



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 88/03

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am:

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 35 473

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 14. April 2005 unter Mitwirkung der Richterin Sredl als Vorsitzende sowie der Richterin Bayer und des Richters Merzbach

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Bezeichnung

KNAPPSCHAFT

ist am 18. Juli 2002 für einen Vielzahl von Waren und Dienstleistungen der Klassen 05; 09; 10; 16; 25; 36; 41; 42; 43; u.a. für

„Software, Datenspeicher (sowohl bespielt als auch unbespielt), nämlich Disketten, Compact-Discs, DVDs; auf Datenträgern aufgezeichnete Anwendungsprogramme; Fernsehfilme; Filme in digitalisierter Form; kinematographische Filme (belichtet); Videofilme, Zeichentrickfilme; Druckereierzeugnisse; Bücher, Veröffentlichungen; (Schriften); Lehr- und Unterrichtsmaterial (ausgenommen Apparate); Datenverarbeitungsprogramme in gedruckter Form; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate) in Form von Druckereierzeugnissen; Prospekte, Broschüren; Fotografien; Zeitschriften, Zeitungen; Erziehung, Ausbildung; Unterhaltung; Unterricht; Unterricht durch Rundfunk und/oder Fernsehen; Weiterbildung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Erziehung auf Akademien; Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung; Bereitstellen von elektronischen Publikationen (nicht herunterladbar); Fernkurse, Zusammenstellung von Fernsehprogrammen und Rundfunkprogrammen; Fernsehunterhaltung; Rundfunk-

unterhaltung; Fernunterricht; Filmproduktion; Filmvermietung, Filmvorführung; Veranstaltung und Leitung von Kolloquien; Organisation und Durchführung von Konferenzen, Kongressen, Seminaren, Symposien, Schulungen, Lehr- und Vortragsveranstaltungen; Schulung und Fortbildung Dritter; Veranstaltung von Ausstellung für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Herausgabe von Texten, ausgenommen Werbetexten; Herausgabe von Verlags- und Druckereierzeugnissen in elektronischer Form, auch im Internet; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckschriften; Bereitstellung von elektronischen Publikationen (nicht herunterladbar); Verleih von Druckschriften; Vermietung von Druckschriften.

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Nach Beanstandung der Anmeldung wegen absoluter Schutzhindernisse nach § 8 II Nr. 1 u. 2 MarkenG hat die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 31. Januar 2003 die angemeldete Bezeichnung teilweise, nämlich für die obengenannten Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen.

Die angemeldete Bezeichnung weise für diese Waren und Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG auf. Der Begriff „Knappschaft“ bezeichne auch nach der aktuellen Ausgabe des DUDEN die Gesamtheit der Knappen, also der Bergleute eines Reviers sowie eine Organisation bzw. einen zufnftmäßigen Zusammenschluss von Knappen, so dass sich der Bedeutungsgehalt der Bezeichnung in Verbindung mit diesen Waren und Dienstleistungen auf die unmittelbare Beschreibung reduziere, dass diese sich inhaltlich mit dem Thema Knappschaft, also der Gesamtheit der Knappen, befassten bzw entsprechende Waren und Dienstleistungen zum Gegenstand hätten. Entgegen der Ansicht der Anmelderin könnten sich die genannten Waren und Dienstleistungen

durchaus mit Knappschaften beschäftigen. Inhalt und Thema würden sogar wesentliche Eigenschaften dieser Waren und Dienstleistungen darstellen.

Dem stehe nicht entgegen, dass der Begriff „Knappschaft“ auch als Kurzbezeichnung für „Bundesknappschaft“ als bedeutender Träger der Sozialversicherung verwendet werde. Denn der Begriff werde, sofern es nicht um Sozialversicherungen gehe, auch in genanntem allgemeinen Sinn verwendet, wie die Internetrecherchen belegten (Knappschaft Lengfeld e.V.; Knappschaft Breitenbrunn e.V.)

Die angemeldete Bezeichnung stelle zudem in Bezug auf die genannten Waren und Dienstleistungen eine freihaltungsbedürftige Angabe iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG dar, da sie ausschließlich aus Angaben bestehe, die im Verkehr zur Bezeichnung von Inhalt und Gegenstand der Waren und Dienstleistungen dienen könnten. Etwas anderes lasse sich auch nicht der genannten „BONUS“- Entscheidung entnehmen, da der BGH in dem Begriff „BONUS“ keine unmittelbar beschreibende Angabe gesehen und daher § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht für einschlägig erachtet habe.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem Antrag,

den Beschluss der Markenstelle vom 31. Mai 2003 insoweit aufzuheben, als der angemeldeten Marke die Eintragung teilweise versagt worden ist.

