



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 74/11

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 004 545.0

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. April 2012 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, des Richters Metternich und der Vorsitzenden Richterin am Landgericht Grote-Bittner

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 19. Mai 2011 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistung "Beherbergung von Gästen" zurückgewiesen worden ist.

Im Übrigen wird die Beschwerde der Anmelderin zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

WÜRZKOMPASS

ist am 22. Januar 2010 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister für die folgenden Waren und Dienstleistungen der

Klasse 29:

Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Kompotte; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöl und -fette;

Klasse 30:

Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffeeersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate; Brot, Kleingebäck; feine Backwaren und Konditorwaren; Speiseeis; Honig; Melassesirup; Hefe; Backpulver; Salz, Senf; Essig, Saucen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis;

Klasse 43:

Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen,

angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese unter der Nummer 30 2010 004 545.0 geführte Anmeldung nach vorheriger Beanstandung durch Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes zurückgewiesen.

Nach Auffassung der Markenstelle ist die angemeldete Marke wegen der im Vordergrund stehenden sachbezogenen Bedeutung nicht unterscheidungskräftig i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Bei "WÜRZKOMPASS" handele es sich um eine sprachüblich gebildete Wortzusammensetzung, deren Bedeutung "Leitfaden, Orientierungshilfe zum Würzen" sich dem angesprochenen Verkehr ohne weiteres und unmittelbar erschließe. Der erste Wortbestandteil "Würz" sei ein Hinweis auf "Würze". Bei diesem Wort werde in Zusammensetzung mit anderen Substantiven - wie auch bei der angemeldeten Marke - häufiger der Buchstabe "e" weggelassen, wie die Beispiele "Würzmischung, Würzkräuter, Würzsauce usw." belegen würden. Der weitere Bestandteil "Kompass" habe die ursprüngliche Bedeutung von "Gerät zum Feststellen der Himmelsrichtung". Der Begriff "Kompass" werde aber im deutschen Sprachgebrauch auch als allgemeiner Hinweis auf einen Leitfaden oder eine Orientierungshilfe verstanden. Dieses Verständnis würden Begriffe wie "Se-

nioren-Kompass", "Kompass-Ernährung", "Diät-Kompass" usw. belegen. Daher werde der Verkehr in "WÜRZKOMPASS" im Zusammenhang mit den so bezeichneten Waren, für die die Anmelderin Schutz beanspruche, einen Hinweis darauf sehen, dass diese mit einem Hilfsmittel ausgestattet seien, das eine Orientierungshilfe zum Würzen leiste, sei es als Anleitung für eine bestimmte Geschmacksrichtung oder die Verfeinerung eines Gerichts, sei es als Hinweise für richtige Mengendosierung oder für Wirkungsweisen der jeweiligen Gewürze. Im vorliegenden Warenbereich sei es üblich, entsprechendes Zubehör zu den Produkten mitzuliefern, etwa Messbecher, Dosierhilfen und -anleitungen. Auch in Bezug auf die Dienstleistung der Klasse 43 weise der Begriff nur darauf hin, dass diese mit Hilfe eines Würzkompasses erbracht werde, um z. B. den besonderen gesundheitlichen oder kulinarischen Bedürfnissen der Gäste Rechnung zu tragen.

Hiergegen hat die Anmelderin Beschwerde erhoben.

Sie hält die angemeldete Bezeichnung für schutzfähig. Entgegen der Ansicht der Markenstelle fehle ihr nicht jegliche Unterscheidungskraft und ihrer Eintragung stünden auch nicht andere Schutzhindernisse entgegen, insbesondere nicht ein Freihaltebedürfnis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Vielmehr werde "WÜRZKOMPASS" vom angesprochenen Verkehr in Bezug auf die beanspruchten Waren der Klassen 29 und 30 sowie die Dienstleistungen der Klasse 43 als betrieblicher Herkunftshinweis wahrgenommen. Die Entscheidung der Markenstelle sei unter Verletzung von § 33 Abs. 2 MarkenG und § 59 Abs. 1 MarkenG zustande gekommen, da sie auf der Grundlage hypothetischer Mutmaßungen getroffen worden sei und nicht auf festgestellten Tatsachen, so dass die Markenstelle ihrer Darlegungslast nicht nachgekommen sei. Sie sei nämlich den Nachweis dafür schuldig geblieben, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen üblicherweise mit entsprechendem Zubehör wie Messbecher, -löffel, Dosierhilfen und -anleitungen angeboten würden. Für diese Annahme der Markenstelle seien nicht einmal Anhaltspunkte gegeben. Jedenfalls habe die Anmelderin bei einer google-Recherche, bei der sie die Suchbegriffe "Dosierhilfe" und "Lebensmittel" eingegeben habe, kei-

