



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 51/07

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 15 934.8

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 3. Dezember 2008 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker, der Richterin Dr. Mittenberger-Huber und des Richters Dr. Kortbein

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Zeichen

Chiemgau-Blätter

soll für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 16: Papier, Pappe (Karton und Waren aus diesen Materialien, soweit in Klasse 16 enthalten); Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel, Schreibmaschinen und Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit in Klasse 16 enthalten; Drucklettern; Druckstöcke;

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten;

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten;

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung des Zeichens mit Beschluss vom 14. September 2006 teilweise zurückgewiesen, und zwar für die Waren "Druckereierzeugnisse" und die Dienstleistungen "Werbung; Unterhaltung". Die dagegen eingelegte Erinnerung wurde durch Beschluss vom 20. Februar 2007 zurückgewiesen.

Die Markenstelle vertritt die Auffassung, dass dem angemeldeten Zeichen im Umfang der Zurückweisung die Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehle, da es sich um einen rein inhaltsbeschreibenden Titel handle. Der Verkehr sehe in dem Zeichen lediglich den Hinweis auf ein täglich, wöchentlich oder monatlich erscheinendes Blatt mit Nachrichten und Neuigkeiten aus und für das Chiemgau. Das Zeichen bestehe aus der Kombination einer schutzunfähigen geografischen Herkunftsangabe mit einem branchenkennzeichnenden Zusatz. Der Begriff "Blätter" sei ein Synonym für den Begriff "Zeitung" und entgegen der Auffassung der Anmelderin sprachüblich und nicht lediglich ein Wort des Fachjargons. Eine Sachangabe sei die angemeldete Wortfolge auch für die Dienstleistungen "Werbung" und "Unterhaltung". Es gebe ferner vergleichbare Bezeichnungen wie "Kieler Blätter", "Hamburger Blätter" oder "Berliner Blätter". Vereinzelt Eintragungen könnten aufgrund einer fantasievollen grafischen Gestaltung in das Markenregister gekommen sein. Jede Anmeldung sei individuell zu beurteilen. Im Übrigen gebe es vielfache Zurückweisungen.

Die Beschwerdeführerin hat dem widersprochen und auf die eingetragene Marke "leipziger blätter kulturstiftung leipzig" (DE 306 16 624) Bezug genommen, die für die Waren "Druckereierzeugnisse" und die "Dienstleistungen von Werbeagenturen und Werbeunternehmen, nämlich Verbreitung von Mitteilungen und Anzeigen an die Öffentlichkeit" eingetragen ist. Aus dem Rechtsstaatsgebot und dem allgemeinen Gleichheitsgrundsatz ergebe sich eine Verpflichtung zur Eintragung. Es seien keine Anhaltspunkte ersichtlich, aus denen sich ein Unterschied zu dem angemeldeten Zeichen ergebe. Bei der Prüfung der Schutzfähigkeit seien die Kenn-

zeichnungsgewohnheiten auf dem relevanten Gebiet der Zeitschriften nicht ausreichend berücksichtigt worden. Der Verkehr sei daran gewöhnt Kennzeichnungen vorzufinden, die aus einer Kombination von Herkunftsangabe und Bestandteil mit beschreibendem Anklang bestünden.

Die Anmelderin und Beschwerdeführerin beantragt daher,

die Beschlüsse der Markenstelle vom 14. September 2006 und 20. Februar 2007 aufzuheben.

Das Ergebnis der vom Senat durchgeführten Recherche zur beschreibenden Verwendung der Wortfolge "Chiemgau-Blätter" sowie deren beider Bestandteile wurde der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung vom 5. November 2008 übergeben.

II.

Die gem. § 66 Abs. 1 und 2 MarkenG zulässige Beschwerde ist unbegründet, denn der Beschluss der Markenstelle ist rechtmäßig. Der angemeldeten Wortfolge stehen für die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen die Schutzhindernisse gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen.

1. Nicht schutzfähig nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG sind solche Zeichen, denen die konkrete Eignung fehlt, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Die Hauptfunktion der Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr.; EuGH GRUR 2008, 608 ff. - Rn. 66 - EUROHYPO; EuGH GRUR 2006, 229 - Rn. 27 ff. - BioID; GRUR 2005, 763 ff. - Rn. 22 - Nestlé/ Mars; GRUR 2004,

1027 - Rn. 42 ff. - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; GRUR 2003, 604 - Rn. 62 - Libertel; BGH GRUR 2008, 710 ff. - Rn. 12 - VISAGE; GRUR 2006, 850 ff. - Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 257 - Bürogebäude; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; BGH GRUR 2001, 1153, 1154 - anti KALK). Enthält eine Bezeichnung einen beschreibenden Begriffsinhalt, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst werden kann, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (BGH GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 1999, 1089 - YES). Unterscheidungskraft fehlt aber auch dann, wenn das Zeichen aus Angaben besteht, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung nicht unmittelbar betreffen, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen hergestellt wird und der Verkehr deshalb den beschreibenden Aussagegehalt auch ohne weiteres hinsichtlich dieser Waren oder Dienstleistungen erfasst (BGH GRUR 2006, 850 - Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; BPatG MarkenR 2007, 36, 37 - BuchPartner). Diese Grundsätze gelten für die Beurteilung der Schutzzfähigkeit von Wortfolgen entsprechend (EuGH, a. a. O. - Rn. 33 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft).

