



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 524/11

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2010 035 020.2**

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 31. Oktober 2012 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie der Richter Reker und Hermann

beschlossen:

1. Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 6. April 2011 aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen

"Klasse 35: Werbung; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Vermietung von Werbeflächen im Internet; Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet; Werbung im Internet für Dritte; Erteilung von Auskünften (Information) und Beratung für Verbraucher in Handels- und Geschäftsangelegenheiten (Verbraucherberatung); organisatorische Beratung; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien;

Klasse 38: Telekommunikation; Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet; E-Mail-Dienste; Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internet-Adressen (Web-Messaging); Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet; Bereitstellung von Internet-Chatrooms; einstellen von Webseiten in das Internet für Dritte; elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms, Blogs und Internetforen"

zurückgewiesen worden ist.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## Gründe

### I

Die Markenstelle für Klasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der für die Waren und Dienstleistungen

"Klasse 35: Werbung; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Vermietung von Werbeflächen im Internet; Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet; Werbung im Internet für Dritte; Einzel- und Großhandelsdienstleistungen auch über das Internet im Bereich: Wein; Erteilung von Auskünften (Information) und Beratung für Verbraucher in Handels- und Geschäftsangelegenheiten (Verbraucherberatung); organisatorische Beratung; Präsentation von Firmen im Internet und anderen Medien; Präsentation von Waren in Kommunikations-Medien für den Einzelhandel;

Klasse 38: Telekommunikation; Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet; E-Mail-Dienste; Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internet-Adressen (Web-Messaging); Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet; Bereitstellung von Internet-Chatrooms; einstellen von Webseiten in das Internet für Dritte; elektronischer Austausch von Nachrichten mittels Chatlines, Chatrooms, Blogs und Internetforen

Klasse 33: Weine"

bestimmten Marke

### **Rosa Markgräfler**

In ihrer Gesamtheit zurückgewiesen, weil der angemeldeten Marke für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, bei der angemeldeten Marke handele es sich um eine sprach- und branchenübliche beschreibende Sachausgabe dahingehend, dass es sich bei den so bezeichneten Weinen um einen rosafarbenen Wein aus dem Markgräfler Land handele. Das Markgräfler Land sei ein Teil Badens, das dem Durchschnittsverbraucher von Wein und erst recht dem Fachverkehr als Weinanbaugebiet bekannt sei. Bei dem Markenbestandteil "Markgräfler" handele es sich um die adjektivische bzw. personalisierte Form dieser geografischen Herkunftsangabe, die eine Person oder Sache aus dem Markgräfler Land bezeichne. Den ersten Markenbestandteil "Rosa" werde der Verkehr als Angabe über die Farbe des Weins verstehen. Auch insgesamt stelle die angemeldete Marke nur eine reine Sachinformation dar, der die Fähigkeit fehle, Weine ihrer betrieblichen Herkunft nach zu kennzeichnen und zu unterscheiden. Auch hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen fehle der angemeldeten Marke die Unterscheidungskraft, weil der Verkehr ihr entnehmen könne, dass die Dienstleistungen zur betriebswirtschaftlichen Unterstützung des Handels mit rosafarbenem Markgräfler Wein erbracht würden. Die Berufung des Anmelders auf seiner Ansicht nach vergleichbare Voreintragungen könne die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke nicht begründen. Die Frage, ob der Eintragung der angemeldeten Marke auch das Schutzhindernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, hat die Markenstelle dahingestellt gelassen.

Dagegen wendet sich der Anmelder mit der Beschwerde. Er ist der Ansicht, das in der angemeldeten Marke enthaltene Wort "Rosa" stelle für Weine keine beschrei-

bende Angabe dar, weil Weine in die Sorten "Weiß", "Rot" und "Rosé" unterschieden würden. Der Begriff "Rosa" erscheine demgegenüber ungewöhnlich und stelle eine ausreichende Individualisierung dar, auch wenn der Markenstelle im Ausgangspunkt darin zugestimmt werde, dass ein Wein die Farbe "rosa" haben könne und "Markgräfler" die Bezeichnung einer Weinbauregion sei. Bei dieser Sachlage sei der Beschwerde bei Anlegung des gebotenen großzügigen Prüfungsmaßstabs stattzugeben.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 6. April 2011 aufzuheben.

## II

Die zulässige Beschwerde des Anmelders ist nur in dem aus Ziffer 1 des Beschlusstextes ersichtlichen Umfang begründet, im Übrigen jedoch unbegründet.

