

BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 182/00

(Aktenzeichen)

Verkündet am
5. Dezember 2001

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 39 535.0

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 5. Dezember 2001 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, den Richter Baumgärtner und den Richter Guth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Wortfolge

"Nürnberg Arena"

soll für die Waren und Dienstleistungen

"Datenträger aller Art, insbesondere Disketten, CD-Rom, CD's oder Magnetbänder; Telefonbücher, Adressbücher, Adress-, Branchen-, und e-mail-Verzeichnisse; Werbung und Werbevermittlung, Ausarbeitung von Werbekonzeptionen, Verbreitung von Werbesendungen und Werbebeilagen zu Verlagsprodukten; digitale Informationsvermittlung von Daten aus Telefon-, Adress-, Branchen- und e-mail-Verzeichnissen; Dienstleistungen eines Online-Anbieters, nämlich Sammeln, Speichern, Aktualisieren, Analysieren und Weitergeben von Dateninformationen, Bildern und Texten, Betrieb einer Datenbank, Verschaffung von Zugriff auf Datenbanken, Bereitstellung interaktiver Foren, Aktualisieren, Design und Vermietung von Software, Durchführung von Videokonferenzen, Erstellung von Software für die Datenverarbeitung"

als Wortmarke in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 5. Februar 2000 in vollem Umfang zurückgewiesen. Die angemeldete Wortfolge bestehe aus den Begriffen "Nürnberg" und "Arena", die weder für sich genommen schutzfähig seien noch eine schutzfähige Gesamtmarke darstellten, sondern lediglich als beschreibender Hinweis auf die geografische Herkunft der angemeldeten Waren und Dienstleistungen aufzufassen seien. Der Eintragung der angemeldeten Kennzeichnung stehe daher ein Freihaltungsbedürfnis entgegen und der angemeldeten Kennzeichnung fehle jegliche Unterscheidungskraft.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie trägt vor, die angemeldete Wortfolge sei nicht beschreibend. "Arena" stelle die Bezeichnung für einen sandbestreuten Kampfplatz, einen Sportplatz, eine Manege im Zirkus oder auch für eine Sommerbühne dar. Alle diese Bedeutungen des Wortes seien keine Synonyme für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und wiesen keinen näheren Bezug zu ihnen auf. Der weitere Bestandteil "Nürnberg" werde nicht als geografischer Herkunftshinweis aufgefasst werden, denn der Verkehr wisse, dass die angemeldeten Waren und Dienstleistungen nicht zwingend an dem als Bezeichnung genannten Ort hergestellt oder vertrieben werden. Im übrigen seien auf den hier relevanten Waren- und Dienstleistungsbieten vom Deutschen Patent- und Markenamt bereits zahlreiche Marken mit den Bestandteilen "Arena" und "Nürnberg" eingetragen worden.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf die Beschwerdebegründung, eine Internetrecherche des Senats zur Wortfolge "Nürnberg Arena" und "Arena", die zum Gegenstand der mündlichen Verhandlung gemacht worden ist, und auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die angemeldete Kennzeichnung ist für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen von der Eintragung ausgeschlossen, weil für viele der beanspruchten Waren und Dienstleistungen ein Freihaltungsbedürfnis besteht und der Marke jedenfalls für sämtliche Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 1, § 37 Abs. 1 MarkenG).

1. Die angemeldete Marke kann zur Bezeichnung des Inhalts oder Gegenstands vieler der angemeldeten Waren und Dienstleistungen dienen (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

Betrachtet man die angemeldete Kennzeichnung von ihrer lexikalisch nachweisbaren sprachlichen Hauptbedeutung her, so ist sie als "Kampfbplatz, Sportplatz, Manege im Zirkus, Sommerbühne Nürnberg" zu verstehen, also als Bezeichnung für eine in Nürnberg gelegene Stätte (vgl. Wahrig, Deutsches Wörterbuch, 7. Aufl.; Duden, Deutsches Universalwörterbuch, jeweils Stichwort "Arena"). Eine solche Begriffsbildung ist für Veranstaltungsstätten von Großveranstaltungen auch sprachüblich, wie die Bezeichnungen anderer Sportstätten und Stätten für sonstige Großveranstaltungen, z.B. "Preussag Arena, Sachsenarena, Kölnarena, Donau Arena", zeigen, wobei die Bedeutung "Stadion, Wettkampfstätte" im Vordergrund steht. Eine Internet-Recherche des Senats hat weiterhin ergeben, dass mit "Arena Nürnberg" bzw. "Nürnberg Arena" - die Reihenfolge der Wörter ist bei den Fundstellen verschieden - ein großes, modernes Sportstadion in Nürnberg bezeichnet wird, in dem neben bedeutenden Sportveranstaltungen wie etwa Spiele zur Eishockey-Weltmeisterschaft 2001 häufig Ausstellungen, Konzerte weltbekannter Künstler etc. stattfinden, für die u. a. umfangreich im Internet geworben und über die in der überregionalen Presse berichtet wird. Dafür werden online Karten angeboten und verkauft. Außerdem gibt es Websites verschie-

