

BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 208/01

(Aktenzeichen)

Verkündet am
28. Februar 2002

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 04 064.4

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 28. Februar 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richter Brandt und Engels

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Marken-

amts vom 4. August 2000 und vom 4. Mai 2001 aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen "Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Telekommunikation; Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren; Erziehung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten, Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung, Gesundheits- und Schönheitspflege; Dienstleistungen eines Internet-Providers; Dienstleistungen eines Electronic-Commerce-Abwicklers, nämlich Bestellannahme und Lieferauftragservice sowie Rechnungsabwicklung für elektronische Bestellsysteme" zurückgewiesen worden ist.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

OEKOLAND

ist am 21. Januar 2000 für die Dienstleistungen "Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen; Telekommunikation; Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren; Veranstaltung von Reisen; Erziehung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Verpflegung; Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung; Gesundheits- und Schönheitspflege; wissenschaftliche und industrielle Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen eines Internet-Providers und eines Onlinediensteanbieters;

Dienstleistungen eines Electronic-Commerce-Abwicklers, nämlich Bestellannahme und Lieferauftragsservice sowie Rechnungsabwicklung für elektronische Bestellsysteme" zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts hat nach Beanstandung in zwei Beschlüssen, von denen ein Beschluss im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die Anmeldung wegen bestehender Schutzhindernisse nach § 8 Abs 2 Nr 1 und Nr 2 MarkenG zurückgewiesen.

Die angemeldete Bezeichnung sei sprachüblich aus den Bestandteilen "OEKO" und "LAND" zusammengesetzt und stelle im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen eine aus sich heraus verständliche, schlagwortartige Bezeichnung für eine Erbringungsstätte mit Hinweis auf die sachliche Ausrichtung der dort angebotenen Dienstleistungen dar. Das Präfix "OEKO" sei mittlerweile als abkürzender Hinweis auf den ökologischen, dh naturnahen Ursprung von Waren bzw die ökologische Erbringungsweise von Dienstleistungen ein allgemein geläufiges Schlagwort der deutschen Umgangssprache geworden und ergebe in Verbindung mit dem zweiten Wortbestandteil "LAND" damit einen unmittelbaren schlagwortartigen Sachhinweis auf ein umweltgerechtes Leistungsangebot. So hätten sich auch vergleichbare dienstleistungsbeschreibende Begriffe mit dem Bestandteil "LAND" seit Jahren im Verkehr eingebürgert und wiesen dabei stets auf ein umfassendes Angebot vergleichbar mit Begriffen wie "-welt, -city, -center, markt" hin. Entgegen der Ausführungen der Anmelderin könnten auch sämtliche beanspruchten Dienstleistungen ökologisch ausgerichtet sein, so dass die sprachüblich gebildete Wortzusammenfügung "OEKOLAND" auch in ihrer Gesamtheit eine eindeutige, glatt beschreibende und freihaltungsbedürftige Sachangabe darstelle, die keinerlei betriebliche Kennzeichnungsfunktion aufweise. Auch die Schreibweise von "OEKO" sei völlig gebräuchlich und könne das Freihaltungsinteresse an der Gesamtbezeichnung nicht überwinden. An die Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs 1 Nr 1 MarkenG seien deshalb erhöhte Anforderungen zu stellen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem (sinngemäßen) Antrag,

die Beschlüsse der Markenstelle des DPMA vom 4. August 2000 und 4. Mai 2001 aufzuheben.

Die angemeldete Bezeichnung stelle im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen aus sich heraus keine verständliche, schlagwortartige Bezeichnung für eine ökologische Erbringungsweise bzw Erbringungsstätte dar. Selbst wenn das Präfix "Öko" mittlerweile auf den verschiedensten Gebieten ein abkürzender Hinweis auf den ökologischen Ursprung von Waren oder Dienstleistungen sei, so komme dieser Interpretation in der angemeldeten Bezeichnung keine Bedeutung zu. Denn die Annahme, der Verkehr werde für die beanspruchten Dienstleistungen wie "Werbung; Geschäftsführung" usw in "OEKOLAND" einen derart beschreibenden Sachhinweis sehen, sei völlig weltfremd. Die angemeldete Bezeichnung stelle insoweit in ihrer Gesamtheit - anders als etwa zB für die Waren "Obst" und "Gemüse" - keine glatt beschreibende Angabe mit unmittelbarem Produktbezug im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG dar und bleibe auch in ihrer Bedeutung wie zB für "Ökologieland", "ökologisches Land" oder "Ökonomieland" völlig offen. Selbst wenn man annehme, dass die angemeldeten Dienstleistungen ökologisch ausgerichtet sein könnten, rechtfertige dies deshalb nicht die Annahme eines Freihaltungsbedürfnisses. Auch könne eine Unterscheidungskraft nicht verneint werden, da der Bezeichnung "OEKOLAND" in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden könne und es sich auch nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache handele, zumal von einem sehr großzügigen Prüfungsmaßstab auszugehen sei.