Für die Waren und Dienstleistungen

"Klasse 33: Weine

Klasse 35: Einzel- und Großhandelsdienstleistungen auch über das Internet

im Bereich: Wein; Präsentation von Waren in Kommunikations-Medien für den Einzelhandel"

fehlt der angemeldeten Marke nicht nur, wie die Markenstelle insoweit zutreffend festgestellt hat, die Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Ihrer Eintragung steht in Bezug auf diese Waren und Dienstleistungen auch das - von der

Markenstelle im angegriffenen Beschluss dahingestellt gelassene - Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Nach der Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist eine Marke vom Schutz ausgeschlossen, wenn sie ausschließlich aus Zeichen oder Angaben besteht, die im Verkehr zur Bezeichnung von Merkmalen der infrage stehenden Waren und Dienstleistungen, wie zum Beispiel ihrer Art oder Beschaffenheit, dienen können. Diese auf Art. 3 Abs. 1 Buchst. C MarkenRL beruhende Vorschrift verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass beschreibende Zeichen oder Angaben im Sinne der Bestimmung von jedermann frei verwendet werden können (EuGH GRUR 1999, 723 - Chiemsee; GRUR 2004, 674 - Postkantoor; BGHZ 167, 278 - FUSSBALL WM 2006). Hierfür ist es ausreichend, dass die angemeldete Marke in einer ihrer möglichen Bedeutungen ein Merkmal der betreffenden Waren oder Dienstleistungen beschreibt (EuGH MarkenR 2008, 160, 162 - Hairtransfer). Unerheblich ist dagegen, ob die fragliche Marke in ihrer beschreibenden Bedeutung bereits im Verkehr bekannt ist oder bereits beschreibend verwendet wird. Vielmehr reicht es aus, dass sie zu diesem Zweck verwendet werden kann (st. Rspr.; vgl. z. B. EuGH GRUR 2010, 534 - Pranahaus).

Das Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt auch keine die Dienstleistungen unmittelbar beschreibende Angabe voraus. Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, können ebenfalls diesem Schutzhindernis unterfallen, sofern durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren und Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, der Verkehr werde den beschreibenden Inhalt des Begriffs als solchen ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfassen (BGH GRUR 2009, 960 - DeutschlandCard).

Von diesen rechtlichen Grundsätzen ausgehend ist für eine Eintragung der angemeldeten Marke für die zuvor genannten Waren und Dienstleistungen der Klasse 33 und 35 kein Raum, weil sie sich für diese Waren und Dienstleistungen

in einer Angabe über die Beschaffenheit und geographische Herkunft der Ware sowie einer Angabe über den Gegenstand der Einzel- und Großhandelsdienstleistungen sowie der Warenpräsentationsdienstleistungen erschöpft.

Die in der Marke enthaltene Angabe "Markgräfler" kann, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, zur Bezeichnung der geographischen Herkunft von Weinen aus dem Marktgräfler Land dienen. Dass es sich bei dem Marktgräfler Land um ein Weinanbaugebiet in Baden und bei "Markgräfler" um eine übliche Herkunftsbezeichnung handelt, stellt auch der Anmelder nicht in Abrede. Ergänzende Ausführungen hierzu sind deshalb nicht veranlasst.

Entgegen der Ansicht des Anmelders kann auch der weitere Markenteil "Rosa" zur Beschreibung von Weinen dienen. Das Wort "Rosa" ist eine allgemein bekannte Farbangabe, die - anders als der Begriff "Rosé" - zwar nicht zur Bezeichnung einer Weinkategorie üblich ist, jedoch ohne weiteres zur näheren Beschreibung der Farbe von Rosé-Weinen, die innerhalb eines Farbenspektrums von einem zarten rosa bis hin zu hellrot verschiedene Farbtöne aufweisen können, geeignet ist. Dass - wie der Anmelder behauptet - das Wort "Rosa" zur Beschreibung von Weinen bisher im Verkehr nicht verwendet worden ist, vermag das Allgemeininteresse an der Freihaltung dieser Farbangabe für Weine nicht auszuschließen, weil eine Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG bereits dann von der Eintragung ausgeschlossen ist, wenn sie zur Beschreibung eines Merkmals einer Ware oder Dienstleistung verwendet werden kann (EuGH a. a. O - GRUR 2004, 146 - DOUBLEMINT), was aus den zuvor genannten Gründen hier anzunehmen ist.

Auch die aus den beiden beschreibenden Einzelbegriffen gebildete Gesamtbezeichnung "Rosa Markgräfler" stellt für Weine lediglich eine beschreibende Angabe dar, weil sie sich in der bloßen Summe ihrer beschreibenden Wortelemente erschöpft und in absolut sprachüblicher Form zum Ausdruck bringt, dass es sich um einen Markgräfler Wein handelt, der die Farbe rosa aufweist.