Die Marke sei für die beantragten Waren und Dienstleistungen konkret unterscheidungskräftig. Sie beschreibe nicht unmittelbar, dass die Waren und Dienstleistungen sich inhaltlich mit dem Thema „Knappschaft“ befassen bzw. entsprechende Waren und Dienstleistungen „Knappschaft“ zum Gegenstand haben. Lege man das Verständnis des durchschnittlich informierten Verbrauchers zugrunde, lasse sich vielmehr feststellen, dass die maßgeblichen Verkehrskreise „Knappschaft“ für die in Anspruch genommenen Waren und Dienstleistungen als Hinweis

auf die Bundesknappschaft vermuten würden, da diese seit Jahrzehnten – spätestens seit 1969 (am 1.8.1969 trat das Gesetz zur Errichtung der Bundesknappschaft als Träger der Knappschaftsversicherung vom 28.7.1969 in Kraft) für den Begriff „Knappschaft“ Verkehrsgeltung erlangt habe.

Hervorzuheben sei ferner, dass es Waren und Dienstleistungen „Knappschaft“ im maßgeblichen Waren- und Dienstleistungsbereich nicht gebe. „Knappschaft“ habe auch keinen inhaltlichen Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen, sondern werde von den Verkehrskreisen dahingehend aufgefasst, dass die Waren und Dienstleistungen auf das Unternehmen „Bundesknappschaft“ hinwiesen. Maßgeblich sei in diesem Zusammenhang, dass das Verkehrsverständnis seit Jahrzehnten ausschließlich davon geprägt werde, dass es in der wirtschaftlichen und sozialen Wirklichkeit der Bundesrepublik Deutschland tatsächlich – mit Ausnahme der Traditionsvereine – nur die „Knappschaft“ gebe, die daher von allen maßgeblichen Verkehrskreisen allein mit der „Bundesknappschaft“ identifiziert werde. „Knappschaft“ sei die seit Jahren gebräuchliche und verankerte Bezeichnung als „Bundesknappschaft“ als im Sozialgesetzbuch verankerter Träger der Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung. Ebenso würden die von der „Bundesknappschaft“ bezeichneten Krankenhäuser im Verkehrsgebrauch einfach als „Knappschaft“ bezeichnet.

Hingegen habe die Markenstelle allein auf die historische Definition des Begriffs „Knappschaft“ als „Gesamtheit der Knappen“ abgestellt. Maßgeblich für die Frage einer produktbezogenen konkreten Unterscheidungskraft sei jedoch nicht ein Verständnis weniger Historiker oder Mitglieder in Zunftvereinen, sondern das Verständnis maßgeblicher Teile der angesprochenen Verkehrskreise.

Hinsichtlich des Schutzhindernisses § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG bedürfe es im übrigen der zusätzlichen Feststellung, dass insbesondere Wettbewerber gerade das beanspruchte Zeichen als Sachangabe benötigten. Dies sei aber nicht der Fall, da der Begriff „Knappschaft“ als beschreibende Angabe über Gegenstand und Inhalt

der hier maßgeblichen Waren und Dienstleistungen nicht ernsthaft in Betracht komme, weil eben „Knappschaft“ als Kurzbezeichnung der Bundesknappschaft und als gebräuchliches Synonym für diese im Bewusstsein der Bevölkerung verankert sei. Zudem sei das Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG auch in der Wechselwirkung zu und unter Berücksichtigung von § 23 Nr. 2 MarkenG zu würdigen

Mit Schriftsatz vom 25. Februar 2005 macht sie weiterhin noch geltend, dass der Gesetzgeber zwischenzeitlich durch Artikel 6 Ziffer 15 des Gesetzes zur Organisationsreform in der gesetzlichen Rentenversicherung, wonach die knappschaftliche Krankenversicherung von der Deutschen Rentenversicherung Knappschaft-Bahn-See unter dem Namen „Knappschaft“ durchgeführt werde, der Anmelderin die Führung der Bezeichnung „Knappschaft“ in Alleinstellung zugewiesen habe.

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 keinen Erfolg, weil die Bezeichnung „Knappschaft“ für die zurückgewiesenen beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG verfügt.

