

## Teil 7b) Dem Antrag stattgebende Beschlüsse des DPMA:

### Antrag auf Eintragung

**Schutzkategorie:** g.g.A.  
**Aktenzeichen:** 31 2008 000 002.2

„Hiffenmark / Fränkisches  
Hiffenmark“

#### Antragstellende Vereinigung/Antragsteller:

Name: Maintal Konfitüren GmbH  
Anschrift: Industriestraße 11, 97437 Haßfurt  
Telefon: 09521-9495-0  
Telefax: 09521-9495-30  
E-Mail: info@maintal-konfitueren.de  
Zusammensetzung: Erzeuger/Verarbeiter (X) Andere ( )

#### Vertreter:

Name: Loschelder Rechtsanwälte  
Anschrift: Konrad-Adenauer-Ufer 11, 50668 Köln  
Telefon: 00 49 (0) 221 650 65-142  
Telefax: 00 49 (0) 221 650 65-141  
E-Mail: volker.schoene@loschelder.net

#### Art des Erzeugnisses:

Klasse 1.6 Obst, Gemüse und Getreide, unverarbeitet und verarbeitet

#### Fundstelle der Veröffentlichung des Antrags im Markenblatt:

Heft 28 vom 13.07.2012, Teil 7a-aa, S. 11207

#### Datum des Beschlusses:

10.07.2013

#### Entscheidung:

Der Antrag entspricht den Voraussetzungen der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012.

#### Gründe:

Die Prüfung der Schutzfähigkeit der Bezeichnungen „Hiffenmark / Fränkisches Hiffenmark“ als geografische Angaben im Sinne von Art. 5 Abs. 2 der Verordnung (EU) Nr. 1151/2012 (im Folgenden "Verordnung" genannt) erfolgte unter Berücksichtigung der vom Antragsteller eingereichten Unterlagen (vgl. Bl. 10-60, 237-257 u. Anlagen zu Bl. 279/287), der Stellungnahmen nach § 130 Abs. 3 MarkenG (vgl. 69-218, 220-229 u. 231) sowie der Einsprüche der Schwartauer Werke GmbH & Co. KGaA, 23608 Bad Schwartau (Einsprechende 1) und der Zentis GmbH & Co. KG, 52070 Aachen (Einsprechende 2), die innerhalb der Viermonatsfrist des § 130 Abs. 4 MarkenG nach Veröffentlichung des Antrags im Markenblatt, Heft 28 vom 13.07.2012, S. 11207, eingegangen sind. Hierbei wurde die Spezifikation in der veröffentlichten - Fassung vom 31.05.2012 (Bl. 318-324) zugrunde gelegt.  
Nach Überzeugung der Markenabteilung erfüllt der Antrag die Erfordernisse der Verordnung.

I.

Bei der Antragstellerin handelt es sich zwar nicht um eine Vereinigung von Erzeugern im Sinne von Art. 49 Abs. 1 Unterabs. 1 i.V.m. Art. 3 Ziff. 2. der Verordnung, sondern um eine einzelne juristische Person, die im vorliegenden Fall aber nach Art. 49 Abs. 1 Unterabs. 2 der Verordnung einer Vereinigung gleichgestellt und damit antragsbefugt ist.

Wie bereits das Bundespatentgericht hinsichtlich der

entsprechenden Vorschrift des Art. 2 der Verordnung (EG) Nr. 1898/2006 festgestellt hat, ist die Maintal Konfitüren GmbH der einzige Erzeuger des vorliegenden Produkts, der einen Schutzantrag einreichen möchte und hat auch ein mit seiner geografischen Herkunft verbundenes Ansehen des „(Fränkischen) Hiffenmarks“ als herkunftsbezogene Eigenschaft des Erzeugnisses im Sinne dieser Vorschrift dargetan, die ihre Antragsbefugnis begründet (vgl. BPatGE 53, 95 *Hiffenmark*).

II.

Die Voraussetzungen von Art. 5 Abs. 2 i.V.m. Art. 7 Abs. 1 der Verordnung sind erfüllt.

