



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 18/10

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 056 683.3

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 9. Februar 2011 durch die Vorsitzende Richterin Klante, die Richterin Martens sowie den Richter Schwarz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister ist die Bezeichnung

Grandioso

für die Ware: „Käse“.

Die Markenstelle für Klasse 29 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG in zwei Beschlüssen vom 20. August 2009 und vom 1. Dezember 2009 zurückgewiesen. Zur Begründung hat die Erinnerungsprüferin ausgeführt, es könne im Ergebnis dahinstehen, ob dem Verkehr „grandioso“ als Wort der italienischen Sprache geläufig sei. Jedenfalls erkennt er ohne Weiteres und unmittelbar darin den deutschen Ausdruck „grandios“, so dass der Verkehr die angemeldete Bezeichnung lediglich als eine Abwandlung hiervon wahrnehme. Im Zusammenhang mit Käse werde der Verbraucher „Grandioso“ als einen Hinweis auf dessen grandiosen Geschmack und somit rein anpreisend verstehen, nicht aber als einen individualisierenden betrieblichen Hinweis.

In ihrer gegen die vorgenannten Beschlüsse gerichteten Beschwerde vertritt die Anmelderin die Auffassung, die geringen Anforderungen an das Vorliegen von Unterscheidungskraft seien vorliegend gegeben. Die Markenstelle habe durch ihre Internetrecherche nicht belegen können, dass die vorliegende Anmeldemarke,

sondern lediglich das deutsche Wort „grandios“ verwendet werde. Selbst wenn der Verkehr die italienische Bedeutung der Anmeldemarke erkennen sollte, so sei es wegen der Internetausdrucke offenbar ungewöhnlich, die angemeldete Bezeichnung zur Bewerbung eines Produkts zu verwenden. Ein Freihaltungsbedürfnis sei ebenfalls nicht zu erkennen.

Die Anmelderin beantragt,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. August 2009 und 1. Dezember 2009 aufzuheben.

Nachdem der Senat auf nach seiner Ansicht ebenfalls bestehende Eintragungshindernisse hingewiesen und weitere beispielhafte Belege für die Verwendung des Wortes „grandioso“ im Inland übermittelt hatte, hat die Anmelderin zuletzt gebeten,

nach Aktenlage zu entscheiden.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, in der Sache aber nicht begründet. Der beantragten Eintragung der angemeldeten Marke steht das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft i. S. v. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG bedeutet die Eignung einer Marke, die mit ihr beanspruchten Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie dadurch von denen anderer Anbieter für den Verkehr unterscheidbar zu machen. Obwohl Marken daneben auch noch weitere rechtlich geschützte Funktionen ausüben, ist die Herkunftsfunktion nach ständiger Rechtsprechung als ihre Hauptfunktion anzusehen (vgl. EuGH GRUR 2009, 756, 761, Rdn. 58 – L'Oréal; EuGH GRUR

Int. 2005, 1012, 1014, Rdn. 27 – BioID; BGH GRUR 2008, 710, Rdn. 12 – VISAGE). Die Eintragung einer Marke kommt somit nur dann in Betracht, wenn ein Zeichen die notwendige Unterscheidungskraft aufweist, um diese Herkunftsfunktion erfüllen zu können (vgl. BGH MarkenR 2006, 395, 397, Rdn. 18 – FUSSBALL WM 2006, m. w. N.). Ist diese Voraussetzung bei einer angemeldeten Marke nicht erfüllt, widerspricht es dem Allgemeininteresse, dieses Zeichen durch seine Eintragung ins Register zugunsten eines Anmelders zu monopolisieren und der Nutzung durch die Allgemeinheit dauerhaft zu entziehen. Ob eine Marke die erforderliche Unterscheidungskraft aufweist, ist stets im Hinblick auf die mit ihr beanspruchten Waren und Dienstleistungen und aus Sicht der beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen.

Wie bereits die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, und auch die Anmelderin nicht in Zweifel zieht, handelt es sich bei der Bezeichnung „Grandioso“ um ein Wort der italienischen Sprache, das im Deutschen die Bedeutung „großartig, grandios“ besitzt und damit etwa einen Gegenstand als seiner Art nach besonders beeindruckend beschreibt. Damit drängt sich das deutsche Wort „grandios“, dessen sprachliche Wurzeln aus dem entsprechenden italienischen Ausdruck stammen, geradezu als ideal geeignet auf, um eine Leistung in der Werbung sprachlich besonders herauszustellen. Es liegt daher auf der Hand, dass „Grandioso“ im Zusammenhang mit Lebensmitteln und erst recht mit der beanspruchten Ware „Käse“ ohne Weiteres vom Verkehr in erster Linie als Qualitätsberühmung verstanden wird. Das hat schon die Markenstelle durch ihre Internetbelege aufgezeichnet, wo gerade im Zusammenhang mit den hier beanspruchten Waren etwa von einem „grandiosen Käsearoma“ bzw. vom „grandioser Geschmack“ von Frischkäse die Rede ist. Diese Beispiele machen im Übrigen deutlich, wie nah sich die vermeintlich fremdsprachige Angabe und das deutsche Lehnwort auch klanglich kommen, so dass der flüchtige Verkehr beim Erwerb der Waren des täglichen Bedarfs in vielen Fällen „grandioso“ schon nicht mehr als italienisches Wort wahrnehmen wird. Der rein sachbezogene Aussagegehalt der angemeldeten Bezeichnung erschließt sich umso mehr für den ohnehin

sprachkundigen Handel, der als maßgeblicher Verkehrskreis bei der Entscheidung zu berücksichtigenden ist. Das bestehende Eintragungshindernis für die beanspruchte Bezeichnung wird erneut durch die der Anmelderin mit dem gerichtlichen Hinweis übersandten Internetauszüge bestätigt, denn sie zeigen auf dem vorliegenden Warengbiet die Verwendung von „Grandioso“ lediglich als ein dem Verbraucher ohne Weiteres verständliches Wertversprechen. Ein Hinweis auf die betriebliche Herkunft der so gekennzeichneten Produkte kommt vor diesem Hintergrund daher nicht in Betracht.

Soweit die Anmelderin auf die registrierte deutsche Wort-Bildmarke 2 913 614 hinweist, kann dies keine abweichende Entscheidung rechtfertigen. Für die Prüfung einer Markenmeldung auf Eintragungshindernisse ist vielmehr ausschließlich maßgeblich, ob die tatbestandlichen Voraussetzungen eines der gesetzlich geregelten Schutzhindernisse im Einzelfall gegeben sind. Der Umstand, dass identische oder ähnliche Zeichen als Marken eingetragen sind, ist demgegenüber nicht maßgebend (BGH I ZB 59/09 Entscheidung vom 17. August 2010, Tz 10 - SUPERgirl unter Bezugnahme auf EuGH GRUR 2009, 667 Rn. 14 f. - Bild digital u. a./ Präsident DPMA).

Klante

Schwarz

Martens

Me