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 Unterscheidungs- mittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unter-

nehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl zur st Rspr EuGH MarkenR 2004, 99, 108 Tz. 81 - KPN/Postkantoor; BGH MarkenR 2004, 39 – Cityservice; MarkenR 2004,138, 139 – Westie-Kopf). Ob ein Zeichen Unterscheidungskraft aufweist, ist unter Berücksichtigung der angesprochenen Verkehrskreise, der konkret gewählten Sprachform und den insoweit üblichen Bezeichnungsgewohnheiten auf dem maßgeblichen Dienstleistungssektor zu beurteilen, wobei grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen ist (vgl zur st. Rspr. BGH MarkenR 2004, 138, 139 – Westie-Kopf).

Jegliche Unterscheidungskraft fehlt einer Bezeichnung aber dann, wenn es sich um eine übliche Beschreibung konkreter Merkmale der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen i.S.v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG handelt, oder aber, wenn es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder ein geläufiges Wort aus einer fremden Sprache handelt, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl. BGH, MarkenR 2002. 338 – Bar jeder Vernunft; MarkenR 2004, 39, 40 – Cityservice). Die erforderliche Unterscheidungskraft weist ein Zeichen daher nicht allein deshalb auf, weil es sich in Bezug auf die jeweiligen Waren oder Dienstleistungen nicht um eine beschreibende Angabe handelt. Vielmehr kann einer Marke die Unterscheidungskraft in Bezug auf Waren oder Dienstleistungen auch aus anderen Gründen als ihrem etwaigen beschreibenden Charakter fehlen (st. Rspr.; zuletzt EuGH, MarkenR 2004, 111, 113 – BIOMILD/Campina Melkunie; EuGH, MarkenR 2004, 99, 107 – KPN/Postkantoor). Maßgebend ist allein, ob der Verkehr in der angemeldeten Marke einen Herkunftshinweis erblickt oder nicht. Ein Eintragungshindernis kann sich daher nicht nur aus dem Bezug des Zeichens zu der Ware oder Dienstleistung selbst ergeben, sondern auch daraus, dass die angesprochenen Verkehrskreise im Hinblick auf den möglichen Inhalt oder Gegenstand der jeweiligen Waren oder Dienstleistungen in dem beanspruchten Zeichen eine Sachinformation sehen (BGH MarkenR 2002, 338, 340 - Bar jeder Vernunft; BGH MarkenR 2003, 148,

149 – Winnetou; EuG GRUR Int. 2001, 864, 866 - CINE COMEDY; BPatG MarkenR 2002, 299, 301 – OEKOLAND).

Ausgehend hiervon fehlt der angemeldeten Bezeichnung „Knappschaft“ in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen die erforderliche Eignung, im Verkehr als Unterscheidungsmerkmal hinsichtlich ihrer Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen angesehen zu werden.

Mit dem Begriff „Knappschaft“ bezeichnet man die Gesamtheit der Bergleute eines Reviers, speziell die Organisation der Bergleute in Form eines zunftmäßigen Zusammenschlusses, der die Fürsorge für die Mitglieder bei Unfall und Krankheit übernahm und dafür besondere Einrichtungen schuf (Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl., S. 915). Auch wenn es „Knappschaften“ mit einer solchen Funktion und Zweckbestimmung heute nicht mehr gibt, ist aber dennoch davon auszugehen, dass der Verkehr „Knappschaft“ vor dem Hintergrund der historischen Entwicklung und Ausgestaltung sozialer Leistungen und Einrichtungen im Bergbau nach wie vor in diesem Sinne versteht. So bezeichnet auch die Anmelderin selbst auf ihrer Internetseite Knappschaften als „organisatorische Kraft (der Bergleute), mit der sie gegen Rechtsübergriffe und wirtschaftliche Übervorteilung antreten konnte“ (www.bundesknappschaft.de). Auch der Umstand, dass eine Vielzahl bergmännischer Traditionsvereine die Bezeichnung „Knappschaft“ in ihrem Namen führen, verdeutlicht, dass dieser Begriff vom Verkehr nach wie vor in seiner ursprünglichen Bedeutung verstanden wird.

