen „foodartists“ und „Eventservice“ mit englischsprachigem Charakter. In „foodartists“ erkenne der Verbraucher einen Pleonasmus. Die graphische Gestaltung des Zeichens sei zudem komplex genug, um Unterscheidungskraft zu bewirken.

II

1)

Die Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache Erfolg; einer Registrierung der angemeldeten Marke stehen keine Schutzhindernisse aus § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 2 MarkenG entgegen.

a)

Die angemeldete Marke entbehrt in ihrer Gesamtheit nicht jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Bei Marken, die aus Wort- und Bildbestandteilen kombiniert sind, hat sich die Prüfung der Schutzfähigkeit auch darauf zu erstrecken, ob die Marke in ihrer Gesamtheit den Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt (vgl. BGH BIPMZ 2001, 397 - antiKalk) und so geeignet ist, die Waren oder Dienstleistungen, für

welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie von denjenigen anderer zu unterscheiden.

Dass den Wortbestandteilen für die beanspruchten Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft zukommt, hat die Markenstelle zutreffend dargestellt. Darauf kann zur Vermeidung von Wiederholungen Bezug genommen werden. Der englischsprachige Charakter ändert daran nichts, zumal „Event“, „Service“ und „Management“ ebenso wie „food“, man denke an Ausdrücke wie „Fastfood“, „Food- bzw. Non-food-Bereich in Einkaufsmärkten“ etc., Eingang in den deutschen Sprachgebrauch gefunden haben. „artists“ hat die deutsche Entsprechung „Artist(en)“. Die Kombination „foodartists“ ist durch die Graphik des angemeldeten Zeichens gegliedert und somit leicht als Essens-Künstler zu verstehen. Da Kochkunst ein gängiger Ausdruck ist, erscheint der Bruch in der Bedeutung beider Bestandteile nicht unterscheidungskräftig. Einen Pleonasmus (kaltes Eis) vermag der Senat darin nicht zu erkennen.

Die Gestaltung der Wort-/Bildmarke weist aber eine den Schutz begründende Komplexität auf. Die Anordnung der Bestandteile „food“ sowie „Eventservice & Management“ außerhalb des Kreises, der „artists“ umrahmt und die Höhe des dreizeiligen Zeichens überragt, wirkt hinreichend eigentümlich, zumal die Schrift von „foodartists“ dieses deutlich von den Branchenangaben „Eventservice & Management“ abhebt und als unterscheidungskräftige Bezeichnung markenmäßig herausstellt. Das Gesamtzeichen wird sich so dem Publikum als betriebliches Unterscheidungsmittel einprägen.

b)

Die Marke ist jedenfalls genau in der konkreten Gestaltung mit der graphischen Merkmalskombination, in der sie beansprucht wird, auch nicht freihaltungsbedürftig i.S.v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Damit kann der verfahrensgegenständlichen Marke ein - wenngleich eher geringer - Schutz letztlich nicht abgesprochen werden.

Dem stehen auch Belange der Allgemeinheit (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 607, Rdn. 51 - Libertel) nicht entgegen, weil der Schutz der Marke auf die ganz konkrete Ausgestaltung beschränkt ist, also insbesondere nicht gegenüber Kennzeichnungen oder sonstigen Angaben besteht, welche zwar ebenfalls die Wortbestandteile „food“, „artists“ sowie „Eventservice“ und „Management“ enthalten, aber nicht die konkrete graphische Ausgestaltung der Marke des Anmelders aufweisen. Vielmehr steht eine Verwendung der Wörter in veränderter Gestaltungsform der Allgemeinheit weiterhin offen.

2)

Zu einer Rückzahlung der Beschwerdegebühr nach § 71 Abs. 3 MarkenG besteht kein Anlass, da die Wertung der graphischen Ausgestaltung durch die Markenstelle nicht willkürlich erscheint.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Pr