



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 518/22

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2021 017 304.6

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 5. September 2024 unter Mitwirkung der Richterin Dr. Weitzel als Vorsitzende, des Richters Merzbach und der Richterin Uhlmann

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. Februar 2022 aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 29: konserviertes Gemüse; getrocknetes Gemüse; Gemüsesalat; verarbeitetes Gemüse

Klasse 31: Grüner Salat [frisch]; Kräuter [frisch]; Gemüse [frisch]

Klasse 44: Anbau von Pflanzen; Anbau von Pflanzen, auch in vertikalen Anzuchtvorrichtungen sowie in Innenräumen; Diät- und Ernährungsberatung

zurückgewiesen worden ist.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Veggical

ist am 11. August 2021 als Wortmarke für folgende Waren und Dienstleistungen:

Klasse 06: Transportable Gewächshäuser aus Metall

Klasse 19: Gewächshausrahmen, nicht aus Metall

Klasse 29: konserviertes Gemüse; getrocknetes Gemüse; Gemüsesalat; verarbeitetes Gemüse

Klasse 31: Grüner Salat [frisch]; Kräuter [frisch]; Gemüse [frisch]

Klasse 44: Anbau von Pflanzen; Anbau von Pflanzen, auch in vertikalen Anzuchtvorrichtungen sowie in Innenräumen; Diät- und Ernährungsberatung

zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register angemeldet worden.

Mit Beschluss vom 7. Februar 2022 hat die mit einem Beamten des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamts die Markenmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG für folgende Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen:

Klasse 29: konserviertes Gemüse; getrocknetes Gemüse; Gemüsesalat; verarbeitetes Gemüse

Klasse 31: Grüner Salat [frisch]; Kräuter [frisch]; Gemüse [frisch]

Klasse 44: Anbau von Pflanzen; Anbau von Pflanzen, auch in vertikalen Anzuchtvorrichtungen sowie in Innenräumen; Diät- und Ernährungsberatung.

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, das Wort „veggical“ sei zwar bisher lexikalisch nicht nachweisbar, es handele sich aber um eine im Englischen sprachübliche Zusammensetzung des Wortes „veggie“ für Vegetarier oder Gemüse, das mit dem Wort „Veggieburger“ bereits in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen sei, und dem Suffix „-ical“, das in Worten wie political (politics), optical (optics), historical (history), technical (technics), magical (magic) gebräuchlich sei. Der Verkehr werde die sprachübliche Bildung zum Adjektiv erkennen und dem Zeichen die Bedeutung „vegetarisch“ beilegen. Dabei verweist sie auf die

Rechtsprechung 24 W (pat) 509/13 - cloudable und 28 W(pat) 554/10 – VELOSOPHIE.

Gegen diesen ihm am 10. Februar 2022 zugestellten Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders vom 10. März 2022.

Er trägt vor, bei dem Anmeldezeichen handele sich um einen Phantasiebegriff, der nicht sprachüblich gebildet sei, sondern eine Zusammensetzung aus den Worten „veggie“ und „vertical“. Die Buchstabenfolge „ical“ sei kein sprachübliches Suffix der englischen Sprache. Diese kenne 14 Suffixe, dazu gehöre „-al“, das in gleicher Weise für Substantive wie Adjektive benutzt werde, nicht aber „cal“. Insoweit unterscheide sich der Fall von der Entscheidung zu „cloudable“, da „-able ein übliches Suffix sei. Das Anmeldezeichen ergebe auch für den sprachkundigen Verbraucher keinen Sinn und müsse in einem zweiten Gedankenschritt analysiert werden. Auch ein Freihaltebedürfnis bestehe nicht.

Der Beschwerdeführer stellt sinngemäß den Antrag,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. Februar 2022 aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückwiesen worden ist.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 MarkenG statthafte und auch im Übrigen zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Der angegriffene Beschluss war aufzuheben, da der Eintragung des Anmeldezeichens im Hinblick auf die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen kein Schutzhindernis

gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 MarkenG entgegensteht. Insbesondere fehlt dem Wortzeichen **Veggical** für die vorgenannten Waren und Dienstleistungen weder jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, noch stellt es eine freihaltebedürftige beschreibende Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar.

