



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 68/05

(Aktenzeichen)

Verkündet am
18. April 2007

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 11 656.0

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

auf die mündliche Verhandlung vom 18. April 2007

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Fruits d'été

ist als Marke für die Waren

„Zuckerwaren, Schokolade und Schokoladewaren, feine Backwaren“

zur Eintragung in das Register angemeldet.

Mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung zurückgewiesen, weil es sich bei dem Markenwort um eine beschreibende, freihaltebedürftige Angabe im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG handle. Die angemeldete Marke sei die französische Bezeichnung für „Früchte des Sommers“ oder „Sommerfrüchte“. In Bezug auf die beanspruchten Waren stelle die angemeldete Marke eine unmittelbar beschreibende Sachbezeichnung dar, die darauf hinweise, dass die Waren „Sommerfrüchte“ als Zutat oder etwa ein entsprechendes Extrakt als Füllung enthielten, eine entsprechende Geschmacksrichtung aufwiesen oder ihrer äußeren Form nach „Sommerfrüchte“ darstellten. Der Verkehr verstehe unter dem angemeldeten Begriff „Fruits d'été“ Früchte, die in Mitteleuropa im

Sommer geerntet werden könnten. Dabei sei unerheblich, ob die als Sommerfrüchte bezeichneten Früchte faktisch nur im Sommer erhältlich seien. Die französische Sprache werde im Süßwarenssektor werbewirksam eingesetzt, um ein gewisses „französisches Flair“ zu vermitteln. Die fremdsprachige Sachangabe sei daher beim Ex- und Import von Waren für Ankündigungen und beschreibende Hinweise auf Waren erforderlich. Es handle sich um eine sprachübliche, grammatikalisch korrekte Wortverbindung aus Wörtern des französischen Grundwortschatzes. Angesichts der in der deutschen und französischen Sprache bestehenden Möglichkeit, beliebig zusammengesetzte Wörter zu bilden, komme es nicht darauf an, ob die Wortkombination lexikalisch nachweisbar sei.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie macht geltend, dass die Bezeichnung „Fruits d'été“ keine beschreibende Angabe sei und hinreichende Unterscheidungskraft aufweise. Die Gleichsetzung des Markenworts „Fruits d'été“ mit dem Begriff „Sommerfrüchte“ sei unzulässig. Der inländische Verkehr möge zwar noch den Bestandteil „Fruits“ wegen seiner Ähnlichkeit mit dem deutschen Wort „Früchte“ verstehen. Den Bestandteil „d'été“ verstünden dagegen nur Verbraucher, die die französische Sprache gut beherrschten. An einer Angabe, die nur ein kleiner Teil der Abnehmer verstehe, habe der Handel keinen Bedarf. Die Relevanz eines allgemeinen Freihaltebedürfnisses, das über das Verständnis des Verkehrs hinausgehe, sei zweifelhaft und habe im Wortlaut des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG keine Stütze. Außerdem sei nicht eindeutig, welche Früchte unter den Begriff „Sommerfrüchte“ zu subsumieren seien. Der Begriff bezeichne nicht konkret ganz bestimmte Früchte, die sich von anderen abgrenzen ließen, sondern appelliere mit der Assoziation zu „Sonne“ und „Sommer“ lediglich an die Gefühlswelt der Verbraucher. Bei Süßwaren gebe es keine saisonalen Schwankungen des Angebots. Ebenso wenig gebe es Süßwaren „mit Sommerfrüchten“. Bei der Herstellung von Süßwaren mit Fruchtbestandteilen spiele die Zeit des Anbaus und der Ernte der Früchte keine Rolle. Die hierbei verwendeten halbfertigen Zwischenprodukte könnten zu einem beliebigen Zeitpunkt des Jahres in den

Produktionsprozess eingefügt werden. Es existierten daher auf dem Süßwarensektor keine entsprechenden Bezeichnungsgewohnheiten.

Die angemeldete Marke sei auch unterscheidungskräftig. Es handle sich um ein Phantasiewort, das keinen sachlichen Inhalt habe, und auch nicht unter die anderen Kategorien von Begriffen falle, denen nach der Rechtsprechung die für eine Eintragung als Marke erforderliche Unterscheidungskraft fehle. Da die Bezeichnung „Fruits d'été“ als Name einer Süßware neu sei, könne der Verkehr sie problemlos einem Hersteller zuordnen. Sie sei daher geeignet, die Herkunft des Produkts aus einem bestimmten Betrieb zum Ausdruck zu bringen.

