

BUNDESPATENTGERICHT

Leitsatz

Aktenzeichen: 27 W (pat) 53/08

Entscheidungsdatum: 1. April 2008

Rechtsbeschwerde zugelassen: nein

Normen: MarkenG § 8 Abs. 1 Nr. 1, MarkenG § 8 Abs. 1 Nr. 2

Spaghetti King

Das Wort „König“ hat sich nicht als personifizierter Sachhinweis auf eine herausgehobene Qualität von Waren oder Dienstleistungen eingebürgert.



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 53/08

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
1. April 2008

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 04 147.9

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 1. April 2008 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht sowie die Richter Schwarz und Kruppa

beschlossen:

Die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 43 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 10. August 2005 und vom 11. Mai 2006 werden aufgehoben.

Gründe

I.

Als Wortmarke angemeldet am 26. Januar 2005 wurde die Bezeichnung

Spaghetti King

Der zum Zeitpunkt der Anmeldung anwaltlich noch nicht vertretene Anmelder hat in dem Antragsvordruck unter Ziffer 8 (Verzeichnis der Waren/Dienstleistungen) keine Dienstleistung genannt. Es heißt dort lediglich, die Anmeldung erfolge als Name für eine Restaurantkette.

Die Markenstelle für Klasse 43 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Bescheid vom 20. Juni 2005 wegen fehlender Unterscheidungskraft und einem Freihaltungsbedürfnis beanstandet. Im Hinblick darauf hat sie im Beanstandungsbescheid eine Klärung des Dienstleistungsverzeichnisses zurückgestellt.

In der Folge hat die Markenstelle die Anmeldung mit den im Tenor genannten Beschlüssen, von denen der letztere im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Die Kunden würden die angemeldete Begriffsbildung als Hinweis auf das Angebot selbst und als Qualitätshinweis werten. Sie würden der Kennzeichnung daher lediglich eine

sachbezogene Information über die darunter angebotenen Dienstleistungen entnehmen. Insgesamt betrachtet stelle sich die Wortkombination "Spaghetti King" im Zusammenhang mit den zugehörigen Dienstleistungen zwanglos als werbemäßiger Hinweis auf die Spitzenstellung des Anbieters in einem Gastronomiebereich mit einem besonderen Angebotsschwerpunkt dar. In Anbetracht dieser im Vordergrund stehenden Sachaussage lasse das Wortzeichen nicht den Gedanken an einen individuellen betrieblichen Herkunftshinweis aufkommen.

In dem Erstbeschluss heißt es ohne nähere Erläuterungen, die Kennzeichnung sei für Dienstleistungen der Klasse 43 angemeldet worden. Im Erinnerungsbeschluss ist von den Dienstleistungen einer Restaurantkette die Rede.

Der Anmelder hat gegen den Erinnerungsbeschluss Beschwerde eingelegt. Er hält die Marke entgegen der Auffassung der Markenstelle für unterscheidungskräftig. Die Marke "Spaghetti King" habe nicht lediglich eine glatt beschreibende Funktion im Sinne einer werbemäßigen Sachaussage. Insbesondere das Wort "King" sei mehrdeutig, da es neben der umgangssprachlichen Bedeutung als "jemand, der in einer Gruppe das größte Ansehen genießt", im englischsprachigen Raum ein weit verbreiteter Familienname sei. Zur Begründung seines Eintragungsbegehrens verweist der Anmelder auch auf die in Deutschland eingetragene Marke "Burger King".

In der mündlichen Verhandlung hat der Anmelder erklärt, die Marke werde für die Dienstleistung "Verpflegung von Gästen in Restaurants" beansprucht.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde des Anmelders ist zulässig und begründet, weil einer Registrierung der angemeldeten Marke für die allein beanspruchte Dienstleistung

"Verpflegung von Gästen in Restaurants" keine Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

Bezüglich der Dienstleistung "Verpflegung von Gästen in Restaurants" verfügt die Bezeichnung "Spaghetti King" über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235 (Nr. 45) - Standbeutel; BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 18) - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Bei Wortmarken ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs von fehlender Unterscheidungskraft auszugehen, wenn der Marke ein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort bzw. eine Wortfolge der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das (die) vom Verkehr, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung, stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 19) - FUSSBALL WM 2006 m. w. Nachw.). Dies ist hier bei der gebotenen Gesamtbetrachtung des Zeichens (BGH GRUR 2001, 162 - RATIONAL SOFTWARE COOPERATION) nicht der Fall.

Der Verkehr wird keine Schwierigkeiten haben, die Marke mit "Spaghetti König" zu übersetzen. Der glatt beschreibende Bestandteil "Spaghetti" ist mit dem Element "King" zu einem Gesamtbegriff verschmolzen, der wie die Bezeichnungen "Burger King" oder "Döner King" auf einen ganz bestimmten Geschäftsbetrieb hinweist. Anders als die Begriffe "Star" oder "Champion" hat sich der Begriff "King" nicht als personifizierter Sachhinweis auf eine besonders herausgehobene Qualität von

Waren oder Dienstleistungen eingebürgert (ebenso BPatG 27 W (pat) 157/01
- Boarder King; 29 W (pat) 162/94 - PaperKing).

Da der Marke in ihrer Gesamtheit kein eindeutig beschreibender Aussagegehalt entnommen werden kann, stellt sie auch keine Freihaltungsbedürftige Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar.

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

Richter Schwarz ist wegen
Urlaubs an der Unterschrift
verhindert.

br/Me