



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 200/09

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2008 022 962.4**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 19. Oktober 2010 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, des Richters Merzbach und des Richters Metternich

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Bezeichnung

## **Kaffeerösterei Freiburg**

ist am 8. April 2008 für die Waren

"Kaffee, Rohkaffee, Kaffeearomen, Kaffee-Ersatz, Kaffee-Ersatzstoffe auf pflanzlicher Grundlage, Kaffeegetränke, alkoholfreie Getränke auf der Basis von Kaffee sowie Präparate für die Herstellung solcher Getränke, Milchkaffee, Tee, insbesondere echter Tee, nämlich Schwarztee, grüner Tee, Oolong; Kräutertee, Früchtetee, Kakao, Schokolade, Schokoladewaren, Zucker, Zuckerwaren, Honig, Melassesirup, Gewürze, Brot und Backwaren, Mehle und Getreideprodukte, feine Backwaren, feine Back- und Konditorwaren, Kuchen, Biskuits, Speiseeis; Bewirtung und Verpflegung von Gästen, insbesondere in Cafes und Cafeterias"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Nach vorheriger Beanstandung wegen absoluter Schutzhindernisse ist die Anmeldung durch zwei Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Pa-

tent- und Markenamts vom 7. Januar 2009 und 2. Juli 2009, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen worden.

Einer Eintragung stünden die absoluten Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen. Die angemeldete Bezeichnung "Kaffeerösterei Freiburg" weise in Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen und Waren ausschließlich beschreibend darauf hin, dass es sich dabei um solche handele, die in einer Kaffeerösterei in Freiburg hergestellt bzw. angeboten oder verkauft würden. Es sei schon seit langem üblich, dass in einer kleinen Kaffeerösterei das Produkt zusammen mit ergänzenden Waren gleich verkauft werde, und dass der Kaffee auch gleich an Ort und Stelle in einer angeschlossenen "Cafeteria" verzehrt werden könne. In Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen werde die angemeldete Bezeichnung daher nur als eine unmittelbar beschreibende, freihaltebedürftige und nicht unterscheidungskräftige Sachangabe, jedoch nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen verstanden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem sinngemäßen Antrag aus dem Schriftsatz vom 13. August 2009,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 30 vom  
7. Januar 2009 und 2. Juli 2009 aufzuheben.

Die Anmelderin hat eine Beschwerdebegründung nicht eingereicht. Eine seitens des Senats mit Verfügung vom 14. Juli 2010 nochmals ausdrücklich eingeräumte Begründungsfrist von 4 Wochen blieb ohne Reaktion.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die angemeldete Wortfolge verfügt in Bezug auf die beanspruchten Waren bereits nicht über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Die Anmeldung ist deshalb von der Markenstelle zu Recht gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen worden.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428 [Tz. 30, 31] - Henkel; BGH GRUR 2006, 850 [Tz. 17] - FUSSBALL WM 2006). Dabei steht die Herkunftsfunktion im Vordergrund der markenrechtlichen Beurteilung, auch wenn eine Marke zusätzlich noch weitere Funktionen haben kann (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 9. Aufl., § 8 Rdn. 42). Dabei ist maßgeblich auf die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise abzustellen, wobei es insbesondere auf die Sicht des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers im Bereich der einschlägigen Waren und Dienstleistungen ankommt (Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 23 ff.). Von den beanspruchten Waren und Dienstleistungen werden die allgemeinen Verkehrskreise angesprochen.

Eine Kaffeerösterei bezeichnet einen Betrieb, in dem (Roh-)Kaffee geröstet wird. Dabei steht dieser Begriff nicht nur für einen industriellen Großbetrieb zur Herstellung und verbrauchsfertigen Aufbereitung von Rohkaffee, sondern bezeichnet auch - wie die seitens der Markenstelle dem Beschluss vom 7. Januar 2009 beigefügte Recherche belegt - kleinere, manufakturmäßig arbeitende Betriebe zur Herstellung und Aufbereitung von Kaffeeprodukten mit gleichzeitigem Vertrieb der

selbst gefertigten Produkte in angeschlossenen Geschäftsräumen, wobei die entsprechenden Produkte nicht nur verkauft, sondern häufig auch im Rahmen von Bewirtungsdienstleistungen zum sofortigen Verzehr/Verbrauch angeboten werden. Vor allem Genußmittel wie Kaffee, Tee oder Schokolade werden als Alternative zur industriellen Massenproduktion zunehmend als in solchen kleineren Betrieben verbrauchsfertig aufbereitet bzw. hergestellt und - anders als bei industrieller Fertigung - in zumeist mit den jeweiligen Herstellungsstätten direkt verbundenen Geschäften vertrieben.

Das Sortiment solcher Betriebe ist dabei nicht nur auf Kaffee, Tee bzw. Schokolade oder darauf basierenden Produkten beschränkt, sondern umfasst regelmäßig auch andere Waren. Die Anmelderin hat selbst vor der Markenstelle mit Schriftsatz vom 31. Juli 2008 geltend gemacht, dass Kaffeeröstereien sich zu einer Art "Convenience-Shop" für verschiedenste Produkte wie Kaffee, Tee, Schokolade, Honig und Zucker, aber auch für solche Waren und Dienstleistungen, die einen Zusammenhang mit Kaffeewaren überhaupt nicht mehr erkennen ließen, entwickelt hätten. Bestätigt wird dies durch den dem Erstbeschluss der Markenstelle für Klasse 30 vom 7. Januar 2009 beigefügten Auszug der Internetseite der "Berliner Kaffeerösterei", welcher neben Kaffeeprodukten sowie - häufig mit Kaffee gemeinsam vertriebenen - Teeerzeugnissen eine Vielzahl weiterer Produkte ausweist, die eine allenfalls entfernte oder gar keine Verbindung zu Kaffeeprodukten aufweisen wie z. B. Gebäck, Zucker, Honig, Konfitüre, Nudeln, Reis etc..

