



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 38/04

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung IR 77 40 72

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
9. Februar 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 IR des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. November 2003 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Der Inhaber der international unter der Nr. 77 40 72 registrierten Marke

STANGLWIRT

begehrt Schutz in der Bundesrepublik Deutschland u. a. für die Waren und Dienstleistungen

29: Viande, poisson, lait et produits laitiers.

30 : Farines et préparations faites de céréales, pain, pâtisserie,

glaces alimentaires, miel, sel, moutarde, poivre, vinaigre, sauces (condiments); épices.

31 : Produits agricoles, horticoles et forestiers non compris dans d'autres classes.

42 : Services destinés à procurer le logis et le couvert dans des

hôtels, des pensions, des fermes-pensions, services rendus par des restaurants

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat der IR-Marke nach vorheriger Beanstandung mit Beschluss vom 20. November 2003 teilweise, nämlich für die oben genannten Waren und Dienstleistungen, den Schutz für die Bundesrepublik Deutschland verweigert, weil der Kennzeichnung insoweit jegliche Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Die angemeldete Bezeichnung habe in Bezug auf die von der Zurückweisung betroffenen Waren und Dienstleistungen aus dem Bereich des Verpflegungs-, Gastronomie- und Beherbergungssektors wie die vergleichbar gebildeten Bezeichnungen „Gasthaus zur Post, Alter Wirt, Neuwirt, Bräuwirt“ ihre ursprüngliche Fähigkeit zur Unterscheidung infolge ihrer vielfältigen Verwendung durch verschiedene Unternehmen im Geltungsbereich des deutschen Markenrechtes verloren und werde daher nicht mehr als Kennzeichen eines bestimmten Betriebes aufgefasst. Bei der traditionellen Bezeichnung „Stanglwirt“ weise von der Wortbildung her das Grundwort „Wirt“ unmittelbar und sprachüblich auf einen Verpflegungs- und Beherbergungsbetrieb hin, da dieser ursprünglich personenbezogene Begriff von alters her auch etablisementbezogen verwendet werde. Das vorangestellte Bestimmungswort „Stangl“ als Verniedlichungsform von „die Stange“ weise im süddeutschen Sprachraum, der vorliegend entscheidungserheblich mit zu berücksichtigen sei, traditionell darauf hin, dass vor diesem Wirtsbetrieb Stangen zum Anleinen von Pferden angebracht waren. Entsprechend benannte Gastronomiebetriebe fänden sich denn auch im Großraum München in Neufarn, Neuried sowie in Eichenau. Der angemeldeten Bezeichnung fehle es daher an der erforderlichen Unterscheidungskraft, und zwar auch hinsichtlich der angemeldeten Waren, da in Verpflegungs- und Beherbergungsstätten auch hausgemachte Waren angeboten würden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders mit dem Antrag,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. November 2003 aufzuheben.

Er macht geltend, dass es sich bei „Stanglwirt“ in Bezug auf die von der Zurückweisung betroffenen Waren und Dienstleistungen keineswegs um eine übliche und gängige Bezeichnung handle. Soweit die Markenstelle auf mehrere Gastronomiebetriebe im Großraum München mit einer entsprechenden Bezeichnung hingewiesen habe, sei dies nicht belegt. Der Verkehr werde in der Bezeichnung ihrem Gesamteindruck nach keine beschreibende Angabe entnehmen, insbesondere nicht, dass es sich um einen Gastronomiebetrieb handle, bei dem - zumindest zu früheren Zeiten - Stangen zum Anleinen von Pferden angebracht waren. Dies gelte im Bereich des von der Markenstelle benannten süddeutschen Sprachraums. Der Verkehr werde in dem Zeichen allenfalls einen unbestimmten Hinweis auf einen „Wirt“ entnehmen, der jedoch der Unterscheidungskraft der angemeldeten Bezeichnung nicht entgegenstehe. Der Anmelder weist ferner auf eine identische ältere IR-Marke hin, deren Schutz u. a. für die hier noch maßgeblichen Klassen auf die Bundesrepublik Deutschland erstreckt worden ist.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Nach Auffassung des Senats fehlt der international registrierte Marke weder jegliche Unterscheidungskraft noch kann sie im Verkehr zur Beschreibung der beanspruchten Dienstleistungen dienen. Es handelt sich auch nicht um eine zur Bezeichnung der hier maßgeblichen beanspruchten Waren und Dienstleistungen üblich gewordene Angabe i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG. Ihr kann daher der Schutz in der Bundesrepublik Deutschland nicht nach Art. 5 Abs. 1 MMA, §§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 und 3 i. V. m. 107, 113 MarkenG, Art. 6 quinquies B Nr. 2 PVÜ verweigert werden.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG sowie der inhaltsgleichen Bestimmung des Art. 6 quinquies B Nr. 2 1. Alt. PVÜ ist 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 2003, 1050 – Cityservice; EuGH GRUR 2003, 58 - COMPANYLINE zur GMV). Keine Unterscheidungskraft besitzen nach der Rechtsprechung vor allem solche Marken, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 – Postkantoor). Jedoch hat der EuGH auch darauf hingewiesen, dass eine unmittelbar beschreibende Bedeutung nicht Voraussetzung für die Annahme fehlender Unterscheidungskraft ist. Vielmehr kann die Unterscheidungskraft auch aus anderen Gründen fehlen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 – Postkantoor; GRUR 2004, 680 – Biomild). Maßgebend ist allein, ob der Verkehr in der angemeldeten Marke einen Herkunftshinweis erblickt oder nicht.