Schließlich sei die angemeldete Marke mehrfach eingetragen in den Formen „Fruits d'été“ (in Kanada), „Summerfruits“ (in Dänemark, Irland, Norwegen, Schweden, Kanada, Neuseeland) und „Sommerfrüchte“ (in Deutschland). Die Gründe, die zur Eintragung dieser Marken geführt hätten, müssten auch für die verfahrensgegenständliche Anmeldung gelten. In der mündlichen Verhandlung wurden mit der Anmelderin Internet-Rechercheergebnisse des Senats zur Verwendung des Begriffs „Sommerfrüchte“ und zu Bezeichnungsgewohnheiten im Süßwarenssektor erörtert.

Die Anmelderin beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben und die Marke „Fruits d'été“ einzutragen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, in der Sache aber nicht begründet. Die angemeldete Marke ist als beschreibende Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dürfen Marken nicht eingetragen werden, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren dienen können, für welche die Eintragung beantragt wird. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs verfolgt die mit Art. 3 Abs. 1 Buchstabe c Markenrechtsrichtlinie Nr. 89/104/EWG (= Markenrichtlinie) übereinstimmende Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass sämtliche Zeichen oder Angaben, die Merkmale der beanspruchten Waren beschreiben, von allen frei verwendet werden können. Sie erlaubt es daher nicht, dass solche Zeichen oder Angaben aufgrund ihrer Eintragung nur einem Unternehmen vorbehalten werden. Entscheidendes Kriterium für den Ausschluss ist allein die *Eignung* einer Bezeichnung zur beschreibenden Verwendung (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 [Nr. 25, 30] - Chiemsee; GRUR 2004, 146, 147 [Nr. 31 f.] - DOUBLEMINT; GRUR 2004, 674, 676 [Nr. 54 - 58] - Postkantoor; GRUR 2004, 680, 681 [Nr. 35 - 38] - BIOMILD). Diese Eignung kann sich aus dem unmittelbaren Sinngehalt einer Bezeichnung ergeben oder aus ihrer tatsächlichen beschreibenden Verwendung im Verkehr (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 8 Rdn. 199). Die angemeldete Marke ist eine die beanspruchten Waren in diesem Sinn beschreibende Angabe, an deren freien ungehinderten Verwendung die Konkurrenten der Anmelderin ein berechtigtes Interesse haben.

Die Markenstelle hat zutreffend festgestellt, dass das Markenwort „Fruits d'été“ die französische Bezeichnung für „Sommerfrüchte“ ist (vgl. z. B. PONSline – Das Online-Wörterbuch, Frz.-Dt., www.ponsline.de, zu „fruit“ und „été“). In dieser Be-

deutung ergibt sich ein unmittelbar beschreibender Bezug des Markenwortes zu den mit der Anmeldung beanspruchten Waren. Sowohl Schokoladenwaren als auch Zuckerwaren werden mit Fruchtbestandteilen, mit Fruchtfüllungen oder - auch ohne Bestandteile der Frucht zu enthalten - jedenfalls mit Fruchtaromen angeboten. Die Geschmacksrichtung wird dabei regelmäßig unter Nennung der entsprechenden Frucht angegeben. Diese Waren werden teilweise auch in Form der Früchte angeboten, die in ihnen enthalten sind oder ihre Geschmacksrichtung ausmachen. Ebenso sind Backwaren in unterschiedlichen Frucht-Geschmacksrichtungen mit frischen oder verarbeiteten Früchten oder mit Fruchtbestandteilen erhältlich. Die angemeldete Marke ist damit geeignet, darauf hinzuweisen, dass die beanspruchten Waren Sommerfrüchte enthalten oder die Geschmacksrichtung von Sommerfrüchten und/oder die Form von Sommerfrüchten aufweisen. Aufgrund dieser Eignung zur beschreibenden Verwendung ist nicht entscheidend, ob die Bezeichnung „Fruits d'été“ bereits zur Bezeichnung des Inhalts, der Geschmacksrichtung oder der Form oder der beanspruchten Waren verwendet wird oder nicht.