Im Bereich des Sozialversicherungsrechts kann aufgrund der historischen Entwicklung zu einer knappschaftlichen Sozialversicherung der Begriff „Knappschaft“ als Synonym für die „Bundesknappschaft“ angesehen werden, wie es jetzt auch in der von der Anmelderin angesprochenen Änderung des § 167 Satz 1 SGB-V zum Ausdruck kommt. Hingegen vermag der Senat der Einschätzung der Anmelderin, das Verkehrsverständnis in der Bundesrepublik Deutschland werde seit Jahrzehnten davon geprägt, dass es in der wirtschaftlichen und sozialen Wirklichkeit

der Bundesrepublik Deutschland tatsächlich – mit Ausnahme weniger Traditionsvereine – nur „die“ Knappschaft gebe, die daher von allen maßgeblichen Verkehrskreisen allein und ausnahmslos mit der Bundesknappschaft identifiziert werde, nicht zu folgen. Denn die Tatsache, dass der Begriff „Knappschaft“ im Sozialversicherungsrecht die gebräuchliche Kurzform für die „Bundesknappschaft“ als im Sozialgesetzbuch verankerter Träger der Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung ist, erlaubt nicht die Schlussfolgerung, dass die beteiligten Verkehrskreise diesen Begriff auch außerhalb eines sozialversicherungsrechtlichen Kontextes mit der „Bundesknappschaft“ identifizieren. Dafür bestehen keine Anhaltspunkte. Vielmehr belegen die von der Markenstelle durchgeführten Recherchen, dass der Begriff „Knappschaft“ nach wie vor in seiner originären Bedeutung verstanden wird.

Selbst wenn der Verkehr den Begriff „Knappschaft“ mit der „Bundesknappschaft“ identifizieren würde, könnte dies allein aus rechtlichen Gründen nicht die nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft begründen. Denn Vorstellungen des Verkehrs über die Zuordnung einer Bezeichnung zu einem bestimmten Geschäftsbetrieb, die ausnahmslos aus der tatsächlichen Marktlage ohne weitere zusätzliche Elemente herrühren, welche diese Zuordnung zu kennzeichnen vermögen, sind nicht geeignet, einen Kennzeichnungsschutz zu begründen (vgl. BGH GRUR 1992, 865 – Volksbank). An solchen zusätzlichen, die Zuordnung kennzeichnenden Elementen fehlt es jedoch vorliegend.

Denn sämtliche hier maßgeblichen und von der Anmelderin beanspruchten Waren und Dienstleistungen können einen unmittelbaren Bezug zu der angemeldeten Bezeichnung aufweisen, weil „Knappschaft“ Inhalt und Gegenstand oder auch das Thema sämtlicher hier maßgeblichen und von der Anmelderin beanspruchten Waren und Dienstleistungen sein kann, und zwar unabhängig davon, ob der Verkehr diesen Begriff in seinem originären Wortsinn oder als Synonym für Bundesknappschaft versteht. Der Verkehr wird daher in „Knappschaft“ keinen Herkunfts- oder Ursprungshinweis zu der betreffenden Ware oder Dienstleistung sehen, sondern

einen Sachhinweis, dass die hier maßgeblichen Waren und Dienstleistungen sich inhaltlich mit dem Thema „Knappschaft“ beschäftigen bzw. diese zum Gegenstand haben. Auch soweit der Verkehr den Begriff „Knappschaft“ in Zusammenhang mit sozialversicherungsrechtlichen Fragen nicht in seinem originären Wortsinn versteht, sondern mit dem Begriff „Bundesknappschaft“ identifiziert, wird er diesen Begriff nicht als Marke, d.h. als ein Kennzeichen für die von einem (privatwirtschaftlichen oder fiskalischen) Unternehmen hergestellten und vertriebenen Waren oder Dienstleistungen und damit als Herkunftshinweis wahrnehmen, sondern darin einen Hinweis auf die Institution „Bundesknappschaft“ als Träger der Renten-, Unfall und Krankenversicherung bzw. eine inhalts- und themenbezogene Sachangabe sehen, dass die damit gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen sich mit der Bundesknappschaft befassen.

Daran ändert auch nichts die mit dem allgemeinen Begriff „Knappschaft“ einhergehende Unbestimmtheit und die damit verbundene Unkenntnis der durch den Begriff im Einzelfall repräsentierten tatsächlichen Inhalte. Denn eine gewisse begriffliche Unbestimmtheit und Unschärfe begründet noch keine Unterscheidungskraft und nimmt der angemeldeten Bezeichnung nicht ihren Charakter als Sachangabe (vgl. BGH MarkenR 2000, 330, 332 – Bücher für eine bessere Welt).

