



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 163/10

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 055 857.1

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 28. Juni 2011 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richterin am Landgericht Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Der Anmelder hat am 27. August 2008 beim Deutschen Patent- und Markenamt die Eintragung der Wortmarke

Die Genussakademie

für folgende Waren und Dienstleistungen beantragt:

35: Werbung und Geschäftsführung; Verbreitung von Werbeanzeigen; Veranstaltung von Messen zu gewerblichen oder zu Werbezwecken; Bewerbung von Veranstaltungen; Marketing (Absatzforschung), Marketingberatung, Organisation von Ausstellungen für Werbezwecke, Fernsehwerbung und/oder Rundfunkwerbung, Vermietung von Werbematerial und/oder von Werbeflächen;

41: Veranstaltungsplanung (Unterhaltung), Veranstaltungsrealisierung (Unterhaltung); Produktion und Durchführung von Unterhaltungsveranstaltungen bzw. für das Fernsehen und/oder Radio; Produktion von Filmen und Musikstücken; Veranstaltung von Konzerten, Musikdarbietungen; Organisation und Veranstaltung von Musicalaufführungen, Live-Aufführungen zur öffentlichen Unterhaltung; Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte); Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Organisation und Durchführung von kulturellen Events und kulturellen Veranstaltungen; Organisation und Durchführung von Seminaren (Erziehung und Unterhaltung); Veranstal-

tung von Kochkursen und Kochseminaren; Veranstaltung von Wettbewerben (Unterhaltung); Verpflegung;

43: Verpflegung und Beherbergung von Gästen; Betrieb eines Restaurants; Verpflegung von Gästen in Cafés; Catering; Vermietung von Versammlungsräumen“

Die Markenstelle hat die Anmeldung mit Beschluss vom 1. September 2010 mangels Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Das ist damit begründet, bei der Wortzusammensetzung „Die Genussakademie“ liege ein beschreibender Hinweis dahingehend vor, dass es sich um Dienstleistungen handle, die mit dem Genießen zu tun hätten. Es liege also ein beschreibender Hinweis auf Art und Thematik der beanspruchten Dienstleistungen vor. Es handle sich um eine verständliche, da sprachüblich gebildete Wortzusammensetzung aus Wörtern der deutschen Alltagssprache. Eine Akademie sei eine Bildungseinrichtung, wobei damit sowohl die Veranstaltungen dort als auch das Gebäude selbst bezeichnet werden könnten. „Genuss“ könne alles sein, was Freude oder Annehmlichkeiten bereite, also Musik, Literatur, Speisen und Getränke usw. „Die Genussakademie“ weise somit auf Veranstaltungen hin, die sich mit dem Genießen jedweder Art befassen, der Werbung dafür, dem Genuss selbst wie der Verpflegung von Gästen u. ä.

Es komme nicht darauf an, ob die Kombination lexikalisch nachweisbar sei, sondern wie sie ihrem Sinn nach verstanden werde. Alle vorliegend beanspruchten Dienstleistungen könnten mit Genuss oder Informationen oder Schulung darüber zu tun haben. Der Begriff könne bewusst weit gehalten sein, um ein möglichst breites Feld abzudecken. Heute würden z. B. Essen angeboten mit klassischer Musik, Lesungen u. v. m., so dass eine solche Veranstaltung bzw. ein solches Ereignis Genuss in jeder Beziehung bieten könne. Da Marken stets im Zusammenhang mit den in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen zu sehen seien, ergebe sich jeweils aus dem Zusammenhang, worum es sich thematisch handle.

Dass der Begriff „Genussakademie“ bereits im genannten Sinn verwendet werde, bestätigten auch die dem Beschluss beigefügten Internetauszügen. Das angesprochene Publikum würde nicht davon ausgehen, dass es nur eine Institution gebe, die Informationen über das Genießen oder Dinge zum Genießen selbst anbiete.

Im Unterschied zu anderen gewerblichen Schutzrechten beziehe das Ausschließlichkeitsrecht an der eingetragenen Marke seine Rechtfertigung nicht aus einer schützenswerten vorherigen Leistung. Sein Zweck liege vor allem darin, im Wettbewerb auf eine bestimmte unternehmerische Herkunft der betreffenden Waren und Dienstleistungen hinzuweisen und damit deren betriebliche Zuordnung zu ermöglichen. Nur soweit eine solche Eignung zur Erfüllung der Herkunftsfunktion bejaht werden könne, sei es gerechtfertigt, die allgemeine Wettbewerbsfreiheit dadurch einzuschränken, dass eine Angabe oder ein Zeichen zu Gunsten eines Einzelnen monopolisiert werde.