1.

Sowohl bei „Fränkisches Hiffenmark“ als auch bei „Hiffenmark“ in Alleinstellung handelt es sich um Namen, die zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendet werden, das in einer bestimmten Gegend hergestellt wird.

„Hiffenmark“ ist ein Ausdruck des fränkischen Dialekts, der die Bedeutung „Hagebuttenmark“ hat. Zwar enthält dieses Wort für sich betrachtet keinen unmittelbaren Hinweis auf die Herkunft so gekennzeichnete Produkte, es stellt aber einen traditionellen nichtgeografischen Begriff dar, der zugleich einen Hinweis auf die Herkunft aus Franken vermittelt. „Hiffenmark“ ist zweifelsohne ein fränkisches Erzeugnis mit langer Tradition, das seit jeher auch mit diesem mundartlich fränkischen Namen bezeichnet wird. Es bestehen keine Anhaltspunkte dafür, dass diese Bezeichnung im allgemeinen Sprachgebrauch auch außerhalb Frankens üblich wäre. Grundsätzlich ist es auch nicht gebräuchlich, Produkte unter einem mundartlichen Namen zu vermarkten, wenn das Ursprungsgebiet derselben keine Beziehung zu der betreffenden Mundart aufweist. Dies gilt umso mehr, wenn es in ganz Deutschland verständliche, gleichbedeutende Produktbezeichnungen gibt, wie im vorliegenden Zusammenhang „Hagebuttenmark“ oder auch „Hagebuttenkonfitüre“. Unter diesen Umständen ist davon auszugehen, dass der Begriff „Hiffenmark“, soweit er als fränkisches Dialektwort bekannt ist, aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise von Haus aus auch einen Hinweis auf die fränkische Herkunft der unter diesem Namen vertriebenen Erzeugnisse enthält.

Entgegen der Auffassung der Einsprechenden 1 hat die Bezeichnung „Hiffenmark“ ihren Charakter als Herkunftsangabe behalten und ist nicht zur reinen Gattungsbezeichnung im Sinne von Art. 3 Ziff. 6. der Verordnung denaturiert.

Nach Art. 41 Abs. 2 Unterabs. 3 der VO 510/2006 sind bei der Feststellung, ob ein Name eine Gattungsbezeichnung darstellt, alle einschlägigen und insbesondere folgende Faktoren zu berücksichtigen: die Situation in den Verbrauchsgebieten sowie die einschlägigen Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten bzw. der Union. Der Gattungscharakter einer Bezeichnung ist anhand einer umfassenden Prüfung festzustellen, und zwar vorrangig nach objektiven Kriterien. Belege aus Wörterbüchern und Fachliteratur genügen für sich alleine nicht. Ein gewichtiges Indiz für die Entwicklung zur Gattungsbezeichnung stellt es demgegenüber dar, wenn die betreffende Bezeichnung in größerem Umfang für gleichartige Erzeugnisse benutzt wird, die nicht aus der bezeichneten Region stammen, insbesondere wenn derartige Erzeugnisse ohne Beanstandung in das ur-

sprüngliche Herkunftsgebiet exportiert werden (vgl. EuGH GRUR 2006, 71, 73 Nr. 77 f. - Feta II; EuG GRUR 2007, 974, 976 Nr. 65 - GRANA BIRAGHI/grana padano). Eine geografische Angabe ist daher nur dann als Gattungsbezeichnung einzustufen, wenn der unmittelbare Zusammenhang zwischen dem geographischen Ursprung des Erzeugnisses einerseits und einer bestimmten Qualität, dem Ansehen oder einer anderen Eigenschaft des Erzeugnisses, die sich aus diesem geographischen Ursprung ergibt, andererseits verschwunden ist und die Bezeichnung nur noch eine bestimmte Art oder einen bestimmten Typ von Erzeugnissen beschreibt (vgl. EuGH GRUR 2009, 961, 967 Nr. 107 – Bayerisches Bier). Die bisher vorliegende Rechtsprechung lässt eine große Zurückhaltung bei der Annahme einer Gattungsbezeichnung erkennen. Der Gattungscharakter muss zweifelsfrei feststehen (vgl. Ströbele/Hacker MarkenG 10. Aufl. § 130 Rdn. 25 ff). Dies ist hier nicht der Fall.