1. 1. Gem. § 5 Abs. 3 MarkenG sind die Bezeichnungen von Druckschriften grundsätzlich als Werktitel schutzfähig. Zusätzlich sind sie - was auch für Zeitungstitel gilt - dem Markenschutz zugänglich (BGH GRUR 2000, 882 f. - Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2001, 1042 f. - REICH UND SCHOEN). Die Zielrichtung von Titel- und Markenschutz ist dabei unterschiedlich. Während der Titel im Allgemeinen inhaltsbezogen ist, ist es die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Ob ein Titel im Einzelfall einen Hinweis auf die be-

triebliche Herkunft aus einem bestimmten Geschäftsbetrieb oder nur auf den Inhalt enthält, ist eine Einzelfallfrage, die im Rahmen der Unterscheidungskraft zu klären ist.

Da sich die Bezeichnung "Chiemgau-Blätter" in der beschreibenden, ohne weiteres verständlichen Aussage erschöpft, dass es sich um eine täglich, wöchentlich oder monatlich erscheinende Zeitung mit Informationen aus dem Chiemgau handelt, erfasst das Publikum das angemeldete Zeichen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur als Sachangabe und nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem Unternehmen (EuGH GRUR 2004, 1027 Rn. 42 ff. - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Dem Zeichen fehlt damit jegliche Unterscheidungskraft.

1. 2. Die angemeldete Wortfolge besteht aus den Begriffen "Chiemgau" und "Blätter". Der Chiemgau umfasst Gebiete des Landkreises Traunstein und des Landkreises Rosenheim. Er dehnt sich jeweils etwa 50 km in Nord-Süd- sowie in West-Ost-Richtung um den Chiemsee aus. Das "Blatt" bzw. der Plural "Blätter" ist das Synonym für eine Zeitung, und zwar in der Bedeutung als "unabhängiges, überregionales Blatt" (Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]). In Verbindung mit einer geografischen Angabe ist es der Sachhinweis auf eine in der jeweiligen Region erscheinende Zeitung. Es gibt andere Printmedien, die ebenfalls "Blätter" im Titel führen, wie z. B. "Kommunalpolitische Blätter, Zeitschrift für die kommunalpolitische Praxis im KOMMUNAL VERLAG", "Berliner Blätter für Psychoanalyse und Psychotherapie", "Göttinger Blätter". Das angemeldete Zeichen ist daher zwar als Titel geeignet, überschreitet aber die Schwelle zur Marke nicht. Dem Verkehr erschließt sich aus dem Gesamtzeichen aufgrund der ihm bekannten Marktsituation im entsprechenden Segment nur eine im Vordergrund stehende Sachangabe. Ebenfalls zurückgewiesen durch das Bundespatentgericht wurden die Anmeldungen "Kultur - Blätter" (BPatG 29 W (pat) 278/98) und "Volksblatt" (BPatG 32 W (pat) 15/99).

1. 3. Für die beanspruchten Waren "Druckereierzeugnisse" fehlt dem angemeldeten Zeichen aus den vorgenannten Gründen jegliche Unterscheidungskraft.

1. 4. Wegen des engen beschreibenden Zusammenhangs zwischen den Dienstleistungen "Werbung; Unterhaltung" und den in einer Zeitschrift angebotenen Informationen, die auch der Unterhaltung oder der Werbung dienen können, erfasst der Verkehr das angemeldete Zeichen lediglich als Hinweis auf das Medium. Thematisch umfasst die Berichterstattung von Zeitungen diverse Themen, dabei kann es sich auch um Unterhaltung in und um Traunstein handeln. Sinn einer Tages- oder Wochenzeitung ist es nämlich Hinweise zu bringen, und zwar auf kulturelle und sportliche Veranstaltungen, Kinofilme, Ausstellungen und sonstige Unterhaltungsveranstaltungen, damit der Leser sich ein umfassendes Bild über die Angebote seiner Region machen kann. Zudem ist dem Verbraucher bekannt, dass Zeitungen häufig als Sponsoren von Unterhaltungsveranstaltungen auftreten. Somit wird er einen Zusammenhang vermuten. In Verbindung mit der Dienstleistung "Werbung" wird der Verkehr ferner annehmen, dass die "Traunsteiner Nachrichten" als Medium für Werbung, d. h. Kleinanzeigen, Annoncen, Werbehinweise etc. dienen. Printmedien sind neben Funk, Fernsehen und Internet die klassischen Werbeträger. Das Publikum weiß daher, dass Zeitungen typischerweise Werbemedien sind.