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

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig und hat in der Sache teilweise Erfolg, soweit die Anmeldung für die Dienstleistungen "Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Telekommunikation; Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren; Erziehung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung; Gesundheits- und Schönheitspflege; Dienstleistungen eines Internet-Providers; Dienstleistungen eines Electronic-Commerce-Abwicklers, nämlich Bestellannahme und Lieferauftragservice sowie Rechnungsabwicklung für elektronische Bestellsysteme" zurückgewiesen worden ist.

Im übrigen ist die Beschwerde zurückzuweisen, da auch nach Auffassung des Senats der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung für die beanspruchten Dienstleistungen "Werbung; Immobilienwesen; Veranstaltung von Reisen; Verpflegung; wissenschaftliche und industrielle Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen eines Onlinediensteanbieters" absolute Schutzhindernisse im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 und Nr 2 MarkenG entgegenstehen.

1.) Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind solche Zeichen von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr (ua) zur Bezeichnung der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen oder deren Bestimmung dienen können und die deshalb einem berechtigten Bedürfnis der Allgemeinheit, insbesondere der Mitbewerber an der freien Verwendbarkeit unterliegen. Ein derartiges konkretes Freihaltebedürfnis ist in Bezug auf diese beanspruchten Dienstleistungen festzustellen.

a) Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat und auch die der Anmelderin im Beschwerdeverfahren übersandte Internet-Recherche belegt, wird der Ausdruck "Oekoland" ebenso wie in der Schreibweise "Ökoland" bereits gegenwärtig beschreibend zB als Kürzel für den Begriff "ökologischer Landbau" (vgl "Oekoland

Bayern, der zentralen Homepage des bayerischen Ökolandbaus"; "Ökoland Österreich") zur Bezeichnung für ein ökologisches Planspiel ("Ökoland im Arbeitsamt") oder in Zusammenhang mit ökologischen Gesamtkonzepten bzw ökologischer Landschaftspflege und Naturschutz verwendet ("ÖKOLAND-Landschaftsgestaltung e.V."). Die Markenstelle hat hierzu eingehend anhand einer Vielzahl von Beispielen wie "Öko-Institut, Ökosteuer, Öko-Marketing, Ökolandbau, Ökokalender, Öko-Baumarkt, Ökotest" dargelegt, dass das in unterschiedlichsten Wortzusammensetzungen und Bereichen des täglichen Lebens verwendete Kürzel "oeko" bzw "öko" für "ökologisch" steht und zu einem allgemein geläufigen Schlagwort der deutschen Umgangssprache geworden ist. "Ökologisch" weist hierbei als Schlagwort je nach Verwendungszusammenhang auf einen naturnahen Ursprung von Waren bzw eine ökologische Erbringungsweise von Dienstleistungen hin oder darauf, dass diese Waren bzw Dienstleistungen Teil eines derartigen ökologischen Marktkonzepts sind. Die Markenstelle hat hierzu weiterhin zutreffend darauf hingewiesen, dass die aus dem Präfix "OEKO" und dem weiteren, den Sachbereich präzisierenden Wortbestandteil "LAND" zusammengesetzte Gesamtbezeichnung "OEKOLAND" sprachüblich gebildet ist und sich als ohne weiteres verständliche, eindeutige und unmittelbare Angabe der Eigenschaften dieser Dienstleistungen, mithin als freihaltungsbedürftige Merkmalsangabe im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG erweist.

