

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 363/99

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die IR-Marke 676 522**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 1. März 2000 unter Mitwirkung des Richters Dr. Fuchs-Wisseemann als Vorsitzendem sowie des Richters Engels und der Richterin Klante

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt hat die international registrierte Marke 676 522

## **SIGNORINA**

für die Waren

"Produits au chocolat, desserts"

um Schutz für die Bundesrepublik Deutschland nachgesucht.

Nach Refus de Protection hat die Markenstelle für 30 IR durch einen Beamten des gehobenen Dienstes der international registrierten Marke mit Beschluß vom 27. Juli 1998 den Schutz gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verweigert.

Zur Begründung wurde ausgeführt, die Bezeichnung "Signorina" gehöre der italienischen Sprache an und habe die - auch beachtlichen inländischen Verkehrskreisen - geläufige Bedeutung von "junge Frau, junge Dame". Die Wortmarke stelle mithin lediglich eine sprach- und sachgerechte fremdsprachliche Bestimmungsgabe auf den Abnehmerkreis, d.h. die angesprochene Zielgruppe dar. Die Marke würde nichts anderes besagen, als daß die mit ihr gekennzeichneten Waren insbesondere für junge Damen bestimmt und geeignet seien. Da die Marke als

Beschreibung der Waren ernsthaft in Betracht komme und darüber hinaus Italienisch zu den Welthandelssprachen gehöre, sei sie für die Wettbewerber zur Beschreibung auf der Ware und in der Werbung freizuhalten und folglich nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 vom Markenschutz auszuschließen. Die Frage der Unterscheidungskraft könne bei der Sach- und Rechtslage dahingestellt bleiben.

Die hiergegen gerichtete Erinnerung hat die Markenstelle, besetzt mit einer Beamtin des höheren Dienstes, durch Beschluß vom 27. April 1999 zurückgewiesen. Zur Begründung wurde inhaltlich auf den Erstbeschluß verwiesen, da eine erneute Prüfung der Sach- und Rechtslage auch mangels einer Begründung der Erinnerung zu keiner anderen markenrechtlichen Beurteilung führen könnte.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Markeninhaberin.

Diese hat bisher weder einen Sachantrag gestellt noch eine Beschwerdebegründung eingereicht.

Wegen Einzelheiten wird auf den Akteninhalt einschließlich der Amtsakte der Marke IR 676 522 Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde der Markeninhaberin ist zulässig (§ 66 Abs 2 und 5 MarkenG), in der Sache erweist sie sich als unbegründet. Der Marke muß der Schutz gemäß §§ 113, 37, 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG i.V.m. Art. 5 Abs. 1 Satz 2 MMA, Art. 6 quinquies B Nr. 2 PVÜ verweigert werden.

Eine Schutzverweigerung nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, der inhaltlich mit der zweiten Alternative von Art. 6 quinquies B Nr. 2 PVÜ übereinstimmt (vgl. BGH, GRUR 1991, 521, 522 - La Perla; Althammer/Ströbele/Klaka Markengesetz, 5. Aufl., Rnd. 2 zu § 8), setzt voraus, daß es sich bei der Marke um eine unmittelbar beschreibende Angabe handelt.

Zutreffend ist die Markenstelle davon ausgegangen, daß es sich bei der italienischen Bezeichnung "SIGNORINA" um eine ohne weiteres erkennbare Bestimmungsangabe im Sinne von "junge Frau, junge Dame" handelt. Denn im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren "Schokoladeprodukte, Desserts" wird die in erster Linie angesprochene Zielgruppe bezeichnet. Wie dem Senat aus der Werbung bekannt ist, besteht gerade auf dem vorliegenden Warengbiet eine Tendenz, vorwiegend Frauen unter Hinweis auf leichte und kalorienarme Schokoladenerzeugnisse anzusprechen (vgl. Werbung für "Milch-Schnitte" in Fokus, Heft 7/2000). Daß die Waren nicht ausschließlich für Frauen bestimmt sind, ist hierbei ohne Belang. Gerade auf dem vorliegenden Warenausschnitt ist es üblich, einen bestimmten Personenkreis anzusprechen, ohne daß dies im Sinne einer anderen Abnehmerkreise ausschließenden Bestimmungsangabe gemeint wäre ("Kinder-Schokolade"; vgl. im übrigen BPatGE 10, 117, 118 "Segler-Rum"). Eignet sich "SIGNORINA" mithin als Bestimmungsangabe, mit der eine Zielgruppe bezeichnet wird, muß es den Mitbewerbern der Markeninhaberin unbenommen bleiben, das Markenwort ungehindert von Zeichenrechten Dritter ebenfalls verwenden zu können.

Nach alledem war die Beschwerde der Markeninhaberin zurückzuweisen. Da sie im übrigen weder die Erinnerung noch die Beschwerde begründet hat, ist auch nicht ersichtlich, inwieweit sie die angefochtene Beschlüsse für angreifbar hält.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Engels

Klante

Ko