



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 48/02

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 80 199.8

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 3. November 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist die Bezeichnung

Goldener Riesling

ursprünglich für die Waren

„Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate, Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver, Salz, Senf; Essig, Saucen (Würzmittel); Gewürze; Kühleis; Biere; Mineralwässer, kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke, Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; alkoholfreie und entalkoholisierte Weine, Schaumweine und weinähnliche Getränke; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken; alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)“

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden. Noch vor Erlass des eine teilweise Zurückweisung aussprechenden Beschlusses hat die Anmelderin eine Einschränkung ihres Warenverzeichnisses auf die Waren

„Feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis (sämtliche vorgenannten Waren unter Verwendung von Wein hergestellt); alko-

holfreie und entalkoholisierte Weine, Schaumweine und weinähnliche Getränke; alkoholische Getränke, nämlich Weine, Schaumweine, weinhaltige Getränke, weinähnliche Getränke sowie Weinbrand und sonstige alkoholische Getränke, die unter Verwendung oder mit Verwendung von Weindestillat hergestellt sind“

vorgenommen.

Die Markenstelle für Klasse 33 hat die Anmeldung (unter Zugrundelegung des ursprünglichen Warenverzeichnisses) teilweise, nämlich für die Waren

„Biere; Mineralwässer, kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke, Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; alkoholfreie und entalkoholisierte Weine, Schaumweine und weinähnliche Getränke; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken; alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)“

zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, der angemeldeten Marke fehle es aufgrund ihres ersichtlichen Sinngehalts jedenfalls an der erforderlichen Unterscheidungskraft, denn maßgebliche Teile des angesprochenen Verkehrs sähen in ihr in Verbindung mit den alkoholischen Getränken lediglich eine schlagwortartige, warenbeschreibende Aussage allgemeiner Art. Das Wort „Riesling“ bezeichne nur die bekannteste Keltertraubensorte der deutschen Weingebiete. Auch mit der Hinzufügung des Adjektivs „Goldener“ erschöpfe sich die angemeldete Marke nur in einer produktbeschreibenden Sachaussage. Zum einen werde dies als Hinweis auf einen goldenen Farbton des entsprechenden Getränks verstanden, zum anderen könne dies ein sachlicher Hinweis auf eine Prämiiierung mit einer goldenen Medaille oder einem Qualitätssiegel sein. Der Produktbezug der angemeldeten Marke für die beanspruchten Getränke sei damit ohne weiteres ersichtlich. Eine phantasievolle Mehrdeutigkeit sei nicht zu erkennen. Soweit die zurückgewiesenen Waren nicht unter Verwendung der Keltertraubensorte „Riesling“

hergestellt sein könnten, sei die angemeldete Bezeichnung ersichtlich zur Täuschung geeignet und deshalb zurückzuweisen.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde, mit der sie die Aufhebung des angefochtenen Beschlusses beantragt. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft sei von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Die angemeldete Wortkombination enthalte für die fraglichen Waren keinen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt und sei kein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer Fremdsprache. Es sei völlig abwegig, die bekannte Traubensorte „Riesling“ mit dem Adjektiv „Goldener“ zu bezeichnen. In ihrer Gesamtheit sei die Marke nicht beschreibend. Im übrigen verweist die Anmelderin auf die Einschränkung ihres Warenverzeichnisses.

Der Senat hat die Anmelderin in einem ausführlichen Zwischenbescheid auf seine Bedenken hinsichtlich der Schutzfähigkeit der angemeldeten Bezeichnung hingewiesen. Ihr wurden zudem Internet-Auszüge in Ablichtung zu dem Stichwort „Goldener Riesling“ übersandt.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Der angemeldeten Bezeichnung fehlt auch nach Einschränkung des Warenverzeichnisses jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG für die Waren „alkoholfreie und entalkoholisierte Weine, Schaumweine und weinähnliche Getränke; alkoholische Getränke, nämlich Weine, Schaumweine, weinhaltige Getränke, weinähnliche Getränke sowie Weinbrand und sonstige alkoholische Getränke, die unter Verwendung oder mit Verwendung von Weindestillat hergestellt sind“. (Die Markenstelle hätte zwar die Einschränkung des Warenverzeichnisses bei ihrer Entscheidung berücksichtigen müssen. Ihre – weitergehende, weil das alte Warenverzeichnis

betreffende – Versagung ändert jedoch nichts an der Schutzunfähigkeit der Anmeldung für die jetzt noch verbliebenen Waren der Klassen 32 und 33).