2. Das angemeldete Zeichen unterliegt auch dem Eintragungshindernis gem. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Danach ist die Eintragung solcher Marken ausgeschlossen, die nur aus Angaben bestehen, die zur Bezeichnung der Art, Beschaffenheit oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen oder dienen können, wobei ausreichend ist, dass das Zeichen zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (EuGH GRUR 2004, 680 - BIOMILD). Bei Bezeichnungen für Druckschriften hängt

das Freihaltebedürfnis davon ab, ob das angemeldete Zeichen als beschreibende Inhaltsangabe in Betracht kommt. Dies wird in der Regel dann angenommen, wenn der Titel den Inhalt "treffend" beschreibt (Ströbele/ Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rn. 212; vgl. BPatG 29 W (pat) 316/00 - Hofer Anzeiger; 29 W (pat) 107/01 - Der Neckarbote; 29 W (pat) 251/02 - Isar Anzeiger). Im Übrigen steht der Annahme eines Freihaltebedürfnisses auch nicht entgegen, dass es andere Möglichkeiten zur Benennung von Zeitungen und Zeitschriften für die Mitbewerber der Beschwerdeführerin gibt, denn das absolute Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG trägt den berechtigten Interessen des Wirtschaftsverkehrs Rechnung, Ausschließlichkeitsrechte an beschreibenden Angaben zu verhindern und zu gewährleisten, dass beschreibende Angaben von allen Mitbewerbern frei verwendet werden können (Berlit, Das neue Markenrecht, 5. Aufl. 2003, Rn. 66; Fezer, Markenrecht, 3. Aufl., § 8 Rn. 118; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 2. Aufl., § 8 Rn. 240 f.; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl. 2003, § 8 Rn. 176). Damit ist das Zeichen Freihaltebedürftig, um eine Monopolisierung einer für Wettbewerber erforderlichen Bezeichnung zu vermeiden.

3. Die von der Beschwerdeführerin geltend gemachte Voreintragung führt zu keiner anderen Beurteilung. Zwar kann eine uneinheitliche Entscheidungspraxis des Deutschen Patent- und Markenamts, die dazu führt, dass in einer nicht unerheblichen Zahl von Fällen wesentlich gleiche Sachverhalte ohne nachvollziehbaren Grund ungleich behandelt worden sind, grundsätzlich eine Verletzung des allgemeinen Gleichheitsgrundsatzes nach Art. 3 Abs. 1 GG darstellen (vgl. die Vorabentscheidungsersuchen zum Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften BPatG GRUR 2007, 329 - SCHWABENPOST; Mitt. 2008, 179 - Volks-Handy). Dies setzt aber voraus, dass sich die bisherige Amtspraxis als willkürlich darstellt und nicht erkennen lässt, welche der vorangegangenen Entscheidungen rechtmäßig und welche unrechtmäßig waren. Anhaltspunkte für eine solche ungleiche Amtspraxis sind für den Senat vorliegend nicht ersichtlich. Das Deutsche Patent- und Markenamt hat

sich an der Rechtsprechung des Bundespatentgerichts zu "Hofer Anzeiger", "Der Neckarbote" und "Isar Anzeiger" (a. a. O.) orientiert und derartig aus einem Herkunftshinweis und einem Synonym für "Zeitung" gebildete Zeichen zurückgewiesen. Die von der Beschwerdeführerin angeführte Eintragung "leipziger blätter kulturstiftung leipzig" aus dem Jahr 2006 ist mit dem angemeldeten Zeichen nicht vergleichbar, da sie über zwei zusätzliche Begriffe verfügt. Selbst wenn "Leipziger Blätter" für sich genommen schutzunfähig wäre, könnte sich die Schutzfähigkeit des Zeichens aus den übrigen Bestandteilen der Wortfolge ergeben.

Die Beschwerdeführerin hat deshalb zwar zu Recht darauf hingewiesen, dass viele Zeitungen ähnlich gebildete Titel führen, auch diese verfügen aber nur über Titel-, nicht jedoch Markenschutz, sofern sie nicht im Wege der Verkehrsdurchsetzung eingetragen wurden.

4. Die Rechtsbeschwerde wird nicht zugelassen, da der markenrechtliche Schutz von Zeitungstiteln ausweislich der oben genannten einheitlichen Rechtsprechung keiner abschließenden Klärung durch den Bundesgerichtshof zugeführt werden muss.

Grabrucker

Dr. Mittenberger-Huber

Dr. Kortbein

Hu