Zutreffend ist die Markenstelle davon ausgegangen, dass dies sowohl hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 42 als auch hinsichtlich der Waren der Klassen 29, 30 31 nicht der Fall wäre, wenn es sich bei „Stanglwirt“ um eine geläufige, weit verbreitete Etablissementbezeichnung für Gaststätten- und/oder Beherbergungsbetriebe handelt, so wie es bei den vergleichbar gebildeten, auf die historische Nutzung der Betriebsstätte hinweisenden Etablissementbezeichnungen wie „Postwirt“, „Bräuwirt“ und „Forstwirt“ der Fall ist. In solchen Bezeichnungen erkennt der Verkehr zwar regelmäßig eine besondere Geschäftsbezeichnung i. S. von § 5 Abs. 2 MarkenG, da ihm bekannt ist, dass es in dem betreffenden Geschäftszweig innerhalb eines umgrenzten örtlichen Bereichs regelmäßig nur ein Unternehmen mit dieser Bezeichnung gibt (vgl. dazu BGH, GRUR 1995, 507, 508 - City-Hotel); er wird darin jedoch ihrer häufigen Verwendung wegen keinen betrieblichen Herkunftshinweis in Bezug auf damit gekennzeichnete Waren und Dienstleistungen sehen, so dass eine solche weithin gebräuchliche Etablissementbezeichnung nicht ihre für eine konkrete Unterscheidungskraft erforderliche betriebliche Herkunftsfunktion erfüllen kann.

Entgegen der Auffassung der Markenstelle lässt sich dies aber für die angemeldete Wortfolge „Stanglwirt“ nicht feststellen. Ohne Zweifel enthält das in der Marke enthaltene Wort „Wirt“ eine allgemein geläufige Gattungsbezeichnung für einen Gaststätte und/oder Beherbergungsbetrieb. Anders aber als gängige, mit dem Wort „Wirt“ zusammengesetzte und einen Hinweis auf den Ursprung der Gaststätte enthaltende Bezeichnungen wie „Postwirt“, „Bräuwirt“ oder „Forstwirt“ kann eine umfangreiche, auf eine übliche Gattungsbezeichnung hinweisende Verwendung der Wortzusammensetzung „Stanglwirt“ nicht belegt werden. Die von der Markenstelle im angefochtenen Beschluss benannten drei Gastronomiebetriebe reichen dazu allein nicht aus, zumal der benannte Betrieb in Neufarn sich „Hotel-Gutsgasthof Stangl“ (www.hotel-stangl.de) nennt und - soweit aus der Internetseite ersichtlich - die Wortkombination „Stanglwirt“ überhaupt nicht in Zusammenhang mit dem geschäftlichen Betrieb nutzt sowie der in diesem Zusammenhang weiterhin benannte Gasthof „Stanglwirt“ in Eichenried von einer Familie Stangl betrieben wird (vgl. www.landgasthof-stangl.de), die Geschäftsbezeichnung daher auf den Namen des Inhabers zurückzuführen ist. Auch eine vom Senat dazu durchgeführte Google-Recherche brachte keine weitergehenden Erkenntnisse in dieser Richtung. Die zu dem Begriff „Stanglwirt“ erzielten inländischen Treffer sind bis auf die von der Markenstelle benannten Gastronomiebetriebe und einer in diesem Zusammenhang nicht bedeutsamen, erstmals zu Beginn der neunziger Jahre im Fernsehen ausgestrahlten Serie mit dem Titel „Zum Stanglwirt“ auf den gleichnamigen, in Österreich gelegenen Betrieb des Anmelders zurückzuführen. Die von der Markenstelle vorgenommene Wertung einer häufig vorkommenden verbrauchten Gaststättenbezeichnung ist daher aus der festgestellten Verwendung des Begriffs nicht herzuleiten.