aa) Zwar ist die Auffassung der Anmelderin zutreffend, dass das Präfix "OEKO" für sich betrachtet als Kürzel unterschiedliche Bedeutungen, insbesondere auch im Sinne von "ökonomisch" aufweisen kann, wie auch der weitere Wortbestandteil "-LAND" bei abstrakter Betrachtung je nach Dienstleistungszusammenhang als Synonym für "-welt, -city, -center, markt" aber auch für "-land" oder "-landwirtschaft" verwendet wird und deshalb auch die angemeldete Wortzusammenfügung abstrakt mehrdeutig im Sinne von "Ökologieland" oder "Ökonomieland" bzw "ökonomisches Land" sein könnte. Diese Mehrdeutigkeit und begriffliche Ungenauigkeit würde auch der Annahme von Schutzhindernissen jedenfalls insoweit entgegenstehen, als in der Regel nur deutlich und unmissverständlich beschreibende

Angaben die Funktion als Sachbegriff ohne weiteres erfüllen können (vgl Althammer/Ströbele MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn 92 und Rdn 142 zu Wortneubildungen), während Wortbildungen, die aufgrund ihrer Mehrdeutigkeit oder Interpretationsbedürftigkeit keine im Vordergrund stehende eindeutige (beschreibende) Aussage enthalten, sich nicht oder nur eingeschränkt zur Beschreibung der Waren oder Dienstleistungen und als Unterscheidungsmittel eignen (vgl BGH MarkenR 2000, 330, 332 – Bücher für eine bessere Welt; zur Unterscheidungskraft BGH MarkenR 2001, 408, 410 – INDIVIDUELLE; vgl auch BGH MarkenR 2000, 264, 266 – LOGO zu Werbeslogans; ferner Althammer/Ströbele MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn 20).

bb) Die Anmelderin verkennt jedoch in diesem Zusammenhang, dass das in der Bezeichnung "Ökoland" (bzw "Oekoland") enthaltene Kürzel "Öko" (bzw "Oeko") in der Wortzusammenfügung mit "land" ausschließlich in der Bedeutung für die feststehenden und gebräuchlichen Sachbezeichnungen "ökologisches Land" oder "Ökolandbau" bzw "ökologischer Landbau" nachweisbar ist, während "Ökoland" (bzw "Oekoland") als Synonym für "ökonomisches Land" oder "Ökonomieland" keine naheliegende sprachüblich gebildete Sachbezeichnung darstellt, da auch die Begriffe "ökonomisches Land" oder "Ökonomieland" als Sachbezeichnungen nicht existieren. Unabhängig hiervon ist allein entscheidend, dass ebenso wie für die Frage, ob die Bedeutung eines Zeichens einen beschreibenden Gehalt aufweist und/oder nicht unterscheidungskräftig ist (vgl zur ständigen Rspr BGH GRUR 1997, 634, 635 - Turbo II; MarkenR 1999, 292, 294 - HOUSE OF BLUES) auch für die vorrangige Frage, welchen Bedeutungsgehalt die angesprochenen Verkehrskreise einem Zeichen bzw einer Bezeichnung beimessen, allein auf die mit der Anmeldung in Anspruch genommenen Waren und/oder Dienstleistungen abzustellen ist.

b) Handelt es sich um ein Waren- und/oder Dienstleistungsverzeichnis, welches wie vorliegend wegen der weiten Oberbegriffe eine Vielzahl einzelner Waren oder Dienstleistungen umfasst, so ist ferner zu beachten, dass das angemeldete Zeichen bereits dann für den beanspruchten Oberbegriff ausgeschlossen ist, wenn

sich auch nur für eine spezielle, hierunter fallende Ware oder Dienstleistung ein Eintragungshindernis ergibt (vgl BGH WRP 2002, 91, 93-94 – AC – unter Hinweis auf BGH GRUR 1997, 634, 635 - Turbo II – zum Lösungsverfahren). Auch insoweit ist nämlich zu berücksichtigen, dass es andernfalls möglich wäre, ein für bestimmte Waren oder Dienstleistungen bestehendes Eintragungshindernis dadurch zu umgehen, dass in das Verzeichnis ein entsprechend weit gefasster Waren-/Dienstleistungsbegriff aufgenommen wird. Soweit deshalb die beanspruchten weitgefassten Oberbegriffe "Werbung; Immobilienwesen; Veranstaltung von Reisen; Verpflegung; wissenschaftliche und industrielle Forschung, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung oder Dienstleistungen eines Onlinediensteanbieters" auch für solche Dienstleistungen verwendet werden können, die im Zusammenhang mit dem ökologischen Landbau oder ökologisch wirtschaftenden Betrieben stehen wie z.B. die Vermittlung von Internetadressen für Online-Shopping von „Ökoland“-Produkten, den Ökolandbau betreffendes Immobilienwesen oder die Werbung für ökologischen Landbau oder derartige Produkte, ist deshalb die Anmeldung zurückzuweisen.

