

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 2/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 09 682.5

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. Januar 2000 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Forst sowie des Richters Dr. Fuchs-Wisseemann und der Richterin Klante

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 28. Juli 1999 aufgehoben.

G r ü n d e

I.

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist das nachfolgende Zeichen

siehe Abb. 1 am Ende

zunächst für

Klasse 33: Alkoholhaltige Getränke (ausgenommen Bier), insbesondere Weine

Klasse 41: Veranstaltung von Weintests, Veranstaltung und Leitung von Kolloquien, Ausstellungen für kulturelle und Unterrichtszwecke

Klasse 42: Verpflegung von Gästen in Restaurants

zur (farbigen) Eintragung als Marke angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 41 hat die Anmeldung nach vorausgegangener Beanstandung mit Beschluß vom 28. Juli 1999 durch eine Beamtin des höheren Dienstes wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, bei dem Wort "Vinum" handele es sich um das allgemein bekannte lateinische Wort für Wein. Deshalb sei es für die Waren und Dienstleistungen wie Verpflegung von Gästen, Veranstaltungen und Ausstellungen (rund um den Wein) beschreibend. Dabei komme es nicht darauf an, ob das Wort üblicherweise so verwendet werde, oder aus einer toten Sprache stamme, sondern es genüge, daß es allgemein verstanden werde. Der Verkehr werde den Markenbegriff dahingehend verstehen, daß es sich um Wein und ähnliche Getränke, die Schulung darüber oder die Verkostung handele.

Gegen diesen Beschluß richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die auf den Schutz für die Waren der Klasse 33 verzichtet und (sinngemäß) beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Sie macht geltend, der Wortbestandteil "Vinum" der angemeldeten Wort-/Bildmarke sei keine ohne weiteres verständliche, beschreibende Angabe hinsichtlich der verbleibenden Dienstleistungen. Das lateinische Wort werde im Verkehr nicht zur Bezeichnung oder Beschreibung der beanspruchten Dienstleistungen verwendet. Beachtliche Teile des Verkehrs würden das Wort "Vinum" nicht mit dem deutschen Begriff "Wein" gleichsetzen. Wer "Vinum" sehe, lese oder höre, assoziiere damit nicht die Merkmale der Veranstaltung von Weintests. Zudem seien Wörter toter Sprachen im allgemeinen schutzfähig. Schließlich sei die graphische Gestaltung der Marke zu berücksichtigen.

Wegen der Einzelheiten wird auf den gesamten Akteninhalt, einschließlich der Aktsakte der Anmeldung 399 09 682.5 Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig (§ 66 Abs 2 und 5 MarkenG), in der Sache erweist sie sich auch als begründet, da der Eintragung der angemeldeten Marke kein Eintragungshindernis nach § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG entgegensteht.

Entgegen der Auffassung der Markenstelle fehlt der angemeldeten Wort-/Bildmarke nicht die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG zur Eintragung erforderliche Unterscheidungskraft. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, da der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt. Handelt es sich nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, daß einem als Marke verwendeten Zeichen die Unterscheidungskraft fehlt (BGH GRUR 1995, 408, 409 "PROTECH"; MarkenR 1999, 195, 197 "PREMIERE II").

Hiernach bestehen schon Zweifel, daß das - vorliegend sogar graphisch ausgestaltete - Wort "Vinum" auf den Verkehr lediglich wie eine beschreibende Angabe wirkt. Es ist nicht feststellbar, daß "Vinum" bereits in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen ist. Der Hinweis der Markenstelle auf Bezeichnungen wie "Vinothek" gibt insoweit keine Anhaltspunkte, da aus der Verwendung des Elements "Vino-" nicht auch auf eine Gebräuchlichkeit des der lateinischen Sprache entstammenden Wortes "Vinum" geschlossen werden kann. Zudem ist die fragliche Bezeichnung nicht Bestandteil einer bekannten Fremdsprache, sondern einer sogenannten toten Sprache. Derartige Bezeichnungen sind im allgemeinen

schutzfähig. Ausnahmen gelten nur für Begriffe, die als Ganzes oder in ihren Wortstämmen in den allgemeinen deutschen Sprachschatz übergegangen sind oder fachsprachlich (zB in der Medizin) verwendet werden (Althammer/Ströbele, MarkenG, 5. Aufl, § 8 Rdn 101), was sich indes für "Vinum" hier nicht feststellen läßt.

Über die mithin nicht feststellbare Gebräuchlichkeit von "Vinum" in der deutschen Sprache oder in einer bekannten Fremdsprache hinaus verfügt die angemeldete Marke zumindest in Verbindung mit der graphischen Gestaltung über die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungseignung. Insoweit ist zu berücksichtigen, daß es sich im vorliegenden Fall um eine Wort-/Bildmarke handelt. Denn der Schutzversagungsgrund mangelnder Unterscheidungskraft kann dem Zeichen nur in der Form entgegengehalten werden, in der es beansprucht wird. Die Anmelderin begehrt nicht Schutz für eine zeichenmäßige Verwendung des Wortes "Vinum" in jedweder Form, sondern nur in der gegebenen graphischen Gestaltung. Diese bestimmt und beschränkt zugleich den Schutzbereich der beanspruchten Bezeichnung (BGH GRUR 1991, 136, 137 "NEW MAN"). Demgemäß kann der angemeldeten Marke zumindest in der konkreten Gestaltung - mag diese auch nicht besonders originell sein - nicht die Eignung abgesprochen werden, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die Dienstleistungen der Anmelderin gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden.

Darüber hinaus besteht auch kein Freihaltungsbedürfnis im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG. An fremdsprachigen Bezeichnungen besteht grundsätzlich nur dann ein Freihaltungsbedürfnis, wenn die entsprechende deutsche Bedeutung den inländischen Verkehrskreisen ohne weiteres erkennbar ist oder wenn die Mitkonkurrenten die Angabe für den Im- und Export benötigen (BGH GRUR 1994, 366 "RIGIDITE II"). Auch insoweit sind indes Anhaltspunkte nicht ersichtlich. Die Markenstelle, die ohnehin die Frage eines Freihaltungsbedürfnisses hat dahinstehen lassen, hat insoweit keine Feststellungen getroffen. Allein aus der Verwendung von Bezeichnungen wie "Vinothek" im deutschen Sprachraum ergibt sich nicht,

daß der Verkehr auch in "Vinum" in Verbindung mit den Dienstleistungen einen Hinweis auf "Wein" sehen wird. Auch sonst ist nicht ersichtlich, daß die Mitkonkurrenten den Wortbestandteil "Vinum" benötigen, zumal die Anmelderin die Marke nur noch für Dienstleistungen beansprucht.

Nach alledem war der Beschwerde der Erfolg nicht zu versagen, so daß die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben waren.

Forst

Klante

Dr. Fuch-Wisseemann

Ko

Abb. 1



Virtum