



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 106/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 39 684.3

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. Juni 2010 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie der Richter Reker und Lehner

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 32 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Februar 2009 und vom 12. Februar 2008 aufgehoben.

Gründe

I

Für die Waren

„alkoholfreies Getränk“

ist die Wort-/Bildmarke 307 39 684



angemeldet worden. In zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 32 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung zurückgewiesen. Einer Eintragung stehe nach Auffassung des Amtes das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG entgegen. In der fraglichen Darstellung der angemeldeten Marke mit dem hervorgehobenen Wortelement „Schampaqua“ sei ein Verstoß gegen das deutsch-französische Abkommen über den Schutz von Herkunftsangaben, Ursprungsbezeichnungen und anderen geografischen Bezeichnungen vom 08. März 1960 (BIPMZ 1960, 209) zu sehen. Hiernach dürfe die Bezeichnung „Champagne(r)“ für Erzeugnisse aus einem anderen Land als Frankreich nicht - auch nicht wie vorliegend geschehen in abgewandelter Form - verwendet werden, sofern diese ihrem Sinn nach den gleichen Eindruck wie die geschützte Bezeichnung hervorrufe oder geeignet sei, deren Wettbewerb zu beeinträchtigen. Die Ausgestaltung der angemeldeten Marke lehne sich ersichtlich an die besondere Exklusivität der geschützten Bezeichnung „Champagne(r)“ an und sei daher geeignet, deren Wettbewerb zu beeinträchtigen. Der Wortbestandteil "Schampaqua" verweise in der grafischen Ausgestaltung der einzelnen Buchstaben sowie in Verbindung mit deren Anbringung auf einer für Champagner typischen Flaschenform im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren "alkoholfreie Getränke" erkennbar auf die geschützte Bezeichnung "Champagne(r)". Der an das besonders verschnörkelt ausgestaltete "S" anschließende Kleinbuchstabe "c" sei - im Vergleich zu den nachfolgenden Kleinbuchstaben - so weit nach oben gezogen, dass er fast wie ein großer Anfangsbuchstabe erscheine. Dadurch trete das Wort "Champaqua" gesondert in Erscheinung. Hinzu komme, dass auch die Kleinbuchstaben "q" und "u" in "Champaqua" den an entsprechender Wortstelle in "Champagner" stehenden Buchstaben "g" und "n" vom Umrissbild her sehr nahe kämen. Auch wenn dies von den Anmeldern nicht beabsichtigt sein sollte, werde zudem im Internet das mit "SchampAqua" bezeichnete Getränk als ""S"champagner ohne Alkohol" bezeichnet.

Hiergegen wenden sich die Anmelder mit ihrer Beschwerde. Ihrer Auffassung nach sei durch die Endsilbe „aqua“ (lat. = Wasser) und die Hervorhebung des

Buchstaben „a“ im Wortbestandteil der angemeldeten Marke für den angesprochenen Verkehr ohne weiteres erkennbar, dass es sich bei dem solchermaßen gekennzeichneten Getränk nicht um Champagner, sondern um ein alkoholfreies Getränk handle. Die Gefahr von Verwechslungen mit Champagner oder Schaumwein sei nahezu auszuschließen. Durch seine besondere Hervorhebung beherrsche zudem der Anfangsbuchstabe „S“ den gesamten Schriftzug des Wortbestandteils der Anmeldemarke. Demgegenüber trete der nachfolgende Buchstabe „C“ optisch zurück und werde vom Verkehr nicht als Anfangsbuchstabe wahrgenommen. Auch erstrecke sich der Schutz der Bezeichnung „Champagne(r)“ nur auf ihren vollständigen Wortlaut und nicht auf einzelne Buchstabenfolgen.

Die Anmelder beantragen sinngemäß,

die angegriffenen Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 18. Februar 2009 und vom 12. Februar 2008 aufzuheben.

II

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist begründet. Die den Eintragungsantrag zurückweisenden verfahrensgegenständlichen Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts waren daher auf die Beschwerde der Anmelder hin aufzuheben.

Gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG - hierauf stützen sich die angegriffenen Beschlüsse - sind von der Eintragung solche Marken ausgeschlossen, deren Benutzung ersichtlich nach im öffentlichen Interesse liegenden Vorschriften untersagt werden kann. Unter die „sonstigen Vorschriften“ im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG fallen auch bilaterale Handelsabkommen wie der deutsch-französische Staatsvertrag über den Schutz von Herkunftsangaben, Ursprungsbezeichnungen

und anderen geografischen Bezeichnungen vom 08. März 1960 (BIPMZ 1960, 209; vgl. Senat, GRUR 2007, 789, 790 - *Miss Cognac*; *Fuchs-Wissemann* in HK-MarkenR, 2. Aufl. 2009, § 8 Rn. 79; *Ströbele/Hacker*, MarkenG, 9. Aufl. 2009, § 8 Rn. 526). Hiernach ist die Verwendung der in der Anlage B zu Art. 3 aufgeführten geografischen Herkunftsbezeichnung „Champagne“ grundsätzlich Erzeugnissen französischen Ursprungs vorbehalten.

Zwar beschränkt sich der Schutzbereich der Bezeichnung „Champagne“ nicht nur auf die im Abkommen explizit aufgeführten Waren, sondern umfasst alle Warenbereiche, in denen eine Beeinträchtigung des Werbewerts der Angabe zu befürchten ist (vgl. BGH GRUR 1969, 611, 612 ff. - *Champagner-Weizenbier*; GRUR 1970, 311, 312 - *Samos*; GRUR 1983, 768, 769 - *Capri-Sonne*; GRUR 2005, 957, 958 - *Champagner Bratbirne*; BPatG GRUR 1991, 145, 146 - *Mascasano*; *Ströbele/Hacker a. a. O.*, § 8 Rn. 526 m. w. N.).

Die geografische Herkunftsbezeichnung „Champagne“ ist auch nicht nur gegen die Verwendung identischer Kennzeichnungen geschützt. Vielmehr werden auch Abwandlungen der genannten Bezeichnung vom Schutz des deutsch-französischen Handelsabkommens erfasst, soweit sie denselben Eindruck wie die geschützte Angabe hervorrufen und deshalb deren Werbewert beeinträchtigen können (vgl. BGH GRUR 1969, 957, 958 - *Champi-Krone*; BGH a. a. O. - *Champagner Bratbirne*, S. 958).

Allerdings muss es sich um einen eindeutigen und im registermäßigen Markeneintragungsverfahren ohne weiteres ersichtlichen Verstoß handeln (vgl. *Fuchs-Wissemann a. a. O.*, § 8 Rn. 79; *Ströbele/Hacker a. a. O.*, § 8 Rn. 526). Entgegen der Auffassung des Deutschen Patent- und Markenamts fehlt es hieran im Streitfall.

Konkrete Anhaltspunkte für die Feststellung, dass mit der Eintragung der Wort-/Bildmarke 307 39 684 „Schampaqua“ für die angemeldeten Waren

„alkoholfreies Getränk“ eine Beeinträchtigung des in der geschützten Bezeichnung „Champagne“ liegenden Werbewerts zu befürchten sei, liegen nicht vor. Hierzu hätte es eingehender Ermittlungen bedurft, die dem summarischen Charakter des auf eine Vielzahl von Eintragungen ausgerichteten summarischen Prüfungsverfahrens vor dem Deutschen Patent- und Markenamt fremd sind (vgl. Senat a. a. O. - *Miss Cognac*, S. 791).

Eine Beeinträchtigung des Werbewerts der Bezeichnung „Champagne“ lässt sich entgegen der Auffassung der Markenstelle auch nicht daraus ableiten, dass die Prüfmarke „Schampaqua“ denselben Eindruck erwecken soll, wie die geschützte Angabe (vgl. *Ströbele/Hacker* a. a. O., § 8 Rn. 526 m. w. N. a. a. O.). Dem widerspricht bereits der Umstand, dass der Verkehr mit der letzten Silbe des Wortbestandteils der Marke „-aqua“ die Vorstellung eines nichtalkoholischen Getränks verbindet, da dieses lateinische Wort in zahlreichen Produktbezeichnungen in der jüngeren Vergangenheit Eingang in den deutschen Sprachgebrauch gefunden hat und vom Verbraucher in seiner Bedeutung „Wasser“ verstanden wird. Soweit die Marke in ihrer bildlichen Ausgestaltung und im Schriftbild ihres Wortbestandteils im Einzelfall möglicherweise allgemeine Assoziationen an „Champagner“ hervorrufen könnte, reicht dies für sich genommen nicht aus, um im registermäßigen Markeneintragungsverfahren einen eindeutigen und ohne weiteres ersichtlichen Verstoß gegen das deutsch-französische Handelsabkommen zu begründen (vgl. *Ströbele/Hacker* a. a. O., § 8 Rn. 526).

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Lehner

Bb