



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 103/02

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am
11. März 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 57 621.8

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 4. Dezember 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richterinnen Sredl und Bayer

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Spaghetti-Lounge

ist am 2. August 2000 für die Dienstleistungen

"Verpflegung; Beherbergung von Gästen"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 21. Februar 2002 durch einen Beamten des höheren Dienstes zurückgewiesen. Der Bezeichnung fehle jegliche Unterscheidungskraft. Unter dem Gesamtbegriff verstehe der inländische Verkehr, auf dessen Sprachverständnis es alleine ankomme, ohne weiteres einen "Spaghetti-Salon, Gesellschaftsraum", da das Wort Lounge dem Grundwortschatz der englischen Sprache angehöre und bereits in den deutschen Sprachschatz eingegangen sei (Hotellounge, Flughafen-Lounge, Loungemusik). In Verbindung mit den beanspruchten Dienstleistungen komme der angemeldeten Marke lediglich ein beschreibender und eindeutiger Sinngehalt zu, nämlich ein Hinweis auf Dienstleistungen, die in einem "Salon, Gesellschaftsraum" erbracht werden und in Zusammenhang mit Spaghetti stehen, indem zB eine Verpflegung von Gästen mit Spaghetti erfolge. Der Umstand, dass eine Marke eine Wortneubildung darstelle, führe nicht zwangsläufig zur Schutzfähigkeit, da der Verkehr daran gewöhnt sei, ständig mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden. Da der Marke bereits jegliche Unterscheidungskraft fehle, komme es nicht mehr darauf an, ob ein Schutzhindernis nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG bestehe.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem Antrag,

den Beschluss vom 21. Februar 2002 aufzuheben.

Der Marke fehle nicht jegliche Unterscheidungskraft. Die Verkehrskreise würden der angemeldeten Marke einen originellen und phantasievollen Charakter beimessen, da ein unmittelbarer dienstleistungsbezogener Bezug zu "Verpflegung" und "Beherbergung von Gästen" aufgrund der außergewöhnlichen Zusammensetzung der Marke "SPAGHETTI-LOUNGE" nicht gegeben sei. Eine Lounge sei für eine Beherbergung von Gästen nicht geeignet, so dass die Marke bereits deshalb hierfür nicht beschreibend sei. Dasselbe gelte für die Dienstleistung "Verpflegung", da die Hauptbestimmung einer Lounge nicht die Verpflegung von Gästen sei, sondern diesen einen Raum zu geben, wo sie sich kurzzeitig aufhalten können, bevor sie, wie am Flughafen, weiterfliegen oder, wie im Hotel, auf andere Gäste warten, etc.. Eine Lounge sei jedoch nicht dazu bestimmt, dass in ihr Spaghetti serviert werden. Die Marke sei in ihrer Gesamtheit zu sehen. Der Zeichenbestandteil "LOUNGE" sei mehrdeutig, und in der Gesamtheit ergäbe sich kein vernünftiger Sinn, da sie keiner sinnvollen Übersetzung zugänglich sei. Die Marke sei in ihrer Gesamtheit so außergewöhnlich, dass sie für andere nicht freihaltungsbedürftig sei.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, da die angemeldete Marke nicht die für eine Marke erforderliche Unterscheidungskraft aufweist (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG), auch wenn dabei von einem großzügigen Maßstab auszugehen ist. Soweit der Bundesgerichtshof für die Prüfung dieses Schutzhindernisses bei Wörtern darauf abstellt, ob ihnen für die fraglichen Waren bzw Dienstleistungen ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann und/oder

ob es sich um ein sonst gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl. BGH GRUR 2001, 1151 – marktfrisch; WRP 2003, 1429 - Cityservice), muss vorliegend das Eintragungshindernis bejaht werden.

Die angemeldete Bezeichnung hat bezüglich der beanspruchten Dienstleistungen einen sich aufdrängenden beschreibenden Begriffsinhalt, der zugleich dazu führt, dass "Spaghetti-Lounge" nicht als Marke verstanden wird. Selbst Wortzusammenstellungen, die lexikalisch nicht nachweisbar sind, erfüllen nicht immer die Anforderungen an die Unterscheidungskraft (vgl. BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; BGH GRUR 2001, 1153 - antiKALK), insbesondere wenn es sich um eine sprachübliche Begriffsbildung mit unmittelbar beschreibendem Waren- oder Dienstleistungsbezug handelt. Dabei ist die Anwendung von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG nicht auf die Angaben im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG beschränkt, da das gesetzliche Eintragungshindernis fehlender Unterscheidungskraft nicht auf das Vorliegen bestimmter objektiver Merkmalsangaben, sondern auf die Verkehrsauffassung abstellt, so dass das Vorliegen dieses Schutzhindernisses dahingestellt bleiben kann, wenn auch der Senat dazu neigt, dieses zumindest für die Dienstleistungen "Verpflegung" zu bejahen. Auch ist die Frage der Unterscheidungskraft unabhängig vom Grad eines Freihaltebedürfnisses an der Angabe zu beurteilen (vgl. BGH GRUR 2002, 64 – INDIVIDUELLE).