Die Fundstelle in Wikipedia, auf die die Einspruchsführer verwiesen hat, bestätigt zwar, dass „Hiffenmark“ der fränkische Ausdruck für „Hagebuttenmark“ ist, besagt aber nichts darüber, ob jener auch einen Herkunftshinweis enthält oder nicht.

Hinsichtlich der Benutzung des Namens ist festzustellen, dass die im fränkischen Haßfurt ansässige Antragstellerin im Sektor Hagebuttenkonfitüre nicht nur die längste Tradition hat, sondern auch in den letzten Jahren offenbar eindeutig Marktführerin in Deutschland war (vgl. Bl. 53 f; 363). Nach einer Veröffentlichung in der Bayerischen Staatszeitung vom 13.04.2007 verkauft diese pro Jahr vier Millionen Gläser dieser Spezialität (vgl. Bl. 363), bei der Einsprechenden 1, die ihren Sitz in Schleswig-Holstein hat, sind es nach deren Angaben aktuell über 500.000 Stück, während die in Aachen ansässige Einsprechende 2 für die Vergangenheit keine Zahlen genannt hat. Nach den von der Antragstellerin vorgelegten Unterlagen, insbesondere Abbildungen von Warenetiketten, die bis in die 1930er Jahre zurückreichen (vgl. Bl. 39-48, 60), ist davon auszugehen, dass diese und ihre Rechtsvorgängerin das betreffende Erzeugnis auch über viele Jahrzehnte unter der Kennzeichnung „Hiffenmark“ vertrieben haben und auch aktuell eine entsprechende Kennzeichnung erfolgt. Die Einsprechenden haben vorgetragen, dass sie die Sortenbezeichnung „Hagebutte / Hiffenmark“ seit über 30 Jahren (Einsprechende 2) bzw. 18 Jahren (Einsprechende 1) benutzen, wobei zum Umfang der Benutzung durch die Einsprechende 2 keine Angaben gemacht wurden. Der Schwerpunkt der Verwendung des Namens „Hiffenmark“ betrifft danach weiterhin eindeutig Erzeugnisse fränkischer Herkunft. Auch die Benutzungssituation rechtfertigt somit nicht die Annahme, dass sich der Begriff „Hiffenmark“ zur Gattungsbezeichnung entwickelt hat.

Das geografische Gebiet ist in der Spezifikation zutreffend als aus den bayerischen Regierungsbezirken Unter-, Mittel- und Oberfranken bestehend abgegrenzt worden.

Es ist davon auszugehen, dass es neben der Antragstellerin im gesamten fränkischen Raum handwerkliche Hersteller von (fränkischem) Hiffenmark gibt.

## 2.

Die erzeugnispezifischen Merkmale und das beschriebene Herstellungsverfahren (vgl. Spezifikation, Abschnitte b) und e)) sind durch die vorliegenden Stellungnahmen sachkundiger Stellen bestätigt oder nicht in Frage gestellt worden. Im Rahmen des Beschwerdeverfahrens beim Bundespatentgericht hat die Antragstellerin die Spezifikation um Besonderheiten der traditionel-

len Herstellungsweise im abgegrenzten geografischen Gebiet und die darauf beruhenden besonderen Merkmale des Erzeugnisses ergänzt, die im Wesentlichen bereits vom Bayerische Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz in seiner Stellungnahme vom 19.5.2008 (Bl. 226) genannt worden waren, nämlich die cremige Konsistenz, das durch den verbleibenden (geringen) Härchenanteil bedingte angenehme Geschmackempfinden, den hohen Vitamin C-Gehalt sowie den hohen Fruchtanteil und den fruchtigen Geschmack. Ferner hat sie klargestellt, dass die Herstellung des Hagebuttenrohmarks im geografischen Gebiet erfolgt und soweit hierbei frische Hagebutten verarbeitet werden, diese aus der Region stammen müssen.

