

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 52/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
25. April 2001

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 08 971.6

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) auf die mündliche Verhandlung vom 25. April 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Schülke sowie des Richters Reker und der Richterin Eder

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist die Bezeichnung

"GERMANIA"

für die Waren

"Haushaltsgeräte, Kochtöpfe usw"

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen, weil das Wort "Germania" als der italienischen Sprache angehörende geographische Bezeichnung für "Deutschland" lediglich ein Hinweis darauf sei, daß die beanspruchten Waren von einem in Deutschland ansässigen Unternehmen hergestellt würden und sich durchaus für den Ex- oder Import von oder nach Italien eignen.

Hiergegen wendet sich der Anmelder mit der Beschwerde. Zwar sei das Wort "Germania" der italienische Ausdruck für "Deutschland". Fremdsprachige Ortsangaben seien aber in aller Regel nicht freihaltebedürftig. Dies gelte vorliegend um so mehr, als die angemeldete Bezeichnung im Inland nicht als Herkunftsangabe verstanden werde. "Germania" habe nämlich im deutschen Sprachraum keinen geographischen Aussagegehalt. Vielmehr werde es überwiegend mit der Frauengestalt assoziiert, die Germanien symbolisiere, oder als lateinisches Wort für Germanien verstanden, das mit dem Gebiet des heutigen Deutschland keineswegs deckungsgleich sei. Da mit dem Begriff "Germania" überwiegend eine

walkürenhafte Frauengestalt assoziiert werde, werde mit der so gekennzeichneten Ware eher eine besonders robuste Qualität verbunden. Im übrigen aber sei "Germania" kein Wort der allgemein üblichen und gebräuchlichen Sprache. Die Argumentation der Markenstelle mit dem Im- und Export der beanspruchten Waren sei zu undifferenziert, da diese bei vermeintlichen Herkunftsangaben fast immer zum Freihaltebedürfnis führen müsse.

II.

Die zulässige Beschwerde des Anmelders ist unbegründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke steht das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen.

Bei der angemeldeten Bezeichnung handelt es sich um eine beschreibende Angabe iSd § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Nach dieser Vorschrift sind u.a. Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die im Verkehr zur Bezeichnung der geographischen Herkunft der beanspruchten Waren dienen können und die deshalb zu Gunsten der Mitbewerber freizuhalten sind. Dabei ist eine geographische Herkunftsbezeichnung nicht nur dann als Freihaltebedürftig zu erachten, wenn sie einen Ort bezeichnet, der von den beteiligten Verkehrskreisen aktuell mit der betreffenden Warengruppe in Verbindung gebracht wird, sondern auch dann, wenn dieser zukünftig von den betroffenen Unternehmen als Herkunftsangabe für die betreffende Warengruppe verwendet werden kann (EuGH GRUR 1999, 723 – Chiemsee; BGH GRUR 1995, 408, 409 – PROTECH), wobei die Verbindung zwischen der betreffenden Ware und dem geographischen Ort nicht notwendigerweise auf der Herstellung der Ware an diesem Ort beruht (EuGH aaO – Chiemsee), sondern sich auch aus anderen Anknüpfungspunkten ergeben kann, wie z B dem Umstand, daß die verwendeten Rohstoffe aus dem betreffenden Gebiet stammen können. Letztlich besteht ein Freihaltebedürfnis nicht nur an geographischen Herkunftsangaben, die einen unmittelbaren Bezug zu bestimmten Eigen-

schaften der einschlägigen Waren aufweisen, sondern auch an Ortsnamen, welche die Vorlieben der Verbraucher in anderer Weise beeinflussen können, z B dadurch, daß diese eine Verbindung zwischen den Waren und dem Ort herstellen, mit dem sie positiv besetzte Vorstellungen verknüpfen (EuGH aaO – Chiemsee, Tz 26, 36). Ausgehend von diesen Grundsätzen ist im vorliegenden Fall ein rechtserhebliches Freihaltebedürfnis an der angemeldeten Ortangabe "GERMANIA" festzustellen.

Das Wort "GERMANIA" stammt aus der italienischen Sprache und bedeutet "Deutschland" (vgl Pons, Italienisch-Deutsch, 1986, S 297). Zwar ist das Wort "Germania" auch in der deutschen Sprache nachweisbar und weist dort auf die Symbolfigur gleichen Namens bzw auf das germanische Reich hin. Diese beiden Bedeutungen liegen aber im Hinblick auf die beanspruchten Waren nicht nahe und werden deshalb nicht assoziiert werden, während das italienischsprachige Wort "GERMANIA" in seiner geographischen Bedeutung gerade im Hinblick auf die Waren "Haushaltsgeräte, Kochtöpfe usw" erkennbar auf das bekannte Herstellungsland "Deutschland" hinweist. Im Falle solcher geographischer Herkunftsangaben müssen allerdings konkrete feststellbare Anhaltspunkte dafür vorhanden sein, daß die fragliche Bezeichnung als Herkunftsangabe für die beanspruchten Waren ernsthaft in Betracht kommt (BGH GRUR 1993, 395, 396 – Römigberg II). Dies ist der Fall, wenn der Ort bekannt ist und bereits Sitz entsprechender Herstellungs- oder Vertriebsunternehmen ist, sich zumindest aber nach Auffassung der einschlägigen Verkehrskreise dafür anbietet (EuGH aaO – Chiemsee). Dies trifft für Deutschland zu. Grundsätzlich besteht an den Namen von Ländern bereits eine starke Vermutung dafür, daß sie als geographische Herkunftsangaben zur freien Verwendung für nahezu alle Waren benötigt werden (vgl Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl, § 8 Rdnr 108). Diese Vermutung ist im vorliegenden Fall durch die bestehenden Firmen auf dem beanspruchten Warengbiet bestätigt. Gerade für die beanspruchten Waren gibt es in Deutschland zahlreiche Hersteller, mit denen im übrigen auch eine bestimmte, regelmäßig positive Vorstellung der Verbraucher verknüpft ist. So steht die württembergische Firma WMF (Geislingen) für

qualitätvolle Edelstahltöpfe und Haushaltsgeräte, entsprechendes gilt beispielsweise für die Firmen Rowenta (Offenbach) und Tefal (Offenbach).

Zwar handelt es sich bei der Angabe "GERMANIA" um eine fremdsprachige, nämlich italienische Ortsangabe. Der Warenaustausch zwischen Deutschland und Italien ist aber bekanntermaßen in jeder (Waren-)Hinsicht und in beiden Richtungen auch auf diesem Warengbiet erheblich. So sind z B in Deutschland die Entwürfe des Italieners Alessi für den Haushalts- und Küchensektor oder die Kreationen Colanis (Möbel, Autos, Computer) bekannt. Vor diesem Hintergrund ist ein konkretes Bedürfnis der Mitbewerber an der Freihaltung der angemeldeten Bezeichnung anzuerkennen, um im Im- und Export darauf hinweisen zu können, daß die so bezeichneten Waren von einem in Deutschland ansässigen Unternehmen hergestellt und vertrieben werden. Bei dieser Sachlage muß es den Konkurrenten unbenommen bleiben, mit dem Hinweis "GERMANIA" auf die Herkunftsregion der so gekennzeichneten Waren aufmerksam zu machen.

Schülke

Reker

Eder

prä