



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 124/07

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 23 730.2

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, des Richters Viereck und der Richterin Dr. Kober-Dehm in der Sitzung vom 15. Oktober 2008

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 29. April 2004 angemeldete Wortmarke

Rennbahn Hoppegarten

ist für folgende Dienstleistungen bestimmt:

- "41: sportliche und kulturelle Aktivitäten, Unterhaltung;
- 43: Verpflegung und Beherbergung von Gästen".

Seitens der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts ist die Anmeldung nach vorangegangener Beanstandung in einem ersten Beschluss vom 27. Januar 2006 wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) und wegen der Eignung zur Beschreibung der betreffenden Dienstleistungen (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) zurückgewiesen worden. Die angemeldete Marke setze sich aus den jeweils beschreibenden Bestandteilen "Rennbahn" (= Anlage für Wettkämpfe im Rennsport) und "Hoppegarten" (= Gemeinde östlich von Berlin) zusammen und vermittele lediglich einen Hinweis auf Art und geographische Herkunft der betreffenden Dienstleistungen. Der Verkehr sehe hierin keinen betrieblichen Herkunftshinweis. Die angemeldete Bezeichnung müsse der Allgemeinheit, insbesondere Mitbewerbern der Anmelderin, zum beschreibenden Gebrauch frei zur Verfügung stehen. Das Allgemeininteresse an der Freihaltung bestehe unabhängig davon, ob im konkreten Fall Konkurrenten vorhanden seien

oder ob die Anmelderin eine Monopolstellung inne habe. Zudem müssten die Betreiber von Hotels, Restaurants usw. auf ihre Lage an oder auf der Rennbahn Hoppegarten frei von Zeichenrechten Dritter hinweisen können. Auf Rennbahnen würden üblicherweise neben sportlichen Aktivitäten (wie Pferderennen) auch kulturelle und unterhaltende Rahmenprogramme sowie Verpflegungsdienstleistungen angeboten. Voreintragungen anderer Marken entfaltet keine rechtliche Bindungswirkung. Für die Beurteilung der Unterscheidungskraft von Unternehmenskennzeichen (gem. § 5 Abs. 2 MarkenG) gälten andere Maßstäbe als für Marken.

Dem Beschluss waren Ausdrucke von Internet-Seiten (5 Bl.) beigelegt.

Die Erinnerung der Anmelderin ist durch Beschluss derselben Markenstelle vom 28. Juni 2007 zurückgewiesen worden. Nach Ansicht der Erinnerungsprüferin - einer Beamtin des höheren Dienstes - fehlt der angemeldeten Bezeichnung zumindest jegliche Unterscheidungskraft. Die Angabe "Rennbahn Hoppegarten" bezeichne die örtliche Lage der Rennbahn und damit den (Veranstaltungs-)Ort, nämlich die traditionsreiche Galopprennbahn in Hoppegarten östlich von Berlin. Dort fänden regelmäßig Pferderennen statt, außerdem aber auch begleitende Unterhaltungsveranstaltungen. Rennbahnen seien zudem auch ein beliebter Veranstaltungsort für unterschiedliche kulturelle Darbietungen wie etwa Konzerte und Festivals. Schließlich würden Verpflegungs- und Beherbergungsdienstleistungen regelmäßig auf dem Gelände einer Rennbahn oder in der Nähe angeboten. Der angesprochene Verkehr werde dem Zeichen "Rennbahn Hoppegarten" für sämtliche beanspruchten Dienstleistungen keinen betrieblichen Herkunftshinweis entnehmen. Eine etwaige namensmäßige Unterscheidungskraft nach § 5 MarkenG sei kein Indiz für das Vorliegen markenrechtlicher Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Auch diesem Beschluss waren Belegstellen aus dem Internet (8 Bl.) beigelegt.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie beantragt (sinngemäß),

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 27. Januar 2006 sowie vom 28. Juni 2007 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Zur Begründung bezieht sie sich auf ihr Vorbringen im patentamtlichen Verfahren. Entgegen der Auffassung der Markenstelle gälten für die Bestimmung der Unterscheidungskraft von Marken und die Beurteilung der Kennzeichnungskraft von Unternehmenskennzeichen dieselben Kriterien. Eine Funktionsbezeichnung verbunden mit einer Ortsangabe werde nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs als Geschäftsbezeichnung verstanden, mithin auch als betriebliche Herkunftsangabe. Dies gelte für Veranstaltungsplätze in gleicher Weise wie für Hotels und Gaststätten.