Ein ausschließlich auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen sachbezogener Aussagegehalt lässt sich des weiteren auch nicht der Wortkombination „Stanglwirt“ als solcher entnehmen. Der Begriff „Stangl“ verbindet sich mit dem - für sich betrachtet glatt beschreibenden - Begriff „Wirt“ nicht zu einer sachbezogenen Bezeichnung eines Gaststätten- und Beherbergungsbetriebes, welcher seinen

betrieblichen Ursprung in einer Herberge/Raststation für Fuhrleute hat. Auch wenn im Einzelfall ein mit dem Begriff „Stanglwirt“ bzw. „Stangl“ benannter Gaststätten- und Beherbergungsbetrieb wie der von der Markenstelle benannte „Hotel-Gutsgasthof Stangl“ seinen betrieblichen Ursprung tatsächlich in einer solchen Herberge hat - wie sich der Internetseite des Gasthofs entnehmen lässt (www.hotel-stangl.de) - drängt sich ein solcher Zusammenhang für den Verkehr nicht auf. Denn im Gegensatz zu gängigen Gasthofbezeichnungen wie „Postwirt“ oder „Bräuwirt“, bei denen das jeweilige Bestimmungswort klar und unmissverständlich auf die historische und ggf. noch aktuelle Bedeutung des Hauses als Post bzw. Brauerei hinweist, enthält der Begriff „Stangl“ als im süddeutschen Raum geläufiger Bezeichnung für „Stange“ keinen charakteristischen und für den Verkehr erkennbaren beschreibenden Hinweis auf eine (historische) Gaststätte/Herberge für Fuhrleute. Eine entsprechende Verwendung dieses Begriffs in Zusammenhang mit solchen Einrichtungen ist für den Senat nicht nachweisbar. Es mag zwar sein – wie die Markenstelle ausgeführt hat –, dass vor solchen Herbergen entsprechende Stangen zum Anleinen von Pferden standen. Um jedoch in diesem Begriff in Zusammenhang mit einem Gaststättenbetrieb einen sachbezogenen Hinweis auf den historischen Ursprung des Betriebs als eine Herberge für Fuhrleute zu sehen, bedarf es einiger Gedankenschritte und Überlegungen, die jedoch angesichts des in keiner Weise auf einen solchen Beherbergungsbetrieb hinweisenden Begriffsinhalts von „Stangl“ nicht nahe liegen.

Der angemeldeten Wortkombination kann daher weder in Bezug auf die beanspruchten Beherbergungs- und Verpflegungsdienstleistungen und erst recht nicht für die beanspruchten Waren ein im Vordergrund stehender sachbezogener Aussagegehalt zugeordnet werden. Da es sich - wie bereits dargelegt - auch nicht um eine verbreitete und damit geläufige Gattungsbezeichnung für Gaststätten- und Beherbergungsbetriebe handelt, kann ihr demnach die nach § 8 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

Aus den vorgenannten Gründen handelt es sich bei der angemeldeten Bezeichnung in Bezug auf die Waren und Dienstleistungen auch nicht um eine beschreibende, freihaltungsbedürftige Angabe i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Dies gilt nicht nur für die Waren, sondern auch für die beanspruchten Beherbergungs- und Verpflegungsdienstleistungen, da sich der Begriff „Stanglwirt“ weder gegenwärtig noch zukünftig als nahe liegende Bezeichnung für einen Gaststätten- und/oder Beherbergungsbetrieb, dessen „Wurzeln“ in einer Herberge für Fuhrleute liegen, anbietet.

Ebenso wenig bieten die vorgenannten Umstände Anhaltspunkte, dass es sich bei der angemeldeten Marke um ein „Freizeichen“ i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG handelt, so dass auch dieses Schutzhindernis - welches das Deutsche Patent- und Markenamt dem Internationalen Büro gemäß Art. 5 Abs. 2 MMA innerhalb der Jahresfrist nach der internationalen Registrierung der Marke ebenfalls mitgeteilt hatte -, nicht besteht.

Die Beschwerde hat daher Erfolg.

gez.

Unterschriften