dener Anbieter, die die "Nürnberg Arena" zum Gegenstand haben und etwa über deren Einrichtung und Bau berichten. Diese Arena ist daher überregional bekannt. Die Bezeichnung "Nürnberg Arena" wird deshalb stets als Bezeichnung dieser Veranstaltungsstätte erkannt werden, so dass andere Interpretationen fern liegen und in "Nürnberg Arena" für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine beschreibende Bedeutung liegt. Wie die Internet-Recherche ergeben hat, werden das Programm der Veranstaltungen in der Nürnberg Arena, Berichte über dessen Bau und Ausstattung, die Verkehrsanbindung, die angebotenen Kommunikationsmöglichkeiten, Übernachtungsmöglichkeiten, Adressen, Telefon- und Faxnummern, E-Mail-Adressen etc. sowohl in gedruckter als auch in elektronischer Form veröffentlicht, der Ticketverkauf erfolgt auch über Internet. In Zusammenhang mit diesen Waren und Dienstleistungen wird die angemeldete Wortfolge lediglich als Bezeichnung des Gegenstandes der Druckschriften, zu denen Programme, Prospekte und Werbebeilagen zählen, der Bild- und Tonträger, der Datenbanken und Verzeichnisse, der Software, der Werbung, Werbvermittlung und der Provider-Dienstleistungen verstanden. Weiterhin ist es heute bereits üblich, zur Werbung für Stadien (etwa durch die "Arena vom 1. FC Nürnberg") virtuelle Rundgänge über Internet anzubieten und den Meinungsaustausch über Veranstaltungen, Vereine, Spiele durch online angebotene interaktive Foren zu ermöglichen ("Arena Board" im "Tiger-Forum"). Online-Verkauf von Tickets und die Veröffentlichung von Veranstaltungshinweisen bedeutet Informationsvermittlung und ist ohne das Erstellen und den Rückgriff auf Datenbanken, die Adress-, e-Mail, Telefonverzeichnisse etc. enthalten, und ohne speziell darauf abgestimmte Software nicht möglich. Auch kann man Websites über die Veranstaltungen in der "Nürnberg Arena" Sammlungen von Adressen und Telefonnummern sowie weitere Daten über Hotels oder Veranstalter entnehmen, die auch in gedruckter Form denkbar sind. Bei einer Großveranstaltungsstätte ist es üblich, ein Pressezentrum mit vielfältigen Kommunikationsmöglichkeiten auszustatten und diese den Veranstaltern und Journalisten zur Verfügung zu stellen. Videokonferenzen sind

damit möglich. Telefon-Internetanschlüsse und entsprechende Provider-Dienstleistungen können angeboten werden, wie dies laut Internet-Recherche auch bei der "Nürnberg Arena" der Fall ist. Für alle diese beanspruchten Waren und Dienstleistungen wird die angemeldete Wortfolge "Nürnberg Arena" wenn sie auf Druckschriften, Websites etc. erscheint, ausschließlich als Hinweis auf den Inhalt oder den Gegenstand dieser Angebote, verstanden werden (BGH WRP 2000, 1140 "Bücher für eine bessere Welt"; BGH GRUR 2001, 1043 "Gute Zeiten - schlechte Zeiten"; BGH GRUR 2001, 1042 "REICH UND SCHOEN").

2. Für manche Dienstleistungen wie z.B. "Verbreitung von Werbesendungen und Werbebeilagen zu Verlagsprodukten; Durchführung von Videokonferenzen" liegt zwar kein sich aufdrängender beschreibender Begriffsinhalt nahe, aber der angemeldeten Wort-Bild-Marke fehlt jedenfalls für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Kann einer Wortmarke ein für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich auch sonst um einen verständlichen Ausdruck der deutschen Sprache, der vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solcher und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so fehlt ihm die Unterscheidungskraft (vgl. BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES"; zuletzt etwa BGH WRP 2001, 1082, 1083 "marktfrisch"; BGH GRUR 2001, 1043 "Gute Zeiten - schlechte Zeiten"; BGH GRUR 2001, 1042 "REICH UND SCHOEN"). Dies ist hier der Fall. Wie oben bereits aufgeführt eignet sich die angemeldete Wortkombination als Hinweis auf den Inhalt oder die Bestimmung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen, denn sie nimmt auf deren konkrete Eigenschaften in werbeüblicher, leicht verständlicher Form Bezug und wirkt wegen dieses im Vordergrund stehenden ortsbe-

zogenen Begriffsinhalts für sämtliche dieser beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur als Sachhinweis, nicht als Hinweis auf einen bestimmten Geschäftsbetrieb.

3. Die von der Anmelderin zitierten Markeneintragungen können keinen Hinweis auf die Schutzfähigkeit des hier angemeldeten Zeichens geben. Zum einen handelt es sich bei der angemeldeten Wortfolge - anders als bei den meisten Eintragungen - um eine reine Wortmarke, die für die entscheidungserheblichen Waren und Dienstleistungen einen klaren, unmissverständlichen Hinweis auf den Inhalt oder Gegenstand darstellt, der keine noch so geringe Unterscheidungskraft besitzt. Solche Marken aber sind auch nach Auffassung des Bundesgerichtshofs schutzunfähig. Zum anderen ist die Frage der Schutzfähigkeit nicht anhand von Eintragungen weiterer Zeichen, sondern jeweils im Einzelfall zu beurteilen (BGH BIPMZ 1998, 248 "Today").

Grabrucker

Baumgärtner

Guth

Cl/Fa