



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 20/05

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 302 06 083

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung am 21. Juli 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richterin Bayer und des Richters Merzbach

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Bezeichnung

Das Regionale

ist am 06. Februar 2002

für die Waren und Dienstleistungen

„Drucksachen; Werbung, Verbreitung von Werbeanzeigen, Herausgabe und Veröffentlichung von Dateien, Texten (ausgenommen Werbetexte), Büchern und anderen Drucksachen, Dienstleistungen eines Telefonbuchverlegers (ausgenommen Druckarbeiten)“

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 06. März 2003 wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Bei der angemeldeten Bezeichnung handele es sich um eine beschreibende Angabe. Sie besage für die Waren und Dienstleistungen lediglich, dass diese inhaltlich und thematisch regionale Informationen zum Gegenstand haben. Gerade mit

der Wahl des Neutrums als beliebtes Verallgemeinerungsmittel verdeutliche die so verkürzte Fassung der angemeldeten Marke die Eigenschaft der Waren und Dienstleistungen, Druckereierzeugnisse von regionalem Zuschnitt zu sein bzw. diese zum Inhalt zu haben. Die Unvollständigkeit der Wendung „Das Regionale“ führe nicht ausreichend von einer Sachangabe weg und ver helfe nicht zur Unterscheidungskraft, da in Zusammenhang mit den konkreten Waren, beispielsweise Drucksachen wie Telefonbüchern, die beschreibende Aussage eindeutig und nicht interpretationsbedürftig sei. Der Sinngehalt der Anmeldung sei vielmehr leicht erfassbar und ohne jegliche Mehrdeutigkeit.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem Antrag,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 06. März 2003 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Bei der angemeldeten Marke handle es sich um eine Kombinationsmarke aus dem Wortbestandteil „Das Regionale“ und dem Bildbestandteil „grünes Rechteck“. Bereits der Wortfolge „Das Regionale“ könne eine hinreichende Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden, da diese Wortfolge hinsichtlich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen ein hohes Maß an Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit aufweise. Der Begriff „Das Regionale“ sei per se ohne ein hierauf bezogenes Substantiv völlig unbestimmt. Es sei offen, worauf sich dieser Begriff beziehe bzw. in welcher Weise er zu interpretieren sei. Dies gelte auch für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen. So sei bei nichtsächlichen Drucksachen wie beispielsweise Zeitungen oder Zeitschriften der Sinngehalt nicht bestimmbar, da sich der sächliche Artikel „Das“ nicht auf „die“ Zeitung oder „die“ Zeitschrift beziehen könne. Auch bei Verwendung der angemeldeten Marke in Zusammenhang mit Büchern könne ein eindeutig beschreibender Sinngehalt nicht festgestellt werden, da offen bleibe, ob das so bezeichnete Buch regional vertrieben werde, ob es sich an Menschen in der Region wende oder ob das Buch Informationen über Er-

eignisse, Personen, Fakten etc. aus der Region beinhalte. Der Wortfolge „Das Regionale“ könne daher ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden, zumal es nicht um die Schutzfähigkeit des Wortes „regional“, sondern um die konkrete Wortfolge „Das Regionale“ gehe. Unabhängig davon weise auch der Bildbestandteil unter Berücksichtigung der einschlägigen Rechtsprechung zu Farbmarken Unterscheidungskraft auf. Jedenfalls sei dann aber die konkrete Ausgestaltung der Marke (Wortfolge „Das Regionale“ auf grünem Grund) schutzfähig.

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

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Gegenstand der Anmeldung ist eine Wort-/Bildmarke. Diese verfügt hinsichtlich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen jedoch nicht über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG 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 2003, 1050 – Cityservice; EuGH GRUR 2003, 58 - COMPANYLINE zur GMV). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf

die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren und Dienstleistungen abzustellen ist. 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).

Ausgehend hiervon fehlt zunächst der in der angemeldeten Wort-/Bildmarke enthaltenen Wortfolge „Das Regionale“, deren Bedeutung im Zusammenhang mit den angemeldeten Dienstleistungen zu beurteilen ist, die erforderliche Eignung, im Verkehr als Unterscheidungsmerkmal hinsichtlich ihrer Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen angesehen zu werden.