Diese Merkmale sind von den Einsprechenden nicht in Abrede gestellt worden, allerdings sind die Schwartauer Werke der Auffassung, dass weder das Herstellungsverfahren, noch das Erzeugnis gebietstypische Besonderheiten aufweise.

## 3.

Der Schutz begründende Zusammenhang zwischen dem Erzeugnis und seinem geografischen Ursprung ergibt sich aus dem besonderen Ansehen, das jenes infolge seiner Herkunft genießt (Art. 5 Abs. 2b) der Verordnung). Dass „(Fränkisches) Hiffenmark“ daneben auch besondere objektive Beschaffenheits- oder Qualitätsmerkmale aufweist, die es von Hagebuttenkonfitüre anderer Herkunft unterscheidet, ist hierfür nicht erforderlich (vgl. EuGH GRUR 2009, 961, 967 [Nr. 95-99] - *Bayerisches Bier*).

Das Bundespatentgericht ist in seiner bereits oben zitierten Entscheidung vom 14.11.2011 davon ausgegangen, dass im vorliegenden Fall ein mit seiner geografischen Herkunft verbundenes Ansehen des "(Fränkischen) Hiffenmarks" dargetan sei, da mehrere der von der Markenabteilung angehörten Verbände und Behörden ein solches Ansehen bzw. eine hohe Wertschätzung beim Publikum bestätigt hätten (Bayerischer Bauernverband vom 15.4.2008, AA Bl. 71; Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft vom 28.4.2008, AA Bl. 73; IHK Würzburg-Schweinfurt vom 13.5.2008, AA Bl. 79; Bayerischer Hotel- und Gaststättenverband vom 20.5.2008, AA Bl. 223; Bayerisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten vom 6.6.2008, AA Bl. 228; Bayerisches Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz vom 19.5.2008, AA Bl. 226) und die Antragstellerin darüber hinaus durch eine demoskopische Studie der Technischen Universität München belegt habe, dass immerhin 44,5 % der Verbraucher im Herkunftsgebiet bereit seien, für "(Fränkisches) Hiffenmark" einen deutlich höheren Preis zu bezahlen als für "normale" Hagebuttenkonfitüre (AA Bl. 251).

Soweit die Einsprechende 1 vortragen hat, dass das in der Spezifikation beschriebene traditionelle Herstellungsverfahren auch außerhalb der Region angewandt werde und die in jener genannten besonderen Produktmerkmale, wie z.B. der hohe Fruchtanteil und der hohe Vitamin C-Gehalt, auch auf das entsprechende Erzeugnis der Einsprechenden zuträfen, spricht dies nicht gegen die Annahme, dass es sich hierbei um Besonderheiten handelt, an die das herkunftsbedingte Ansehen (auch) anknüpft. Dies setzt nicht nämlich voraus, dass die betreffenden Eigenschaften allein den Erzeugnissen aus dem fraglichen geografischen Gebiet zukommen. Der oben zitierten Umfrage der Technischen Universität München lag die Produktauszeichnung „Hiffenmark Qualität aus Franken“ zugrunde. Die insoweit ermittelte Mehrzahlungsbereitschaft kann auch dem „Hiffenmark“ als solchem zugerechnet werden, weil dieser Namen

auch in Alleinstellung einen Herkunftshinweis auf Franken enthält, wie bereits oben ausgeführt wurde. Schließlich spricht auch die durch eine Marktforschungsstudie des A.C. Nielsen Institutes bestätigte klare Marktführerschaft der Antragstellerin bei Hagebuttenkonfitüre (vgl. Bl. 53 f) für das herkunftsbedingte Ansehen sowohl des „Fränkischen Hiffenmarks“, als auch des „Hiffenmarks“, weil die Vermarktung des Erzeugnisses unter Verwendung beider Bezeichnungen erfolgt. Nach alledem kann davon ausgegangen werden, dass „(Fränkisches) Hiffenmark“ ein besonderes Ansehen besitzt, das vor allem auf die lange Tradition der Herstellung dieses Erzeugnisses in Franken, die dabei entwickelte Herstellungsart und die darauf beruhenden typischen Merkmale des Produkts zurückzuführen ist. Beim „(Fränkischen) Hiffenmark“ handelt es sich daher um eine regionale Spezialität, deren Ansehen maßgeblich auf der engen Verbindung zum Herkunftsgebiet Franken beruht.