c) Der angemeldete Gesamtbegriff weist danach in Bezug auf die Dienstleistungen "Werbung; Immobilienwesen; Veranstaltung von Reisen; Verpflegung; wissenschaftliche und industrielle Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen eines Onlinediensteanbieters" einen beschreibenden, unmissverständlichen – wenn auch allgemeinen - Sinngehalt und keine Mehrdeutigkeit auf und beschränkt sich hierbei auch bei Anlegung des gebotenen großzügigen Maßstabes auf eine verständliche Beschreibung des möglichen und insoweit im Vordergrund stehenden Inhalts, bzw Gegenstands dieser Dienstleistungen bzw auf das Endprodukt selbst. So kann z.B. ein Datenverarbeitungsprogramm "OEKOLAND" Abrechnungs- oder Bewirtschaftungssysteme des ökologischen Landbaus zum Inhalt haben. Ebenso kann die Dienstleistung "Werbung" für die ökologische Landwirtschaft bzw den ökologischen Landbau unter der Bezeichnung "OEKOLAND" erfolgen oder für Erzeugnisse vom "OEKOLAND" geleistet werden. Dies gilt gleichermaßen für die Dienstleistung "Veranstaltung von Reisen"

oder eine auf das "OEKOLAND" gerichtete landwirtschaftliche "Ausbildung" wie auch die Bezeichnung "OEKOLAND" für "wissenschaftliche und industrielle Forschung" auf dem Gebiet ökologischer Landwirtschaft, dem Ökolandbau zweifelsohne eine eindeutige und ausschließlich als Sachbezeichnung zu verstehende Bestimmungsangabe für diese Dienstleistungen darstellt.

d) Einem derartigen Verständnis als Sachbezeichnung steht auch nicht entgegen, dass es sich um eine allgemeine Angabe handelt. Denn die mit einer verallgemeinernden Aussage einhergehende Unbestimmtheit einer Angabe steht der Beurteilung als freihaltebedürftiger Sachbegriff nicht entgegen (vgl für die Sammelbezeichnung "Bücher für eine bessere Welt" BGH MarkenR 2000, 330, 332), zumal wenn wie hier nicht ausschließlich ein fachsprachliches, sondern zugleich auch ein Verwendungsinteresse der Unternehmen als verbraucherorientierte, werbewirksame Sachinformation im Vordergrund steht und insoweit auch das Verständnis der Bezeichnung in den angesprochenen Verkehrskreisen von erheblicher Bedeutung ist, (vgl hierzu auch Althammer/Ströbele MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn 26, 69; EuG MarkenR 2001, 320, 322 Tz. 27 und Tz 37 – EuroHealth - zu Art. 7 Abs 1 Buchst. b GMV).

e) Hierbei ist auch die nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG zu fordernde Unmittelbarkeit der Merkmalsangaben und die Bedeutung der "sonstigen" Angaben als "irgendwie bedeutsame Umstände mit Bezug auf die Waren oder Dienstleistungen" nicht zu einschränkend auszulegen (vgl hierzu Althammer/Ströbele MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn 114, aA Fezer Markenrecht, 3. Aufl., § 8 Rdn 19a-f, 36, 97j, 123a ff). Auch der Bundesgerichtshof hat insoweit zu Recht in neuerer Zeit klarstellend darauf hingewiesen, es sei zwar zutreffend, dass die Nachteile, die davon ausgehen, dass eine Sachangabe als Marke eingetragen ist, durch die Regelung des § 23 Nr. 2 MarkenG in Grenzen gehalten werden und es deshalb auch im Eintragungsverfahren nicht jeder denkbaren Behinderungsmöglichkeit Rechnung getragen zu werden brauche. Das Eintragungsverbot des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG diene aber auch dazu, das Risiko für die Benutzer beschreibender Angaben und das von ei-

ner eingetragenen Marke ausgehende Einschüchterungspotential in Grenzen zu halten (vgl BGH MarkenR 2000, 330, 332 - Bücher für eine bessere Welt).