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Anmeldung erfassten Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. z. B. EuGH GRUR 2015, 1198 (Nr. 59) – Kit Kat; GRUR 2012, 610 (Nr. 42) – Freixenet; GRUR 2008, 608 (Nr. 66) – EUROHYPO; BGH GRUR 2016, 1167 (Nr. 13) – Sparkassen-Rot; GRUR 2015, 581 (Nr. 16) – Langenscheidt-Gelb; GRUR 2015, 173 (Nr. 15) – for you; GRUR 2014, 565 (Nr. 12) – smartbook; GRUR 2013, 731 (Nr. 11) – Kaleido; GRUR 2012, 1143 (Nr. 7) – Starsat, jeweils m. w. N.). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. etwa EuGH GRUR 2015, 1198 (Nr. 59) – Kit Kat; GRUR 2014, 373 (Nr. 20) – KORNSPITZ; 2010, 1008, 1009 (Nr. 38) – Lego; GRUR 2008, 608, 611 (Nr. 66) – EUROHYPO; GRUR 2006, 233, 235, Nr. 45 – Standbeutel; BGH GRUR 2016, 1167 (Nr. 13) – Sparkassen-Rot; GRUR 2016, 934 (Nr. 9) – OUI; GRUR 2015, 581 (Nr. 16) – Langenscheidt-Gelb; BGH GRUR 2015, 173, 174 (Nr. 15) – for you; GRUR 2009, 949 (Nr. 10) – My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2017, 186 (Nr. 29) – Stadtwerke Bremen; GRUR 2016, 1167 (Nr. 13) – Sparkassen-Rot; GRUR 2015, 581 (Nr. 9) – Langenscheidt-Gelb; GRUR 2015, 173, 174 (Nr. 15) – for you; GRUR 2014, 565, 567 (Nr. 12) – smartbook; GRUR 2012, 1143 (Nr. 7) – Starsat; GRUR 2012, 270 (Nr. 8) – Link economy). Maßgeblich für die Beurteilung

der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers bzw. -abnehmers der fraglichen Produkte abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 412 (Nr. 24) – Matratzen Concord/Hukla).

Hiervon ausgehend besitzen Marken insbesondere dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens (vgl. BGH GRUR 2013, 1143, Nr. 15 – Aus Akten werden Fakten) lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2013, 519 (Nr. 46) – Deichmann; GRUR 2004, 674 (Nr. 86) – Postkantoor; BGH GRUR 2017, 186 (Nr. 30, 32) – Stadtwerke Bremen; 2014, 1204 (Nr. 12) – DüsseldorfCongress; GRUR 2012, 270 (Nr. 11) – Link economy; GRUR 2009, 952 (Nr. 10) – DeutschlandCard). Darüber hinaus kommt nach ständiger Rechtsprechung auch solchen Zeichen keine Unterscheidungskraft zu, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2017, 186 (Nr. 32) – Stadtwerke Bremen; GRUR 2014, 1204 (Nr. 12) – DüsseldorfCongress; GRUR 2012, 1143 (Nr. 9) – Starsat; GRUR 2010, 1100 (Nr. 23) – TOOOR!; GRUR 2006, 850 (Nr. 28 f.) – FUSSBALL WM 2006).

2. Nach diesen Grundsätzen kann dem Wortzeichen **Veggical** nicht die notwendige Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG für die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen abgesprochen werden.

a. Die Buchstabenfolge **Veggical** ist als Wort weder in der deutschen noch in der englischen oder einer sonstigen dem inländischen Verkehr geläufigen Sprache lexikalisch nachweisbar. Es handelt es sich um eine Wortneubildung, in der das englische Wort „veggie“ aufscheint, das aber nicht vollständig übernommen,

sondern ohne die Endung „-e“ mit der Buchstabenfolge „cal“ zusammengesetzt ist.

b. „Veggie“ ist die umgangssprachliche Verkürzung der englischen Begriffe „vegetable“ für „Gemüse“ und „vegetarian“ für „vegetarisch“ und „Vegetarier“. Das Kurzwort „veggie“ ist schon in der englischen Sprache ein vollständiges Adjektiv, es benötigt keine zusätzliche Endung, um adjektivisch benutzt zu werden.