Wegen sonstiger Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin bleibt in der Sache ohne Erfolg, weil der angemeldeten Bezeichnung für die beanspruchten Dienstleistungen von Hause aus - d. h. vor und unabhängig von jeder Benutzung - die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke beanspruchten Dienstleistungen (und Waren) eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der so gekennzeichneten Pro-

dukte und Angebote zu gewährleisten (st. Rspr.; vgl. EuGH GRUR 2006, 229, Nr. 27 - BioID; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Keine Unterscheidungskraft kommt zunächst solchen Bezeichnungen zu, die einen beschreibenden Begriffsinhalt aufweisen, der für die in Frage stehenden Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel bezüglich der betrieblichen Herkunft versteht (BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Darüber hinaus fehlt die erforderliche Unterscheidungskraft auch bei solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (BGH GRUR 1998, 465, 468 - BONUS; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Die Eignung, Produkte und Angebote ihrer Herkunft nach zu unterscheiden, kommt schließlich auch solchen Angaben nicht zu, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH GRUR 2001, 1042 - REICH UND SCHOEN; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006).

Die Beurteilung der Unterscheidungskraft hat stets im Blick auf die beanspruchten Dienstleistungen und auf das Verständnis des mit diesen angesprochenen Verkehrs zu erfolgen. Dabei darf die Prüfung, ob die erforderliche Unterscheidungskraft vorhanden ist, nicht auf ein Mindestmaß beschränkt werden, sondern muss streng und vollständig sein, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu vermeiden (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, Nr. 59 - Libertel; GRUR 2004, 674, Nr. 123 - Postkantoor; GRUR 2004, 1027, Nr. 45 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT).

Ob die Wortfolge "Rennbahn Hoppegarten" als Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs (Unternehmenskennzeichen i. S. v. § 5 Abs. 2 MarkenG) geeignet ist und vom Publikum als solche verstanden wird, ist im Rahmen der Prüfung der markenrechtlichen Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG - um die es im vorliegenden Verfahren geht - letztlich nicht von Bedeutung. Denn Unternehmenskennzeichen und Marken haben unterschiedliche Funktionen, weshalb auch unterschiedliche Anforderungen an das erforderliche Maß an Unterscheidungskraft zu stellen sind (vgl. Hacker in: Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 5 Rdn. 25, 28). Im Allgemeinen sind die Anforderungen an die Kennzeichnungskraft von Geschäftsbetriebsbezeichnungen geringer, was insbesondere für sog. Etablissementbezeichnungen im Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe gilt (Hacker in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 5 Rdn. 33). Selbst wenn "Rennbahn Hoppegarten" als Etablissementbezeichnung verstanden würde, folgte daraus - entgegen der Ansicht der Anmelderin - noch nicht, dass ihr auch der markenmäßige Hinweis auf die Herkunft sportbezogener oder sonstiger Dienstleistungen aus einem bestimmten (einzigen) Geschäftsbetrieb entnommen würde.