Vor diesem Hintergrund wird der Verkehr dann aber auch der vorliegend angemeldeten Kombination des Begriffs "Kaffeerösterei" mit der schutzunfähigen geografischen Angabe "Freiburg" als Name einer deutschen Stadt im Breisgau nicht nur in Bezug auf "Kaffee" und "Rohkaffee" sowie denjenigen Waren, die unmittelbar aus Kaffee gewonnen werden ("Kaffeearomen") bzw. Kaffee enthalten können ("Kaffeegetränke, alkoholfreie Getränke auf der Basis von Kaffee sowie Präparate für die Herstellung solcher Getränke, Milchkaffee") lediglich einen bran-

chenüblichen, beschreibenden Hinweis auf die Herstellungs- und/oder Vertriebsstätte und deren geografischen Lage entnehmen, sondern diese auch in Bezug auf die weiteren Waren "Kaffee-Ersatz, Kaffee-Ersatzstoffe auf pflanzlicher Grundlage, Tee, insbesondere echter Tee, nämlich Schwarztee, grüner Tee, Oolong; Kräutertee, Früchtetee, Kakao, Schokolade, Schokoladewaren, Zucker, Zuckerwaren, Honig, Melassesirup, Gewürze, Brot und Backwaren, Mehle und Getreideprodukte, feine Backwaren, feine Back- und Konditorwaren, Kuchen, Biskuits, Speiseeis" als gattungsmäßige (Etablissement-)Bezeichnung des Ortes, an dem sie erworben werden können, verstehen.

Selbst wenn man davon ausgeht, dass Bezeichnungen allgemeiner Verkaufsstätten in der Regel nicht gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zur unmittelbaren Beschreibung von dort vertriebenen Waren geeignet sind (vgl. dazu BGH GRUR 1999, 988, 989 - HOUSE OF BLUES), stellen sie gleichwohl für diese Waren keine unterscheidungskräftigen Angaben im Sinne konkreter betrieblicher Herkunftshinweise dar, da sie vom Verkehr nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 9. Aufl., § 8 Rdnr. 64 m.). Nach der aktuellen Rechtsprechung des EuGH wie auch des BGH ist Unterscheidungskraft nicht nur solchen Angaben abzusprechen ist, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren und Dienstleistungen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen; vielmehr kann diese auch aus anderen Gründen fehlen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 – Postkantoor; GRUR 2004, 680 – Biomild). So mangelt es vor allem auch solchen Angaben an einer (hinreichenden) Unterscheidungskraft, die sich auf Umstände beziehen, die zwar die Ware oder Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren und Dienstleistungen sieht (vgl. BGH Mar-

kenR 2009, 163, 163 [Tz. 9] - STREETBALL; GRUR 2008, 1093, 1094 [Tz. 15] - Marlene-Dietrich-Bildnis; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006).

So verhält es sich auch hier. Denn wenn eine Bezeichnung wie "Kaffeerösterei Freiburg" in Zusammenhang mit den vorgenannten Waren in erster Linie als Umschreibung eines Ortes verstanden wird, an dem die betroffenen Waren hergestellt und/oder vertrieben werden, ist sie nicht geeignet, den Bezug zu einem bestimmten Geschäftsbetrieb herzustellen und die Waren dieses konkreten Unternehmens von denen anderer, auf demselben Gebiet tätiger Firmen markenmäßig abzugrenzen. Der Verkehr wird dementsprechend auch die Wortfolge "Kaffeerösterei Freiburg" nicht als Hinweis auf eine bestimmte individuelle betriebliche Herkunft für diese Waren auffassen, sondern darin einen glatt beschreibenden Hinweis darauf erkennen, dass diese aus irgendeiner "Kaffeerösterei" in dem Ort "Freiburg" stammen.

Im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen "Bewirtung und Verpflegung von Gästen, insbesondere in Cafes und Cafeterias" erschöpft sich die angemeldete Bezeichnung in einem Hinweis auf den Erbringungsort, da diese ihrem Gegenstand und Inhalt nach in einer "Kaffeerösterei" in "Freiburg" erbracht werden können.

Die angemeldete Bezeichnung "Kaffeerösterei Freiburg" erschöpft sich damit in Bezug auf sämtliche vorgenannten Waren und Dienstleistungen in einer sprach- und werbeüblichen Aneinanderreihung beschreibender Begriffe zu einem verständlichen, schlagwortartigen Hinweis auf die Herstellungs- und/oder Vertriebsstätte der vorgenannten Waren sowie deren geografische Lage bzw. dem Erbringungsort der Dienstleistungen. Alle Bestandteile der Wortkombination werden entsprechend ihrem Sinngehalt verwendet und bilden auch in der Gesamtheit keinen neuen, über die bloße Kombination hinausgehenden Begriff (vgl. EuGH GRUR 2004, 680 Nr. 39 - 41 - BIOMILD).

Nachdem eine Begründung der Beschwerde nicht vorliegt, ist im Übrigen auch nicht ersichtlich, in welcher Hinsicht die Anmelderin die Beschlüsse der Markenstelle für angreifbar hält.

Die Beschwerde bleibt daher ohne Erfolg.

Knoll

Metternich

Merzbach

Hu