Der Begriff „regional“ ist in seiner Bedeutung „eine bestimmte Region betreffend, auf sie beschränkt, für sie charakteristisch“ (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl., S 1291) allgemein verständlich und dient im Geschäftsverkehr als Hinweis darauf, dass die so bezeichneten Waren oder Dienstleistungen in einer bestimmten Region angeboten oder sich thematisch oder inhaltlich auf eine bestimmte Region beziehen. Die Sachaussage "Das Regionale" kommt dabei zwar kaum in jener Verkürzung vor, wie sie Gegenstand der vorliegenden Anmeldung ist, sondern meist als Attribut zugleich konkret benannter Waren oder Dienstleistungen wie zB „das regionale Fernsehen“ oder „die regionale Zeitung“. Es handelt sich aber nicht um eine unvollständige und interpretationsbedürftige Wendung, deren Inhalt erst durch Erläuterungen und Zusätze verdeutlicht wird (wie es z.B. bei der Wortfolge „a la carte“ der Fall ist – vgl. BGH, GRUR 1997, 627). Vielmehr ist der sachbezogene Aussagegehalt der Wortfolge „Das Regio-

nale“ aus sich heraus iS von „regional“, „auf die Region bezogen“ oder „das was die Region betrifft“ im Unterschied zu Überregionalem oder gar Globalem allgemein verständlich. Zutreffend hat die Markenstelle darauf hingewiesen, dass gerade mit der Wahl des Neutrums als beliebtes Verallgemeinerungsmittel die so verkürzte Fassung der angemeldeten Marke verdeutlicht, dass sämtliche Produkte oder Leistungen, die der Verkehr aufgrund des jeweiligen Inhalts des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses in Betracht zu ziehen hat, die erwähnte Eigenschaft, nämlich aus der Region zu stammen oder sich mit einer bestimmten Region zu befassen, besitzen. Die angemeldete Bezeichnung reiht sich damit in vergleichbare verwendete Wortfolgen wie „Das Örtliche“, „Das Erste“ usw. ein.

Aufgrund dieser für den Verkehr ohne weiteres verständlichen Bedeutung wird er die Wortfolge „Das Regionale“ im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht als Unterscheidungsmittel hinsichtlich ihrer betrieblichen Herkunft verstehen, sondern als konkret beschreibende Angabe. So kann diese Wortfolge bei der Ware „Drucksachen“ titelartig auf den Inhalt der betreffenden Ware hinweisen. Inhaltsbeschreibende Werktitel können zwar Titelschutz iS von § 5 Abs 3 MarkenG erlangen; ihnen fehlt jedoch, soweit es um ihre Eintragung als Marke geht, das erforderliche Maß an Unterscheidungskraft, worauf die Markenstelle bereits zutreffend hingewiesen hatte (vgl. BGH, GRUR 1998, 145, 146 – Klassentreffen; GRUR 2003, 342, 343 – Winnetou). Darüber hinaus kann die angemeldeten Bezeichnung bei dieser Ware auch als Hinweis auf das Verbreitungsgebiet der Werbung oder der betreffenden Ware dienen. Bei den Dienstleistungen „Verbreitung von Werbeanzeigen, Herausgabe und Veröffentlichung von Dateien, Texten (ausgenommen Werbetexte), Büchern und anderen Drucksachen, Dienstleistungen eines Telefonbuchverlegers (ausgenommen Druckarbeiten)“ beschränkt sich die Wortfolge auf eine verständliche Beschreibung des Inhalts der Dienstleistungen, nämlich dass diese sich thematisch mit regionalen Themen befassen bzw. regionale Informationen enthalten, oder dient ebenfalls als Hinweis auf das regionale Verbreitungsgebiet der jeweiligen Dienstleistung. Der beschreibende Begriffsinhalt betrifft nicht nur das Werk als solches, sondern auch die

Dienstleistungen, mittels deren die Werke entstehen bzw. veröffentlicht und verbreitet werden (vgl. dazu BGH, GRUR 2003, 342, 343 – Winnetou). Bei der Dienstleistung „Werbung“ wird die Wortfolge „Das Regionale“ ebenfalls als Sachhinweis darauf verstanden werden, dass Werbung für eine bestimmte Region betrieben wird oder Werbung aus einer bestimmten Region Gegenstand der Dienstleistung ist.