Den Sinngehalt der Wortfolge "Rennbahn Hoppegarten" hat die Markenstelle zutreffend ermittelt und aufgezeigt. "Hoppegarten" ist eine Gemeinde am östlichen Stadtrand von Berlin, auf deren Gebiet sich eine vergleichsweise alte (seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bestehende) und überregional bekannte Galopprennbahn befindet. Dies ist einem entscheidungserheblichen Teil des angesprochenen Publikums, nicht nur speziell am Pferdesport interessierten Kreisen und nicht nur im Raum Berlin/Brandenburg, bekannt. Zumindest für sportbezogene Dienstleistungen ist die angemeldete Bezeichnung unmittelbar dienstleistungsbeschreibend, wobei diese Beurteilung auch für einen (weiteren) Teil des Verkehrs gilt, der die betreffende Galopprennbahn zwar möglicherweise nicht kennt, aber wegen des Begriffs "Rennbahn" - geradezu zwingend - den Schluss auf eine Sportstätte zieht. Dass für diesen Teil des Publikums die konkrete Sportart (Pferdesport, Radsport, Motorrennsport) letztlich offen bleibt, bewirkt keine

Mehrdeutigkeit der Gesamtbezeichnung und vermag somit die erforderliche Unterscheidungskraft nicht zu begründen.

Für die sonstigen Dienstleistungen gilt nichts Abweichendes. Kulturelle und andere Unterhaltungsdienstleistungen werden häufig, auch im Interesse einer besseren wirtschaftlichen Auslastung, auf dem - im Allgemeinen weitläufigen - Gelände einer Rennbahn angeboten und durchgeführt; die Markenstelle hat durch die dem Erinnerungsbeschluss beigefügten Internetausdrucke belegt, dass musikbezogene Open-Air-Veranstaltungen auf der Rennbahn in Hoppegarten (ebenso wie auf anderen Rennbahnen) im Jahr 2007 stattgefunden haben. Verpflegungsdienstleistungen werden auf Rennbahnen regelmäßig bei Veranstaltungen (Pferderennen usw.) angeboten. Es ist auch üblich, dass auf dem Gelände von Rennbahnen oder in unmittelbarer Nähe Restaurants und Hotelbetriebe angesiedelt sind, welche die insoweit beanspruchten Verpflegungs- und Beherbergungsdienstleistungen - teilweise auch außerhalb der Rennsaison - erbringen (ohne dass es darauf ankommt, ob dies bisher auch in Hoppegarten der Fall ist).

Ob die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu den Bezeichnungen sportlicher Großveranstaltungen (sog. Events), die für sämtliche Dienstleistungen (und Waren), nicht nur speziell solche mit Bezug zu der betreffenden Sportart, nicht unterscheidungskräftig sein sollen (vgl. GRUR 2006, 850, 857 - FUSSBALL WM 2006), auf allgemein bekannte Sportstättenbezeichnungen - wie hier - übertragbar ist, kann dahingestellt bleiben. In der Rechtsprechung des Senats sind jedenfalls Sportanlagenbezeichnungen - im konkreten Fall die einer Motorsportrennstrecke (vgl. Senatsbeschluss vom 29.11.2006, 32 W (pat) 173/04 - Mythos Solitude) - für Waren und Dienstleistungen, die einen Bezug zu dieser Anlage und der betreffenden Sportart aufweisen, nicht für unterscheidungskräftig erachtet worden. Entsprechendes gilt im vorliegenden Fall. Eine etwaige - rechtliche oder faktische - Monopolstellung der Anmelderin in Bezug auf den Betrieb einer (Galopp-)Rennbahn in Hoppegarten wäre nicht maßgeblich, da die Beurteilung der

Unterscheidungskraft grundsätzlich unabhängig von der Person des Anmelders zu erfolgen hat (vgl. BGH BIPMZ 2006, 178 - Casino Bremen).

Ob - wie die Markenstelle im Erstbeschluss angenommen hat - einer Eintragung der Bezeichnung "Rennbahn Hoppegarten" auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht (was zumindest für "sportliche Aktivitäten" nicht fern liegt), kann als nicht entscheidungserheblich dahingestellt bleiben.

Auf den rechtlichen Gesichtspunkt der Verkehrsdurchsetzung infolge Benutzung (§ 8 Abs. 3 MarkenG) hat die Anmelderin ihr Eintragungsbegehren nicht gestützt.

Prof. Dr. Hacker

Dr. Kober-Dehm

Viereck

br/Cl