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als betriebliches Herkunfts- und Unterscheidungsmittel für die betreffenden Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden und damit die betriebliche Zuordnung dieser Waren zu ermöglichen (BGH GRUR 2001, 1153, 1154 – antiKALK; BIPMZ 2004, 30 f – Cityservice). Auch dieses Eintragungshindernis ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, das ihm zugrunde liegt, und das darin besteht, den freien Warenverkehr zu gewährleisten (EuGH GRUR 2002, 804, 805 und 809 – Philips; MarkenR 2003, 227, 231 f – Orange). Für kennzeichnungsrechtliche Monopole ist damit nur Raum, soweit diese geeignet sind, dem Verbraucher die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren zu garantieren und damit die Herkunftsfunktion der Marke zu erfüllen (EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 – BRAVO). Kann demnach einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH aaO – Cityservice).

Ein solcher im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt kommt der angemeldeten Bezeichnung für die genannten Waren zu. Wie bereits die Markenstelle in dem angegriffenen Beschluss zutreffend dargelegt hat, wird der mit der angemeldeten Bezeichnung im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren konfrontierte Verkehr in dieser nur einen allgemeinen Sachhinweis sehen. Dies lässt sich auch den der Anmelderin übersandten Internet-Auszügen entnehmen und wurde ihr zudem vom Senat in einem Zwischenbescheid dargelegt, auf den ausdrücklich Bezug genommen wird. Die Bezeichnung „Riesling“ ist ein Hinweis

auf eine bestimmte Rebsorte sowie den daraus hergestellten Wein. Das Adjektiv „Golden/Goldener“ bezeichnet sowohl eine bestimmte Farbe als auch eine bestimmte Qualität oder entsprechende Auszeichnung. So ist Gold eines der wertvollsten Metalle, Goldmedaillen bei Wettbewerben sind die höchste Auszeichnung, goldfarbene Kreditkarten heben sich vom Durchschnitt ab usw. Die dem Edelmetall Gold stets entgegengebrachte Wertschätzung wurde so im Laufe der Zeit auf andere Gegenstände übertragen, indem man sie zB mit einem entsprechenden Prädikat („golden“) versieht. Ein Indiz dafür, daß das Adjektiv „Goldener“ bei „Riesling“ aber auch einfach als Angabe des Farbtons gesehen werden kann, ist der Internet-Auszug „GUTER WEIN Goldener Riesling vom Bodensee“, wo es neben der Benützung der Wortzusammenstellung „Goldener Riesling“ (!) im Fließtext heißt: „Er leuchtet in einem kräftigen Hellgold im Glas ...“. (Zum weiteren Gebrauch des Adjektivs „golden“ als Farbangabe vgl im übrigen auch die Internet-Auszüge: „Goldener Herbst“, „Goldener Kammerpreis“ usw oder allgemein übliche Redewendungen wie „Goldener Oktober“.) Zudem gibt es den sog. „Grünen Veltliner“, wo das Adjektiv ebenfalls auf eine Färbung des so bezeichneten Weines hinweist. Außerdem wird im Internet ein mit „Gold“ prämiierter österreichischer Wein mit „Goldener Wiener“ bezeichnet. Anders als in dem von der Anmelderin (vor der Markenstelle) zitierten Verfahren „Goldener Zimt“ (26 W (pat) 70/96) kann damit im vorliegenden Fall die Verwendung des Adjektivs „goldener“ als Farb- und Qualitätsangabe auf dem einschlägigen Warenausgangsbereich als üblich angesehen werden.

Der angemeldeten Wortfolge kommt auch keine schutzbegründende Mehrdeutigkeit zu. Ein Wortzeichen kann bereits von der Eintragung ausgeschlossen werden, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren bezeichnet (EuGH GRUR 2004, 146 – DOUBLEMINT, E 32). Jede der Anmeldung innewohnende Verständnismöglichkeit weist aber einen beschreibenden und anpreisenden Charakter auf. Eine über einen bloßen Sachhinweis hinausgehende Besonderheit, die den Verkehr veranlassen könnte, in der angemeldeten Bezeichnung das Kennzeichen eines einzelnen Unternehmens zu

sehen, kommt ihr nicht zu. Damit fehlt ihr im Hinblick auf die vorgenannten Waren jegliche Eignung, diese ihrer betrieblichen Herkunft nach zu kennzeichnen, so daß der Beschwerde der Erfolg versagt bleiben musste.

Wegen der von der Anmelderin vorgenommenen Einschränkung des Warenverzeichnisses kam es auf den Zurückweisungsgrund der ersichtlichen Täuschungsgefahr nach § 8 Abs 2 Nr 4 iVm. § 37 Abs 3 MarkenG nicht mehr an.

Albert

Richter Reker ist derzeit in einer Prüfungskommission tätig und kann daher nicht unterschreiben.

Albert

Eder

Bb