Im Deutschen ist der Begriff „Veggie“ umgangssprachlich mit der Bedeutung „vegetarisch“ ebenfalls eingebürgert, allerdings wie im Englischen in der Regel mit der Endung „-ie“, nur vereinzelt wird es verkürzt „veggi“ ohne „e“ geschrieben. Der Begriff wird im Deutschen entweder adjektivisch als isoliertes Wort oder in der Zusammensetzung mit Sachbegriffen wie Veggie-Burger, Veggie-Produkte, Veggie-Day, Veggie-Wurst verwendet.

Eine Verwendung des Begriffs als Stammbestandteil mit Endung ist allerdings weder im Deutschen noch in der englischen Sprache sprachüblich.

c. Die Buchstabenfolge „cal“ ist in der englischen Sprache lediglich als Abkürzung für „caliber“, „calendar“ oder „calorie“ nachweisbar. In Großschreibung steht die Buchstabenfolge CAL für „Computer-Aided Learning“. Sie stellt entgegen der Auffassung der Markenstelle im Englischen auch keine übliche Wortendung dar, wie der Anmelder zutreffend dargelegt hat. Auch in den von der Markenstelle aufgeführten Beispielen „political“, „optical“, „technical“ oder „magical“ ist der Buchstabe „c“ dem Stammbestandteil und nicht der adjektivischen Endung der Begriffe zuzuordnen.

Auch in der deutschen Sprache hat „cal“ keine Bedeutung, die sich dem Verkehr unmittelbar erschließt. Der allgemeine Verbraucher kennt die Buchstabenfolge lediglich in der Kombination „Kcal“ für Kilokalorie. Als Endung ist die Buchstabenfolge auch im Deutschen nicht gebräuchlich.

In dem Anmeldezeichen „Veggical“ wird der auch im Deutschen bekannte Begriff „Veggie“ um den Endbuchstaben „e“ verkürzt und mit der Silbe „cal“ um einen weiteren Bestandteil zu einer gut aussprechbaren Wortneubildung ergänzt. Der inländische Verkehr, welcher Kennzeichen regelmäßig in der Gesamtheit aufnimmt, in der sie ihm entgentreten, und welcher erfahrungsgemäß wenig geneigt ist, Gesamtzeichen begrifflich näher zu analysieren, um beschreibende Bedeutungen herauslesen zu können (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 14. Aufl., § 8 Rdnr. 187 f.), hat daher grundsätzlich keinen Anlass, in **Veggical** eine Kombination aus mehreren Wortelementen zu erkennen und das Zeichen in „Veggie“ und „cal“ zu zergliedern. Die Anfügung der Silbe „cal“ an das bekannte Kurzwort „Veggie“ führt zu einer Verfremdung des Begriffs „Veggie“, die dem Verkehr auffällt, ohne dass sich ihm eine inhaltliche Bedeutung der Wortneubildung erschließt, sodass der Begriff im Hinblick auf die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen als bedeutungsloses Phantasiewort mit vager Assoziation an „vegetarisch“ im Sinne eines „sprechenden“ Zeichens wahrgenommen wird, dem nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden kann (Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rdnr. 188).

3. Einer Eintragung des Anmeldezeichens für die vorgenannten Waren und Dienstleistungen steht auch nicht das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen, da „**Veggical**“ aus den genannten Gründen keine sich sofort und ohne weiteres erschließende unmittelbar beschreibende Bedeutung hat.

4. Der Beschwerde ist daher im beantragten Umfang stattzugeben.