nerlei Treffer erzielt (Bl. 22 - 30 d. A.) und ebenso nicht mit den Suchwörtern "Dossierhilfe" und "Gewürze" (Bl. 31 - 40 d. A.). Aber selbst wenn man mit der Markenstelle annehme, dass mit den Waren, für die Schutz beansprucht wird, derartiges Zubehör angeboten werde, könne der angemeldeten Bezeichnung nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden. Denn unmittelbar beschreibend sei "WÜRZKOMPASS" in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht, wovon die Markenstelle zutreffenderweise ebenfalls ausgegangen sei. Aber entgegen der Auffassung der Markenstelle sei auch kein enger beschreibender Bezug gegeben. Die in diesem Zusammenhang zitierte BGH -Entscheidung "BerlinCard" stütze deren Auffassung gerade nicht. Denn der BGH habe in dieser Entscheidung festgestellt, dass die angemeldete Bezeichnung im Zusammenhang mit den konkret beanspruchten Waren einen eng beschreibenden Bezug haben müsse, um ihr berechtigterweise Markenschutz versagen zu können, und es nicht ausreiche, wenn die Bezeichnung hinsichtlich weiterer Waren und Dienstleistungen, die häufiger im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren erhältlich seien, einen engen beschreibenden Bezug hätte. Da die angemeldete Marke schon keinen engen beschreibenden Hinweis auf die beanspruchten Waren gebe, sei sie erst recht nicht unmittelbar beschreibend im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Die Anmelderin beantragt (sinngemäß),

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 19. Mai 2011 aufzuheben.

Ihren Antrag auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin mit Schriftsatz vom 10. April 2012 zurückgenommen und um Entscheidung im schriftlichen Verfahren gebeten. Der bereits anberaumte Termin zur mündlichen Verhandlung ist daraufhin aufgehoben worden.

Auf den ausführlichen Hinweis des Senats in der Terminladung vom 21./22. März 2012 hat die Anmelderin inhaltlich keine Stellungnahme abgegeben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, die Schriftsätze der Anmelderin und auf den übrigen Akteninhalt verwiesen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat nur insoweit teilweise Erfolg, als einer Eintragung der angemeldeten Marke für die Dienstleistung "Beherbergung von Gästen" Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG nicht entgegenstehen. In Bezug auf die weiteren streitgegenständlichen Waren und Dienstleistungen ist die Beschwerde dagegen unbegründet.

1. Der Senat teilt die Auffassung der Markenstelle, dass die angemeldete Bezeichnung im Zusammenhang mit den Waren der Klassen 29 und 30 sowie der "Dienstleistung zur Verpflegung von Gästen" der Klasse 43 jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt. Die Anmeldung ist deshalb von der Markenstelle insoweit zu Recht gemäß § 37 Abs. 1, Abs. 5 MarkenG zurückgewiesen worden.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2004, 428, Tz. 30, 31 Henkel; BGH GRUR 2006, 850, Tz. 18 FUSSBALL WM 2006). Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Produkten lediglich einen im Vordergrund stehenden beschrei-

benden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH GRUR 2006, 850, Tz. 19 FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674, Tz. 86 Postkantoor). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u.a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Produkte zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (vgl. BGH - FUSSBALL WM 2006 a. a. O.). Zumindest in diesem Sinne fehlt der angemeldeten Marke in Bezug auf die im Beschwerdeverfahren als schutzunfähig angesehenen Waren und Dienstleistungen die Unterscheidungskraft.

Bei der Beurteilung von Schutzhindernissen ist maßgeblich auf die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise abzustellen, wobei dies alle Kreise sind, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann. Dabei kommt es auf die Sicht des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers im Bereich der einschlägigen Waren und Dienstleistungen an (Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8, Rdn. 29, 30). Die beanspruchten Waren der Klassen 29 und 30 sowie die Dienstleistungen der Klasse 43 sind an die inländischen Verbraucher gerichtet.

Ausgehend hiervon wird der angesprochene Verkehr die angemeldete Wortkombination "WÜRZKOMPASS" im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der Klassen 29 und 30 sowie der Dienstleistung der Klasse 43 "Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen" nur als sachbezogenen, werbeüblichen Hinweis auf einen "Leitfaden/Orientierungshilfe zum Würzen" oder eine "Würzrichtung" verstehen und damit als Hinweis auf wesentliche Merkmale der ihm dargebotenen Waren- und Dienstleistungen.