aa) Dementsprechend hat er in den (nicht veröffentlichten Parallelentscheidungen vom 17. Februar 2000 I ZB 34/97 "Bücher für eine bessere Welt" und I ZB 31/97 "Bücher für eine humanere Welt" nicht nur eine Unterscheidungskraft der Wortfolge verneint, sondern jeweils ausdrücklich ua für die beanspruchten Waren "Schallplatten, Compact Disc, Filme (Video-, Fernseh-, Kinofilme) je bespielt" auch das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG bejaht. Ferner hat der Bundesgerichtshof klargestellt, dass die Formulierung des Fehlens "jeglicher" Unterscheidungskraft i.S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG im Lichte der Anforderungen an die Unterscheidungskraft als Marke zu beurteilen ist und nicht auf die (geringeren) Anforderungen an die Unterscheidungskraft abzustellen ist, wie sie für Werktitel gelten (BGH MarkenR 2001, 368, 370 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten – mwN).

bb) Auch das Gericht Erster Instanz der Europäischen Gemeinschaften (EuG) hat in der Entscheidung "CINE COMEDY" (GRUR Int. 2001, 864, 866) zu der für eine Vielzahl von Dienstleistungen ua "Verbreitung von Hörfunk- und Fernsehsendungen; Telekommunikation; Vermietung von Filmen; Verwertung von Film- und Fernsehnebenrechten auf dem Gebiet des Merchandising; Entwicklung von Software... " angemeldeten Bezeichnung "CINE COMEDY" das dem § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entsprechende Schutzhindernis nach Art 7 Abs 1 Buchst c GMV bejaht. Die ohne weiteres Nachdenken als Warenbezeichnung "Filmkomödie" verständliche Wortkombination "CINE COMEDY" stelle zu den fraglichen Dienstleistungen einen konkreten und unmittelbaren Bezug her, namentlich zu denjenigen, die konkret und unmittelbar die Ware Filmkomödie oder deren Herstellung betreffen könnten und beschreibe deshalb eines ihrer Merkmale im Sinne von Art 7 Abs 1 Buchst c GMV (vgl auch EuG GRUR Int. 2001, 556 – CINE ACTION).

f) Die angemeldete Bezeichnung unterliegt deshalb einem Interesse der Mitbewerber an der freien Verwendung als Sachhinweis im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG. Selbst wenn man die aufgrund der Internet-Recherche festgestellte Verwendungsnachweise als unzureichend ansähe, würde dies der Versagung der Eintragung wegen eines bestehenden Freihaltungsbedürfnisses iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG nicht entgegenstehen. Denn nach ständiger Rechtsprechung ist ein Freihaltungsbedürfnis auch dann anzunehmen, wenn die fragliche Bezeichnung gegenwärtig noch nicht als Sachangabe verwendet wird, eine solche Verwendung aber jederzeit in Zukunft zu erwarten ist (vgl. EuG MarkenR 2001, 324, 326 Tz 29 ff - UNIVERSALTELEFONBUCH -; BGH MarkenR 2001, 363, 365 - REICH UND SCHOEN - mit weiteren Nachweisen; HABM MarkenR 2001, 85, 86 - TELE AID, Althammer/Ströbele MarkenR, 6. Aufl., § 8 Rdn 75).

2.) Der angemeldeten Bezeichnung ist ferner für die beanspruchten Dienstleistungen "Werbung; Immobilienwesen; Veranstaltung von Reisen; Verpflegung; wissenschaftliche und industrielle Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen eines Onlinediensteanbieters" wegen des deutlich im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalts jegliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG abzusprechen.

a) Unterscheidungskraft 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. zur st. Rspr. BGH GRUR 2001, 1150 – LOOK; BGH GRUR 2002, 64 –INDIVIDUELLE; EuGH GRUR 2001, 1148, 1149 Tz. 22 – Bravo zur GMV). Deshalb kann die Frage, ob ein Zeichen eine solche Unterscheidungskraft besitzt, nicht abstrakt ohne Berücksichtigung der Waren oder Dienstleistungen, die sie unterscheiden sollen, beurteilt werden (EuGH

GRUR 2001, 1148, 1149 Tz. 22, 29 – Bravo; st Rspr vgl BGH GRUR 1997, 634, 635 - Turbo II; BGH MarkenR 1999, 292, 294 - HOUSE OF BLUES).