Zu den in der Anmeldung aufgeführten, die Ware Wein betreffenden Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen und den Warenpräsentationsdienstleistungen der Klasse 35 weist die angemeldete Marke einen engen sachlichen Bezug auf, der die Annahme rechtfertigt, dass der Verkehr sie auch bei einer Benutzung im Zusammenhang mit diesen Dienstleistungen nur als beschreibende Angabe über den Gegenstand des Handels bzw. der Präsentation ansehen wird; denn es ist im Verkehr im Rahmen der Erbringung von Dienstleistungen des Groß- und Einzelhandels und von Warenpräsentationen üblich bzw. jedenfalls nicht ungewöhnlich, das Leistungsangebot auf einzelne Warengruppen oder Waren zu beschränken bzw. sich auf solche zu spezialisieren und die angebotenen Waren dabei explizit zu bezeichnen (z. B. "Vertrieb von Weinen" oder "Weinfachgeschäft"). Für die versagten Dienstleistungen kann die angemeldete Marke somit zur Bezeichnung der Ware dienen, die Gegenstand des Angebots oder der Präsentation ist.

Für die Waren und Dienstleistungen, für die eine Eintragung der Marke aus den zuvor genannten Gründen nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG wegen ihrer Eignung als beschreibende Angabe bzw. wegen eines engen sachlichen, beschreibenden Bezugs ausgeschlossen ist, fehlt der angemeldeten Marke außerdem jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG); denn einer Angabe, die Waren oder Dienstleistungen unmittelbar beschreibt oder durch die lediglich ein enger sachlicher, beschreibender Bezug zu diesen Waren und Dienstleistungen hergestellt wird, fehlt auch die Fähigkeit, diese Waren und Dienstleistungen ihrer betrieblichen Herkunft nach zu kennzeichnen und zu unterscheiden (EuGH GRUR 2004, 680 - BIOMILD; GRUR 2008, 608 - EUROHYPO). Dies gilt insbesondere in Fällen wie dem vorliegenden, bei dem die angemeldete Marke aus geläufigen Begriffen der deutschen Sprache gebildet ist und der beschreibende Begriffsgehalt der Marke deshalb vom Durchschnittsverbraucher und/oder dem Fachverkehr ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird (BGH a. a. O. - DeutschlandCard).

In Bezug auf die übrigen, in Ziffer 1 des Beschlusstextes im Einzelnen aufgeführten Dienstleistungen der Klassen 35 und 38 liegen dagegen entgegen der im angegriffenen Beschluss vertretenen Ansicht keine Gründe vor, die einen Ausschluss der angemeldeten Marke von der Eintragung rechtfertigen könnten. Zwar kann der in der angemeldeten Marke enthaltene Bestandteil "Markgräfler" auch für diese Dienstleistungen eine Angabe über deren Angebots- und/oder Erbringungs-ort und damit eine Angabe über die geografische Herkunft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG darstellen. Bereits fraglich erscheint, ob der weitere Markenbestandteil "Rosa" zur Beschreibung der fraglichen Dienstleistungen geeignet wäre. Letztlich kann dies jedoch dahingestellt bleiben, weil jedenfalls die angemeldete Gesamtbezeichnung "Rosa Markgräfler" für diese Dienstleistungen keine beschreibende Angabe darstellt und es auch an einem engen Sachbezug dieser Dienstleistungen zu der versagten Ware "Wein" fehlt. Insbesondere ist es auch nicht üblich und auch in Zukunft nicht ernsthaft zu erwarten, dass die Bezeichnung der Farbe und Herkunft eines Weins zur Beschreibung dieser Dienstleistungen benutzt werden könnte. Bei dieser Sachlage fehlt es entgegen der Annahme der Markenstelle auch an hinreichenden tatsächlichen Anhaltspunkten für die Feststellung, die angemeldete Marke sei ungeeignet, die im Beschlusstext aufgeführten Dienstleistungen ihrer betrieblichen Herkunft nach zu kennzeichnen und zu unterscheiden, zumal da sie auf den Durchschnittsverbraucher in Bereichen, in denen ein beschreibender Sinngehalt nicht auf der Hand liegt, wie eine aus einem Vor- und einem Familiennamen gebildete Marke oder Unternehmenskennzeichnung wirkt. Daher war der Beschwerde teilweise stattzugeben.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Hermann

Reker

Bb