Die Wortfolge „Das Regionale“ ist daher in Bezug auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen entgegen der Auffassung der Anmelderin nicht vage und mehrdeutig - was u.U. Indiz für eine hinreichende Unterscheidungskraft sein kann (vgl. BGH, GRUR 2001, 1043, 1044 – Gute Zeiten–Schlechte Zeiten; GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft; GRUR 2005, 257, 258 – Bürogebäude) –, sondern beschränkt sich auf eine für den Verkehr ohne weiteres erkennbare Sachaussage zu Gegenstand und Inhalt oder auch zu dem Verbreitungsgebiet der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen. Allein der Umstand, dass ohne weitere Angaben nicht erkennbar ist, ob sich die Wortfolge „Das Regionale“ auf den Inhalt der Waren und Dienstleistungen bezieht oder auf das Verbreitungsgebiet der damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen, führt nicht zu einer schutzbegründenden Interpretationsbedürftigkeit und Mehrdeutigkeit. Vielmehr steht die mit einer verallgemeinernden Aussage einhergehende Unbestimmtheit einer Angabe ebenso wie die Unkenntnis der durch den Begriff im Einzelfall repräsentierten tatsächlichen Inhalte einem Verständnis als bloße Sachangabe nicht entgegen (vgl. BGH MarkenR 2000, 330, 332 – Bücher für eine bessere Welt). Eine begriffliche Unbestimmtheit kann insbesondere erforderlich und gewollt sein, um einen möglichst weiten Bereich waren- oder dienstleistungsbezogener Eigenschaften, Vorteile oder Leistungsinhalte zu erfassen, ohne diese im Einzelnen zu benennen. In rechtlicher Hinsicht ist zudem noch zu beachten, dass ein Zeichen bereits dann von der Eintragung ausgeschlossen ist, wenn es auch nur in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (vgl. EuGH, MarkenR 2003, 450 – DOUBLEMINT;

EuGH MarkenR 2004, 111, 115 – BIOMILD; BGH GRUR 2005, 257, 258 - Bürogebäude).

Auch das grafische Element in Form eines grünen Rechtecks als Untergrund der Wortfolge „Das Regionale“ vermag eine Unterscheidungskraft nicht zu begründen. Zutreffend hat die Markenstelle darauf hingewiesen, dass der Verkehr in solchen einfachen grafischen Gestaltungselementen ohne jede Eigenart, die lediglich der Hervorhebung des Schriftzugs dienen, keinen Herkunftshinweis sehen wird, sondern lediglich eine werbemäßige Verwendung. Derartige einfache grafische Gestaltungen, an die sich der Verkehr - etwa durch häufige werbemäßige Verwendung - gewöhnt hat, vermögen daher eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebenso wenig aufzuwiegen wie derartige einfache graphische Gestaltungselemente auch für sich allein wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht als Marke eingetragen werden können (BGH WRP 2001, 1201 – antiKalk; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rdnr. 164 ff). Aus der von der Anmelderin zitierten Rechtsprechung zur Schutzfähigkeit abstrakter Farbmarken kann schon deshalb nicht anderes entnommen werden, da es hier nicht um die Eintragung einer abstrakten Farbmarke, sondern um die Eintragungsfähigkeit einer Wort-/Bildmarke geht. Ergänzend weist der Senat jedoch darauf hin, dass nach der aktuellen Rechtsprechung auch abstrakte Farbmarken entgegen der Auffassung der Anmelderin nicht generell, sondern nur unter ganz bestimmten Voraussetzungen herkunftshinweisend wirken und damit schutzfähig sind (vgl. dazu EuGH MarkenR 2003, 227 – Libertel [Farbmarke orange]; EuGH, MarkenR 2004, 338 – Heidelberger Bauchemie [Farbmarke blau/gelb]).

Die Beschwerde hat daher keinen Erfolg.

Kliems

Bayer

Merzbach

Na