b) Für die Beurteilung einer derartigen konkreten Eignung zur Unterscheidung ist nach der ständigen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs auf den Regelsatz abzustellen, dass es keinen tatsächlichen Anhalt für die Annahme des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft einer Wortmarke gebe, wenn für die fraglichen Waren und/oder Dienstleistungen kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden könne und es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handle, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werde (vgl zur st Rspr BGH GRUR 2001, 1150 – LOOK; BGH GRUR 2002, 64 – INDIVIDUELLE). Nicht unterscheidungskräftig sind danach vor allem Zeichen, bei denen es sich wie hier für den Verkehr in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen ohne weiteres erkennbar um unmittelbar beschreibende Angaben im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG handelt (vgl zur st Rspr BGH GRUR 2002, 64 – INDIVIDUELLE). Hierbei ist für die Beurteilung fehlender Unterscheidungskraft die Bedeutung der in oben genanntem Regelsatz verwendeten Formulierung des "beschreibenden Begriffsinhalts" nicht auf die in § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG genannten "sonstigen" Merkmalsangaben zu reduzieren ist und zwar auch dann nicht, wenn man diese in zutreffender Weise nicht zu einschränkend auslegt (vgl hierzu auch Ströbele, Absolute Eintragungshindernisse im Markenrecht, GRUR 2001, 658, 662; Althammer/Ströbele MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn 114).

aa) So wird aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise, insbesondere auch des maßgeblichen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers (vgl hierzu und zum veränderten Verbraucherleitbild BGH IZR 54/96, Urteil vom 19.9.2001 - Warsteiner III), durch die Bezeichnung "OEKOLAND" sofort und ohne weiteres Nachdenken ausschließlich ein konkreter und direkter Bezug zu den beanspruchten Dienstleistungen hergestellt (vgl hierzu

zB EuG MarkenR 2001, 324, 326 UNIVERSALTELEFONBUCH). Die angemeldete Bezeichnung stellt auch - anders als in der Entscheidung "Baby-dry" des Gerichtshofes der Europäischen Gemeinschaften (EuGH, MarkenR 2001, 400) - keine vom üblichen Sprachgebrauch in ihrer Wortstruktur oder der Wortbildung und Schreibweise abweichende, ungewöhnliche Gesamtbezeichnung dar. Der Verbraucher hat deshalb auch keine Veranlassung diese – auch wenn es sich um eine lexikalisch nicht nachweisbare Wortbildung handelt (vgl z.B. BGH GRUR 2001, 1151, 1552 - marktfrisch; Althammer/Ströbele MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn 142) - als individualisierenden, betrieblichen Herkunftshinweis für die angemeldeten Dienstleistungen zu verstehen.

bb) Auch der Bundesgerichtshof hat eine Unterscheidungskraft dann verneint, wenn nicht eine beanspruchte Dienstleistung selbst, sondern nur ihr möglicher Inhalt beschrieben wird, sofern es sich hierbei um einen typischen Inhalt handelt. Er hat hierzu in der Entscheidung "REICH UND SCHOEN" (MarkenR 2001, 363, 365) ausgeführt, dass sich diese Wortfolge ua für die Dienstleistungen "Fernsehunterhaltung; Film- und Fernsehproduktion" auch bei Anlegung des gebotenen großzügigen Maßstabes auf eine verständliche Beschreibung des Inhalts der Werke beschränke, die Gegenstand dieser Dienstleistungen seien. Der Verkehr werde den titelartig zusammengefassten Aussageinhalt wegen der Nähe dieser Dienstleistungen zum Werktitel und des mit ihm bezeichneten Inhalts der Produktionen unmittelbar und ohne weitere Überlegungen auf die betreffenden Dienstleistungen selbst beziehen, für welche die Eintragung erfolgen soll. Ebenso hat der Bundesgerichtshof zu der Wortfolge "Gute Zeiten - Schlechte Zeiten" (MarkenR 2001, 368, 370) darauf abgestellt, dass auch bei Anlegung des gebotenen großzügigen Maßstabes für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sich diese für die Waren und Dienstleistungen "Tonträger, Bücher, Magazine, Ausstrahlung von Fernsehprogrammen, Fernsehunterhaltung und Filmproduktion" auf eine verständliche Beschreibung des Inhalts der Werke beschränke und deshalb das Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft bestehe.

cc) Diese Auffassung wird für Gemeinschaftsmarken geteilt vom Gericht Erster Instanz der Europäischen Gemeinschaften, welches in der bereits genannten Entscheidung "CINE COMEDY" (GRUR Int. 2001, 864, 866) ausgeführt hat, dass die nach Art 7 Abs 1 Buchst b GMV wegen fehlender Unterscheidungskraft erfolgte Zurückweisung der Anmeldung durch das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) zu Recht erfolgt sei.