Bei der angemeldeten Bezeichnung "WÜRZKOMPASS" handelt es sich um eine sprach- und werbeübliche Aneinanderreihung zweier beschreibender Begriffe zu einem verständlichen schlagwortartigen Sachbegriff. Der Verkehr

ist dabei daran gewöhnt, mit neuen schlagwortartigen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen in einprägsamer und schlagwortartiger Form übermittelt werden (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8, Rdn. 107). Zwar ist es grundsätzlich nicht ausgeschlossen, dass sich selbst zwei Sachangaben durch ihre Zusammenstellung zu einer unterscheidungskräftigen Bezeichnung verbinden. Voraussetzung hierfür wäre aber, dass ein merklicher und schutzbegründender Unterschied zwischen der Kombination und der bloßen Summe ihrer Bestandteile besteht (vgl. EuGH GRUR 2004, 680, Tz. 39 - 41 Biomild; Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rdn. 156, 157). Die angemeldete Bezeichnung weist jedoch keine solche ungewöhnliche Struktur oder weitere Besonderheit syntaktischer oder semantischer Art auf, die von einem rein sachbezogenen Aussagegehalt wegführen könnte.

Die angemeldete Marke setzt sich erkennbar aus den beiden Begriffen "Würz" und "Kompass" zusammen. Auch wenn die Bezeichnung in einem Wort zusammengeschrieben und dabei der Begriff Würze in "Würz" abgekürzt ist, wird der Verkehr die zwei Wörter und ihre Bedeutung ohne Weiteres erkennen, zumal die Kurzform von Würze in Wortzusammensetzungen sprachüblich ist, wie sich aus einer Vielzahl zusammengesetzter Wörter wie Würzmischung, Würzkräuter, Würzsauce, Würzfleisch, Würzmühle usw. ergibt. Mit dem Begriff "Würze" wird allgemein ein kräftiger z. B. durch Gewürze hervorgerufener Geschmack bezeichnet (s. Wikipedia, die Unterlage hierzu ist der Anmelderin mit dem Hinweis des Senats vom 21./22. März 20120 als Anlage 1 zugesandt worden, Bl. 44 d. A.). Ein "Kompass" ist in erster Linie ein Instrument zur Bestimmung der Himmelsrichtung (s. Wikipedia, die Unterlage hierzu ist der Anmelderin mit dem Hinweis des Senats vom 21./22. März 20120 als Anlage 2 übersandt worden, Bl. 45 d. A.). Darüberhinaus wird der Begriff im deutschen Sprachgebrauch - dabei insbesondere in Verbindung mit einem Substantiv, mit dem der Themenbereich angesprochen wird - auch als "Leitfaden" oder "Orientierungshilfe" ver-

wendet, insbesondere im Ernährungsbereich, z. B. Ernährungskompass von Nestlé - Orientierungshilfe für Ihren Einkauf (s. anliegende google-Recherche, die der Anmelderin mit dem Senatshinweis vom 21./22. März 2012 als Anlage 3a übersandt worden ist, Bl. 46 d. A.), Senioren-Kompass, Diät-Kompass (Die zuverlässige Orientierungshilfe für die individuelle Diät; siehe hierzu die der Anmelderin mit dem Hinweis des Senats vom 21./22. März 2012 als Anlagen 3b-c übersandten Unterlagen, Bl. 47 - 48 d. A.), Kompassernährung, Bundesministerium für Ernährung Landwirt und Verbraucherschutz (s. www.bmelv.de/KompassErnaehrung/Ausgabe-2012-1-pdf, als Fundstelle der Anmelderin ebenfalls mit dem Senatshinweis vom 21./22. März 2012 mitgeteilt). Im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der Klassen 29 und 30, die alle dem Lebensmittel- bzw. Ernährungsbereich zuzuordnen sind, liegt das Verständnis des Wortbestandteils "KOMPASS" in dem zuletzt genannten Sinne nahe, also im Sinne von "Leitfaden/Orientierungshilfe" wie bei "Diätkompass", "Ernährungskompass", zumal "WÜRZKOMPASS" mit "Würz" als zweitem Wortelement einen Begriff aus diesem Themenbereich enthält. Daher wird von dem angesprochenen Verkehr die Wortkombination "WÜRZKOMPASS" ohne Weiteres als "Leitfaden/Orientierungshilfe zum Würzen" oder im Sinne von "Würzrichtung" verstanden. Mit diesem Bedeutungsgehalt ist die angemeldete Bezeichnung geeignet, in Bezug auf die Waren der Klassen 29 und 30 einen Hinweis auf die Bestimmung oder Eigenschaft der Waren zu geben, nämlich dass diese bei der Zubereitung von Speisen, also beim Kochen oder Backen, zum Würzen verwendet werden können, oder Gegenstand einer Würzkeation im Sinne einer individuell geschaffenen oder gewählten Geschmacksrichtung sein können. Die von der Anmelderin beanspruchten Waren Fleisch, Fisch, Geflügel, Wild, Brot, Kleingebäck, feine Back- und Konditorwaren, Speiseeis können Gegenstand von solchen besonderen Würzkeationen sein. Die weiteren Waren, für die die Anmelderin Schutz begehrt, also Salz, Senf, Saucen (Gewürzmittel), Gewürze, Honig, Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffeeersatzmittel, Mehle und Getreidepräparate, Melassesirup, Hefe,