Der Anmelderin ist zwar zuzugeben, dass die angemeldete Marke insoweit eine gewisse begriffliche Unschärfe aufweist, als es bei den Verkehrskreisen kein einheitliches Verständnis darüber gibt, welche Früchte unter den Begriff „Sommerfrüchte“ fallen. Jedoch steht nicht jede begriffliche Unbestimmtheit der Annahme einer beschreibenden Sachangabe entgegen. Auch relativ allgemeine Angaben können als verbraucherorientierte Sachinformationen in Betracht kommen (BGH GRUR 2004, 778, 779 - URLAUB DIREKT; Ströbele in: Ströbele/Hacker, a. a. O., 8. Aufl., § 8 Rdn. 197). So ergibt sich aus den der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung vorgelegten Internetrecherche-Ergebnissen des Senats, dass sowohl der französische Begriff „Fruits d'été“ als auch das deutsche Wort „Sommerfrüchte“ im Verkehr als beschreibende Angabe zur Bezeichnung von im Sommer geernteten, angebotenen und konsumierten Früchten verwendet werden.

Dass es sich bei dem angemeldeten Markenwort um eine fremdsprachige Angabe handelt, steht der Eignung zur Merkmalsbeschreibung der fraglichen Waren nicht entgegen. In seinem Urteil vom 9. März 2006 zur Frage der Schutzzfähigkeit fremdsprachiger Marken, die in der jeweiligen Fremdsprache die betreffenden Waren beschreiben, hat der Europäische Gerichtshof darauf abgestellt, ob die beteiligten Verkehrskreise in dem Land, in dem die Eintragung beantragt wird, im Stande sind, die Bedeutung des fremdsprachigen Wortes zu erkennen (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 413 [Nr. 26, 32] - Matratzen Concord/Hukla).

Als beteiligte Verkehrskreise in diesem Sinn sind nicht stets alle mit den jeweiligen Waren in Berührung kommenden Kreise anzusehen. Der Europäische Gerichtshof differenziert insofern zwischen dem Handel und/oder dem normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der betreffenden Waren, wobei er durch die Wortwahl „und/oder“ klarstellt, dass auch einer dieser beiden Kreise allein von ausschlaggebender Bedeutung sein kann (vgl. EuGH a. a. O. [Nr. 24] - Matratzen Concord/Hukla). Vor allem in Bezug auf das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, welches das im Allgemeininteresse liegende Ziel verfolgt, beschreibende Angaben allen Mitbewerbern zur freien Verwendung offen zu halten und diese nicht zugunsten eines einzelnen Unternehmens zu monopolisieren, ist davon auszugehen, dass bei der Beurteilung des beschreibenden Charakters fremdsprachiger Marken nicht notwendig die teilweise sehr beschränkten Sprach- und Branchenkenntnisse der inländischen Durchschnittsverbraucher der jeweiligen Waren ausschlaggebend sind. Für das Vorliegen einer beschreibenden Angabe im Sinn der genannten Vorschrift ist vielmehr in gleicher Weise markenrechtlich beachtlich, wenn die beschreibende Bedeutung des fremdsprachigen Begriffs nur für die am Handel mit den betroffenen Waren, insbesondere für die am entsprechenden zwischenstaatlichen Handelsverkehr beteiligten Fachverkehrskreise, erkennbar ist (vgl. hierzu auch Ströbele, MarkenR 2006, 433, 434 f.).

Es kann vorliegend dahingestellt bleiben, ob die von den in Rede stehenden Waren angesprochenen breiten inländischen Endverbraucherkreise den Sinngehalt der französischen Bezeichnung „Fruits d'été“ erkennen. Denn es kann jedenfalls davon ausgegangen werden, dass die am Handel mit einschlägigen Waren beteiligten Fachkreise die Bezeichnung „Fruits d'été“ als Sammelbezeichnung für im Sommer erhältliche Früchte erkennen, zumal es insbesondere bei Schokolade nicht unüblich ist, die Geschmacksrichtung in französischer und damit in der Sprache zu bezeichnen, die (auch) in den für Schokolade(waren) von besonders hoher Qualität bekannten Ländern Schweiz und Belgien gesprochen wird.

Ob der Eintragung der angemeldeten Marke auch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht, kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

Aus der Schutzgewährung für andere, nach Ansicht der Anmelderin vergleichbare Marken kann sie keinen Anspruch auf Eintragung ableiten. Weder ausländische noch nationale Voreintragungen führen für sich oder in Verbindung mit dem Gleichheitssatz des Grundgesetzes zu einer Selbstbindung derjenigen Stellen, welche über die Eintragung zu befinden haben. Denn die Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke stellt keine Ermessens-, sondern eine Rechtsfrage dar (EuGH, GRUR 2004, 674, [Nr. 43, 44] - Postkantoor; GRUR 2004, 428, [Nr. 63] - Henkel; GRUR 2006, 233 [Nr. 41 - 50] - Standbeutel; BPatG GRUR 2007, 333, 335 ff. - Papaya).

gez.

Unterschriften