Soweit die Anmelderin dagegen die Eintragung der angemeldeten Bezeichnung für die Dienstleistungen "Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Telekommunikation; Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren; Erziehung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Beherbergung von Gästen; ärztliche Versorgung; Gesundheits- und Schönheitspflege; Dienstleistungen eines Internet-Providers; Dienstleistungen eines Electronic-Commerce-Abwicklers, nämlich Bestellanahme und Lieferauftragservice sowie Rechnungsabwicklung für elektronische Bestellsysteme" begehrt, stehen der Eintragung keine Schutzhindernisse entgegen.

1.) Denn anders als zB ist bei der Dienstleistung "Werbung" und einer auf "OEKOLAND" gerichteten Werbemaßnahme, erweist sich "OEKOLAND" in Bezug auf diese Dienstleistungen nicht als eine beschreibende Sachangabe im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, welche insbesondere das mit dem Gegenstand dieser Dienstleistungen typischerweise verbundene Werk (zB dessen Inhalt, Zweck oder Ergebnis) unmittelbar beschreibt und bei welchen der sachbezogene Informationsgehalt sich dem Verkehr ohne weiteres aufdrängt. Ebenso sind auch keine Umstände dafür ersichtlich, dass der Verkehr dennoch allein aufgrund eines sonstigen Zusammenhangs - insbesondere eines erst mittelbaren Zusammenhangs - annehmen könnte, "OEKOLAND" stelle ausschließlich eine Sachangabe und nicht einen Hinweis auf den jeweiligen betrieblichen Ursprung der Dienstleistungen wie zB "Geschäftsführung, Versicherungswesen oder Telekommunikation" dar, auch wenn diese im Zusammenhang mit dem ökologischen Landbau oder ökologisch

wirtschaftenden Betrieben stehen können. In Bezug auf diese Dienstleistungen stellt die angemeldete Bezeichnung vielmehr nur einen entfernten, andeutenden Zusammenhang her. Diesen wird der Verkehr, auch wenn er ihn auf die betreffende Dienstleistungen selbst beziehen mag, jedenfalls nicht als eine bloße Beschreibung ihres Inhalts oder als sonstige Sachangabe verstehen und gleichsetzen. Insoweit ist auch zu berücksichtigen, dass grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen ist und es zur Begründung von Unterscheidungskraft keiner eigentümlichen oder originellen Zeichenbildung oder eines Phantasieüberschusses bedarf, wenn diese Merkmale auch ein Indiz für Unterscheidungskraft sein können (vgl BGH GRUR 2002, 64 – INDIVIDUELLE; BGH WRP 2000, 741, 742 – LOGO; BGH MarkenR 2001, 207, 209 - Jeanshosentasche - zur Bildmarke; EuG GRUR Int. 2001, 756, 759 Tz 39 - EASYBANK - zu Art 7 Abs 1 Buchst b und c GMV).

2.) Hierbei ist auch – anders als in den angegriffenen Beschlüssen unter Hinweis auf die ältere Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ausgeführt ist - eine rechtliche Differenzierung der erforderlichen Unterscheidungskraft einer Angabe nach dem Grad des Freihaltungsbedürfnisses unzulässig (vgl hierzu auch Althammer/Ströbele MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn 27). Dem ist der Bundesgerichtshof ausdrücklich gefolgt (BGH GRUR 2000, 722, 723 - LOGO; BGH GRUR 2001, 334, 336 – Gabelstapler; BGH MarkenR 2001, 71, 73 - Stabtaschenlampe; missverständlich BGH MarkenR 2001, 408, 410 – INDIVIDUELLE unter Hinweis auf BGH MarkenR 2001, 209 - Test it).

Auf die Beschwerde der Anmelderin waren deshalb die angefochtenen Beschlüsse teilweise aufzuheben. Im übrigen war die Beschwerde zurückzuweisen.

Kliems

Brandt

Engels

Na