Der Anmelder hat gegen den ihm am 8. September 2010 zugestellten Beschluss am 6. Oktober 2010 Beschwerde eingelegt, diese aber nicht begründet.

Der Senat hat am 22. Februar 2011 eine Frist zur Begründung bis 1. April 2011 gesetzt.

II.

1) Über die Beschwerde kann ohne mündliche Verhandlung entschieden werden, weil der Anmelder keinen dem entgegenstehenden Antrag, auch nicht hilfsweise, gestellt hat und der Senat eine mündliche Verhandlung nicht für notwendig erachtet.

Der Anmelder hatte ausreichend Zeit, seine Beschwerde zu begründen.

2) Die Beschwerde ist zulässig, hat in der Sache aber keinen Erfolg; einer Registrierung des angemeldeten Zeichens steht § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinn dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer.

„Genussakademie“ lässt sich zwar lexikalisch nicht nachweisen, ist aber in seiner Aussage allgemein verständlich. „Akademie“ steht für eine Vermittlung von Wissen (vgl. BPatG, Beschluss vom 11. Mai 2005, Az: 32 W (pat) 247/03 - webmasters akademie). In entsprechenden Kombinationen mit „Akademie“ gibt der vorangestellte Bestandteil, hier „Genuss“, den Inhalt, das Thema oder die angesprochenen Kunden an (Kunstakademie, Sportakademie, Sex-Akademie, Bar Akademie, Weinakademie, Fahradakademie, Verkehrsakademie etc.). Die Markenstelle hat in den Anlagen zum angefochtenen Beschluss sogar die Verwendung von „Genuss Akademie“ durch verschiedene Personen bzw. Institutionen belegt.

Im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen aus dem Bereich der Klassen 35 und 41 verweist „Genussakademie“ auf das Thema der angebotenen Marketing-Dienstleistungen sowie der Veranstaltungen. Bei den Dienstleistungen Erziehung und Ausbildung zeigt „Genussakademie“ den Inhalt des in einer Akademie vermittelten Wissens. Alle diese Dienstleistungen können Gegenstand von Unterhaltungsangeboten sein. Da „Genuss“ nicht nur mit „Gaumengenüssen“ zu tun hat, sondern auch mit Musik, Theater, Ausstellungen etc., gilt dies ebenso für kulturelle Aktivitäten. Auch sportliche Betätigungen können Genuss, etwa durch den Aufenthalt in einer schönen Landschaft (Skifahren, Schwimmen etc.), vermitteln.

Im Rahmen der Klasse 43 bereiten die Verpflegungsdienstleistungen Genuss durch gute Speisen und Getränke. Aber auch Beherbergungsdienstleistungen können Genießer durch Ambiente oder sog. Wellnessangebote ansprechen.

Damit vermittelt „Genussakademie“ im Zusammenhang mit allen beanspruchten Dienstleistungen den Eindruck einer Sachangabe über die Art der Angebote und keinen Hinweis auf den Erbringer der Dienstleistungen. Somit fehlt der angemeldeten Bezeichnung jegliche Unterscheidungskraft.

Ob daneben auch § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, der beschreibende Angaben vom Markenschutz ausschließt, zum Tragen kommt, kann dahingestellt bleiben.

Soweit der Anmelder vor der Markenstelle geltend gemacht hat, das Deutschen Patent- und Markenamt habe in der Vergangenheit Marken eingetragen, die der angemeldeten entsprechen, ist dies aus Rechtsgründen nicht ausschlaggebend. Entscheidungen über die Eintragung eines Zeichens sind keine Ermessensentscheidungen, sondern gebundene Entscheidungen. Die Eintragungsfähigkeit eines Zeichens ist daher allein auf der Grundlage des einschlägigen Rechts in der Auslegung durch die zuständigen Gerichte zu beurteilen und nicht auf der Grundlage abweichender Entscheidungen.

Mangels Begründung der Beschwerde ist nicht ersichtlich, was der Anmelder an dem angefochtenen Beschluss beanstandet, so dass hierauf nicht eingegangen werden kann.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Pr