

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 129/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 06 681.3

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 27. September 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterinnen Grabrucker und Martens

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister für die Waren "Würste" ist die Wortfolge

Marienfelder Würstchen

Die Markenstelle hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG mit der Begründung zurückgewiesen, sie bestehe lediglich aus einer Gattungsbezeichnung in Verbindung mit einer geografischen Herkunftsangabe.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem sinngemäßen Antrag die Beschlüsse vom 7. April 1998 und vom 6. Mai 1999 aufzuheben.

Zur Begründung führt sie aus, die Marke sei unterscheidungskräftig, da die Angabe "Marienfelder" als geografische Angabe nicht ernsthaft in Betracht komme, denn der gleichnamige Berliner Stadtteil sei überwiegend Wohngegend. Zudem erfreuten sich die Wurstwaren der Marienfelder Metzger keiner besonderen Beliebtheit im Verkehr.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Auch nach Ansicht des Senats steht der Eintragung der angemeldeten Wortfolge das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegen, da ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung vom Verkehr als Herkunftshinweis für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede, auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Diese Unterscheidungskraft fehlt jedoch, wenn dem Zeichen ein für die beanspruchten Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache handelt, das vom Verkehr etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (BGH WRP 99, 1167 und 1169, "YES" und "FOR YOU").

Selbst diese geringen Anforderungen erfüllt die angemeldete Marke in ihrer Gesamtheit nicht. Wie auch die Anmelderin nicht in Abrede stellt, handelt es sich bei Marienfeld um einen Stadtteil von Berlin, in dem die Anmelderin ihren Firmensitz hat. Unstreitig besitzt dieser Stadtteil für Wurstwaren weder eine besondere Bekanntheit noch wirtschaftliche Bedeutung. Unabhängig hiervon ist aber festzustellen, daß nach dem Gesamteindruck der Marke die Bezeichnung "Marienfeld" vom Verkehr auch ohne nähere Kenntnis von deren Lage und wirtschaftlicher Bedeutung als bloßer Hinweis auf den Ort der Herstellung oder auf die Beschaffenheit (nach Marienfelder Art) der Waren, nicht aber als betriebliches Unterscheidungsmittel verstanden wird. Aufgrund des Marktauftritts bei Wurstwaren kennt der Verkehr eine Fülle regionaler oder auch lokaler Spezialitäten mit Besonderheiten hinsichtlich Zutaten oder Rezeptur, die meist mit Hilfe geografischer Angaben in ihrer Beschaffenheit unterschieden werden, was im Einzelfall - siehe die Beispiele Wiener, Frankfurter oder Lyoner Würste bzw Wurst - nicht mehr mit dem tatsächlichen Ort der Herstellung der Waren übereinstimmen muß. Wegen dieser tatsächlichen Verhältnisse, wonach auch einer unzutreffenden geografischen Angabe keine Originalität beigemessen wird, kann daher der Einwand der Anmelderin, die Berliner Verkehrskreise wüßten, daß aus Marienfeld keine

Würstchen kämen, der Marke keine Unterscheidungskraft verleihen. Unabhängig davon, ob eine geografische Angabe mit dem tatsächlichen Ort der Herstellung gleichzusetzen ist, orientiert sich der Verkehr, an Orten oder Landstrichen (vgl. Münchner Weißwurst, Nürnberger Bratwürstl, Thüringer Bratwurst, Pfälzer Leberwurst), um Wurstwaren gattungsmäßig auseinanderhalten zu können, nicht aber um das Erzeugnis eines bestimmten Herstellers zu benennen.

Soweit die Anmelderin die Eintragbarkeit ihrer Marke auf die Entscheidung "Ortenberger Selters" (26 W (pat) 25/95) stützt, führt dies zu keiner für sie günstigeren Beurteilung der Sach- und Rechtslage. Im dortigen Verfahren hatte der Senat ein Freihaltungsbedürfnis im Rahmen des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verneint, nachdem die Anmelderin nachgewiesen hatte, daß nur sie zur Nutzung von "Ortenberger Mineralwasser" berechtigt sei und unter diesen Umständen auch Unterscheidungskraft angenommen.

Da es im Ergebnis der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren an jeglicher Unterscheidungskraft fehlte, konnte die Beschwerde keinen Erfolg haben.

Stoppel

Grabrucker

Martens

prä