



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 152/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 19 720.6

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 11. September 2006 durch ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet als Wortmarke ist - **American Diner** - unter anderem für die Waren und Dienstleistungen „alkoholische Getränke (ausgenommen Biere); Verpflegung und Beherbergung von Gästen“.

Die Markenstelle für Klasse 43 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung im oben genannten Umfang teilweise beanstandet, weil sie in der Bedeutung „amerikanisches Speiselokal“ ein beschreibender Hinweis sei. Die Teil-Zurückweisung insoweit erfolgte wegen fehlender Unterscheidungskraft unter Bezugnahme auf die Bedeutung „amerikanisches Abendessen“; der Unterschied zu dem Wort „Dinner“ werde dem deutschen Verkehr nicht auffallen.

Der Anmelder hat Beschwerde eingelegt. Eine Stellungnahme ist auch nach Hinweis des Gerichts, dass die Anmeldung zur Bezeichnung einer bestimmten Art von Restaurants im Gebrauch sei, nicht zu den Akten gelangt. Im Verfahren vor dem Patentamt hat er insbesondere die Auffassung vertreten, dass dem Wort „Diner“ zwar die Bedeutung von „Speisewagen“ bzw. „Gast“ zukomme, aber das Wort „American“ die Schutzfähigkeit der Marke insgesamt begründe.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sachverhalts wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders ist in der Sache ohne Erfolg.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können. Die auf Art. 3 Abs. 1 Buchst c MarkenRichtl beruhende Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verfolgt dabei das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass sämtliche Zeichen oder Angaben, die Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen beschreiben, von allen, insbesondere den jeweiligen Mitbewerbern, frei verwendet werden können und nicht aufgrund ihrer Eintragung als Marke nur einem einzelnen Unternehmen vorbehalten bleiben (vgl. EuGH 1999, 723, 725 - Chiemsee; GRUR 2004, 674, 676 – Postkantoor; GRUR 2004, 680, 681 – BIOMILD). Eine in diesem Sinn beschreibende Angabe, an deren freien, ungehinderten Verwendung die Mitbewerber des Anmelders ein berechtigtes Interesse haben, stellt die angemeldete Marke dar.

Das Wort „American“ als Adjektiv bedeutet im Deutschen „amerikanisch“ (vgl. z. B. LEO online Lexikon; Duden Oxford, Großwörterbuch Englisch S. 900). Das ist ein Hinweis auf die Herkunft aus Amerika oder die amerikanische Art (vgl. BGH GRUR 2002, 167, 170 - Bit/Bud, zur Bezeichnung „American Bud“). Das Wort „Diner“ ist im Amerikanischen die Bezeichnung für ein einfaches Restaurant (vgl. LEO und Duden a. a. O.).

American Diner bedeutet danach insgesamt und ganz allgemein „Amerikanisches Restaurant“. In Bezug auf die beanspruchte „Verpflegung von Gästen“ wird damit die Art der Verpflegung sowie die Erbringungsstätte angegeben; bei der „Beherbergung von Gästen“ stellt die Anmeldung einen Hinweis auf die Ausstattung der Herberge mit einem Amerikanischen Restaurant dar. Für die Waren „alkoholische

Getränke (ausgenommen Biere)“, die üblicherweise in Restaurants angeboten werden, ist die Marke Bestimmungsangabe.

Wie den dem Anmelder übersandten Anlagen zu entnehmen ist, ist die Bezeichnung „American Diner“ auch bereits im Gebrauch; so heißt es z. B. in einem Angebot von Küchen: „Wer kennt sie nicht die chromblitzenden mit Neonlicht strahlenden American Diner aus den USA“ (vgl. [http:// www.americanwarehouse-online.de/sidemap-content.html](http://www.americanwarehouse-online.de/sidemap-content.html)); in einem anderen Angebot heißt es: „Poppige Küche im American-Diner-Style“ (vgl. <http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/11/0,1872,3908779,00.html>); ebenso werden unter der Rubrik „American Diner“ spezielle Gerichte angegeben (vgl. <http://www.gfra.de/usfood/cgi-bin/rezep-te.cgi?TypNr=82>).

Auch die Einfügung der Bezeichnung in Gedankenstriche vermag den Schutz der Anmeldung nicht zu begründen. Diese der Hervorhebung dienenden Satzzeichen sind als häufig anzutreffende Gestaltungsmittel nicht geeignet, die Sachaussage in den Hintergrund treten zu lassen; sie treten nicht so hervor, dass sie von der beschreibenden Aussage des Wortbestandteils wegführen. Die angemeldete Marke kann daher, auch in dieser konkreten Gestaltung, im Verkehr zur Beschreibung der hier maßgeblichen Waren und Dienstleistungen dienen.

Die angemeldete Marke erfüllt wegen ihres beschreibenden Gehalts auch nicht die Funktion eines sich durch individuelle Merkmale von den Waren und Dienstleistungen anderer Anbieter unterscheidenden betrieblichen Herkunftshinweises und entbehrt damit jeglicher Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1

MarkenG (vgl. zur Unterscheidungskraft u. a. EuGH GRUR 2004, 674, 678 - Nr. 86 - Postkantoor; EuGH GRUR 2002, 804; 806 - Philips; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; BGH WRP 2004, 1173, 1174 m. w. N. - URLAUB DIREKT).

gez.

Unterschriften