Backpulver, Kühleis, Fleischextrakte, konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse, Gallerten (Gelees), Konfitüren, Kompotte, Eier, Milch und Milchprodukte, Speiseöl und -fett können im Rahmen von speziellen Würzreationen eingesetzt werden. Die Bezeichnung "Würzkompass" gibt also im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der Klassen 29 und 30 in diesem Sinne einen einprägsamen, schlagwortartigen Sachhinweis. Dieser Sachbezug ergibt sich auch aus dem Produktprogramm der Anmelderin selbst, die auf ihrer Website das Produkt "Würzkompass" mit "Sie bestimmen die Würzrichtung!" oder "Für jede Gerichtskomponente die richtige Würzlösung" bewirbt (s. Website der Anmelderin, Bl. 49 - 52 d. A.).

In gleicher Weise wird der angesprochene Verkehr in "WÜRZKOMPASS" im Zusammenhang mit den "Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen" der Klasse 43, für die die Anmelderin ebenfalls Schutz beansprucht, einen im Vordergrund stehenden sachbezogenen Hinweis in dem Sinne erkennen, dass die ihm dargebotene Dienstleistung sich dadurch auszeichnet, dass ihm Speisen und Getränke mit besonderen Würzkompositionen oder -reationen dargeboten und damit neue (Geschmacks-)Orientierungen gegeben werden können.

2. Hinsichtlich der übrigen, im angefochtenen Beschluss zurückgewiesenen und von der Anmelderin noch beanspruchten Dienstleistung der Klasse 43, nämlich "Beherbergung von Gästen", liegen dagegen keine Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG vor. In Bezug auf diese Dienstleistung ist dem angemeldeten Zeichen nicht jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG abzusprechen. Denn es bedarf mehrerer Gedankenschritte, um mit der Bezeichnung "WÜRZKOMPASS" in Bezug auf die Dienstleistung "Beherbergung von Gästen" einen sachbezogenen Hinweis zu erkennen. Zwar erwartet der angesprochene Verbraucher bei Unterkunftsdienstleistungen, also in Hotels, Pensionen usw., auch ein gewisses Verköstigungsangebot zumindest in Form eines Frühstücks. Bei dieser

Serviceleistung, die zudem heute auch nicht immer von den Hotelbetreibern selbst, sondern häufiger von anderen Dienstleistungsunternehmen erbracht wird, handelt es sich im Zusammenhang mit der "Beherbergung von Gästen" nicht um die im Vordergrund stehende Dienstleistung. Daher wird der angesprochene Verbraucher bei dieser mit "WÜRZKOMPASS" dargebotenen Leistung nicht vornehmlich an das Frühstücksangebot denken, das aufgrund seiner speziellen Art einen "Leitfaden/Orientierungshilfe zum Würzen" geben könnte. Allenfalls wird er diesen Zusammenhang nach mehreren Gedankenschritten herstellen können. In Bezug auf die in erster Linie angebotene Unterbringungsleistung ist bei "WÜRZKOMPASS" daher kein beschreibender oder eng beschreibender Sachhinweis erkennbar. Ausgehend davon kann auch kein Freihaltebedürfnis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG festgestellt werden.

3. Nachdem die Anmelderin ihren Termins Antrag zurückgenommen hat, konnte die Entscheidung ohne mündliche Verhandlung getroffen werden (§ 69 Nr. 1 MarkenG).

Knoll

Metternich

Grote-Bittner

Hu