### III.

Im Übrigen bestehen keine Schutzhindernisse.

1. Entgegen der Auffassung der Einsprechenden 1 kollidiert der Name „Hiffenmark“ nicht gemäß Art. Abs. 2 der Verordnung mit dem Namen einer Pflanzensorte. Der in ersterem enthaltene Begriff „Hiffe“ ist ein mundartlicher Ausdruck für „Hagebutte“ und bezeichnet in diesem Sinne die Früchte verschiedener Rosenarten. Es handelt sich hierbei also bereits nicht um den Namen einer Pflanzensorte im botanischen Sinne. Zudem würde der Schutz des Namens „Hiffenmark“ auch keine Irreführungsfahr bezüglich des tatsächlichen Ursprungs des in Rede stehenden Erzeugnisses führen, weil sich jener nur auf fertige Hagebuttenkonfitüre, nicht aber auf unverarbeitete Hagebutten erstrecken würde.

2. Die von beiden Einsprechenden behaupteten negativen Auswirkungen, die bei einer Eintragung von „Hiffenmark“ oder „Fränkisches Hiffenmark“ als geschützte geografische Angaben für den weiteren Vertrieb der von diesen ihrem Vorbringen nach bisher unter „Hiffenmark“ vermarkteten Produkte zu erwarten wären, rechtfertigt die Versagung des beantragten Schutzes für diese Namen nicht.

Insoweit ist einerseits zu berücksichtigen, dass es sich bei „Hiffenmark“ um ein fränkisches Erzeugnis mit langer Tradition handelt, das seit jeher auch mit diesem mundartlich fränkischen Namen bezeichnet wird. Andererseits ist kein berechtigtes Interesse der nicht in Franken ansässigen Hersteller ersichtlich, sich statt des in ganz Deutschland traditionell gebräuchlichen und verständlichen Namens „Hagebuttenmark“ oder auch der einschlägigen Verkehrsbezeichnung „Hagebuttenkonfitüre“ des Dialektwortes „Hiffenmark“ zu bedienen. Es bestehen keine Anhaltspunkte dafür, dass diese Bezeichnung im allgemeinen Sprachgebrauch auch außerhalb Frankens üblich wäre. Grundsätzlich ist es auch nicht gebräuchlich, Produkte unter einem mundartlichen Namen zu vermarkten, wenn das Ursprungsgebiet derselben keine Beziehung zur betreffende Mundart aufweist, zumal wenn es - wie vorliegend der Fall - in ganz Deutschland, einschließlich Franken, verständliche, gleichbedeutende Produktbezeichnungen gibt. Eine derartige Verwendung mundartlicher Bezeichnung könnte daher auch zu Verwechslungen hinsichtlich der Herkunft so gekennzeichnete Erzeugnisse führen. Zudem haben die Einsprechenden nicht hinreichend dargelegt, weshalb sie der beantragte Schutz des Namens „Hiffenmark“ erheblich beim Vertrieb einschlägiger Produkte behindern würde. Nach den vorgelegten Produkt- bzw. Etikettenabbildungen wurde dieser Name jeweils nur zusätzlich zur Sortenbezeichnung „Hagebutte“ ver-

wendet, von der Einsprechenden 1 überdies in wesentlich kleinerer Schrift. Die Vermarktung von Hagebuttenkonfitüre mit der Auslobung „Hagebutte“ oder „Hagebuttenmark“ bliebe den Einsprechenden also unbenommen, sodass der Vertrieb eines kompletten Sortiments nicht behindert würde.

Nach alledem war gemäß § 130 Abs. 5 Satz 1 MarkenG die Schutzfähigkeit der angemeldeten geografischen Angaben festzustellen.