Die aus den Wörtern "Spaghetti" und "Lounge" zusammengesetzte angemeldete Marke wird von den deutschen Verkehrskreisen als reine Sachangabe verstanden. Die Verpflegung von Gästen kann in einer Räumlichkeit erfolgen, die einer Lounge entspricht. Wie aus der der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung überreichten Internetrecherche ersichtlich ist, hat der Begriff "Lounge" eine Bedeutungserweiterung erfahren und wird nicht nur in Verbindung mit einem Warteraum verwendet, sondern auch als eine Etablissementbezeichnung. Selbst in der von der

Anmelderin überreichten Liste mit den verschiedenen Bedeutungsmöglichkeiten dieses Wortes ist als Übersetzungsmöglichkeit auch der Begriff "Gaststube" aufgeführt. Insbesondere im Zusammenhang mit der Dienstleistung "Verpflegung von Gästen" handelt es sich dabei um die Hauptbedeutung, so dass es vom Verkehr auch in diesem Sinne verstanden wird. Auch die Verbindung mit dem Wort "Spaghetti" führt nicht zur Bejahung der Unterscheidungskraft. Da Spaghetti eine der berühmtesten Pastasorten der Welt ist und ein Symbol für italienische Gerichte darstellt, versteht der Verkehr den in der angemeldeten Marke enthaltenen Hinweis, dass in der Lounge Spaghetti bzw italienische Gerichte serviert werden, nur als Sachangabe. Die Wortbildung ist sprachüblich. Dem Verkehr ist bekannt, dass Gaststätten nicht selten auf ihr typisches Speiseangebot hinweisen (zB Steak House, Pizza und Cocktail Lounge, Dining Lounge, Fischrestaurant, Snack Bar usw). Der Verkehr wird daher die angemeldete Bezeichnung gleichermaßen als Sachangabe verstehen.

Dies gilt auch für die Dienstleistung "Beherbergung von Gästen", da jemand, der eine Beherbergungsmöglichkeit sucht, sich auch dafür interessiert, ob dem Etablissement ein Restaurant, ein Frühstücksraum oder sonstige Verpflegungsmöglichkeiten angeschlossen sind. Begegnet dem Verkehr daher in Verbindung mit den Dienstleistungen "Beherbergung von Gästen" die angemeldete Bezeichnung, so mag er darin möglicherweise keine unmittelbar beschreibende Bezeichnung für diese Dienstleistung sehen, jedoch besteht zwischen der Beherbergung und der Verpflegung von Gästen ein so enger Sachbezug, dass der Verkehr die Angabe nicht als Marke, sondern als einen Hinweis auf ein weiteres Angebot versteht, zumal viele Gaststätten beides nebeneinander anbieten. Daraus ergibt sich ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt, denn der Verkehr versteht das angemeldete Zeichen "Spaghetti-Lounge" auch in Verbindung mit den Dienstleistungen "Beherbergung von Gästen" nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel (vgl BGH BI f PMZ 2004; 30 f – Cityservice).

Für die Beurteilung der Schutzzfähigkeit ist es letztlich nicht ausschlaggebend, ob der Ausdruck "Spaghetti-Lounge" lexikalisch nachweisbar ist, da es sich dabei um einen sprachüblichen Gebrauch dieser beiden Wörter handelt und in Lexika solche Kombinationen in der Regel nicht besonders erwähnt werden. Jedenfalls bei zusammengesetzten oder nur mit Bindestrich verknüpften Substantiven und/oder Adjektiven kommt dem Umstand, dass eine Bezeichnung lexikalisch nicht nachweisbar ist, kaum indizielle Bedeutung gegen den tatsächlichen Gebrauch zu, da Substantive und/oder Adjektive in vielfältigster Weise zu Kombinationen mit einem ohne weiteres erkennbaren und sinnvollen Bedeutungsgehalt zusammengefügt werden können, ohne dass sich die Kombinationsmöglichkeiten auch nur annähernd vollständig erfassen ließen (vgl BPatGE 37,194 - ASTHMA-BRAUSE).

Mehrdeutigkeit einer Bezeichnung allein begründet noch keine Unterscheidungskraft, wenn die Bedeutungen beschreibend sind und deshalb der beschreibende Gehalt im Vordergrund steht. Dies hat der Bundesgerichtshof in der "marktfrisch"-Entscheidung (GRUR 2001, 1151) bestätigt, in der für einen Teil der Waren für "marktfrisch" nicht nur die Bedeutung "frisch vom Markt" sondern auch "frisch auf dem Markt" in Betracht kam. Auch nach der Rechtsprechung des EuG führt eine Mehrdeutigkeit allein noch nicht zur Schutzzfähigkeit (EuG MarkenR 2002, 92 – STREAMSERVE; MarkenR 2000, 70 – Companyline, bestätigt durch EuGH, GRUR Int 2003, 56). Im vorliegenden Fall kommt hinzu, dass in Verbindung mit dem entsprechenden Angebot die angemeldete Marke einen eindeutigen Sinngehalt erhält. Rein theoretisch mögliche Wortkombinationen wie etwa Spaghetti-Wartehalle führen zu keinem anderen Ergebnis, da es auf das Verständnis des Verkehrs ankommt und nicht darauf, wie man rein theoretisch die Übersetzungsmöglichkeiten eines Wortes kombinieren könnte.

Die Voreintragungen "Fliesenfreund", "POLYMERLAND", "Intersport", "Kaufmarkt" und "Rational Software Corporation", auf die sich die Anmelderin beruft, haben mit der vorliegenden Anmeldung unmittelbar nichts zu tun, da es sich um völlig andere Begriffe handelt. Die Zeichen sind nicht vergleichbar. Außerdem begründen Vor-

eintragungen keinen Rechtsanspruch auf Eintragung neu angemeldeter Zeichen. Auch die Voreintragungen 303 18 361.6 "vanilla lounge" und 301 24 274.7 "Liquid Lounge" können daher nicht zur Eintragbarkeit der neu angemeldeten Marke führen. Darüber hinaus ist fraglich, ob die Zeichen vergleichbar sind, da im Gegensatz zu "vanilla" und "Liquid" der Begriff "Spaghetti" eine gängige und typische Speisenangabe darstellt.

Die Beschwerde war daher zurückzuweisen.

Kliems

Sredl

Bayer

Pü