In rechtlicher Hinsicht ist insoweit noch zu berücksichtigen, dass bei einem Waren- und Dienstleistungsverzeichnis, welches wie vorliegend durch die Verwendung von Oberbegriffen unterschiedliche Waren bzw. Einzeldienstleistungen umfasst, die Eintragung des angemeldeten Zeichens für einen beanspruchten Oberbegriff bereits dann ausgeschlossen ist, wenn sich auch nur für eine spezielle, hierunter fallende Ware bzw. Dienstleistung ein Eintragungshindernis ergibt (vgl. BGH WRP 2002, 91, 93,- 94 – AC; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rdnr. 284). Dies ist aber dann der Fall, wenn sich die jeweilige Ware oder Dienstleistung speziell mit dem Thema Knappschaft befasst. Andernfalls wäre es möglich, ein für bestimmte Waren oder Dienstleistungen bestehendes Eintragungshindernis dadurch

zu umgehen, dass in das Verzeichnis ein entsprechend weit gefasster Waren-/Dienstleistungsbegriff aufgenommen wird.

Der Annahme fehlender Unterscheidungskraft kann auch nicht mit dem Argument begegnet werden, dass die Waren und Dienstleistungen der Klassen 09, 16 und 41 neben der fraglichen Bezeichnung mit einem Titel i.S. einer Überschrift versehen seien, so dass der Verkehr in der angemeldeten Bezeichnung einen Herkunftshinweis erkenne. Für die Beurteilung der Schutzfähigkeit der Anmeldung ist allein entscheidend, ob die angesprochenen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher, auf deren Verständnis es maßgeblich ankommt (vgl. EuGH MarkenR 1999, 236, Abs 24 – Lloyd/Loints; EuGH MarkenR 2002, 231 – Philips/Remington; BGH MarkenR 2002, 124 – Warsteiner III), die beanspruchte Bezeichnung ohne Kenntnis sonstiger Umstände als betriebliches Unterscheidungsmittel auffassen. Dies ist bei „Knappschaft“ als allgemein verständlichem Sachhinweis aus den genannten Gründen zu verneinen.

Auch das weitere Argument der Anmelderin, einem Interesse an der Verwendung des Begriffs „Knappschaft“ durch Dritte könne durch § 23 Nr. 2 MarkenG Rechnung getragen werden, führt hier schon deshalb zu keinem anderen Ergebnis, weil die Eintragung schon aufgrund mangelnder Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu verneinen ist (vgl. BPatG PAVIS PROMA 24 W (pat) 220/98 – Elegance).

Unabhängig davon wird ein eventuell bestehendes Freihaltebedürfnis i.S. von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG durch § 23 Nr. 2 MarkenG nicht beseitigt. Denn diese Vorschrift gewährt nur eine zusätzliche Sicherung zugunsten der Mitbewerber im Verletzungsprozess bei der Verwendung beschreibender Angaben. Hingegen schränkt diese Vorschrift nicht die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG inhaltlich ein. Daher kann § 23 Nr. 2 MarkenG auch nicht die Eintragung einer unmittelbar beschreibenden und daher grundsätzlich Freihaltungsbedürftigen Angabe i.S. von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ermöglichen. Ansonsten würde jede

Prüfung auf Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gegenstandlos werden, was mit der gesetzlichen Regelung und der zugrundeliegenden obligatorischen Vorschrift des Art. 3 Abs. 1 Buchst c) der Markenrechtsrichtlinie nicht in Einklang zu bringen wäre (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rdnr. 246; EuGH MarkenR 2003, 227, 232 Tz 58 – Orange).

Der angemeldeten Bezeichnung die Schutzfähigkeit wegen fehlender Unterscheidungskraft zu versagen, entspricht ferner dem diesem Eintragungshindernis zugrunde liegenden Allgemeininteresse, in dessen Lichte alle absoluten Schutzhindernisse auszulegen sind (vgl. z.B. EuGH GRUR 2003, 604, 607 f (Nr. 44 – 60) – Libertel; GRUR Int 2004, 631, 634 (Nr. 44 – 48) – Dreidimensionale Tablettenform I; GRUR 2004, 943, 944 (Nr. 25) – SAT.2). Die rechtspolitische Grundlage der Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG besteht darin, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren (vgl. dazu Hacker, GRUR 2001, 630 ff). Nur soweit ein Zeichen zur Erfüllung der Herkunftsfunktion geeignet ist, besteht eine Rechtfertigung dafür, die allgemeine Wettbewerbsfreiheit dadurch einzuschränken, dass die betreffende Angabe der ungehinderten Verwendung vorenthalten und zugunsten eines einzelnen monopolisiert wird. Wenn eine Marke die Herkunftsfunktion nicht erfüllen kann, darf sie nicht der freien Verwendbarkeit entzogen und Gegenstand eines Ausschließlichkeitsrechts werden (vgl. EuGH GRUR Int 2004, 631, 634 (Nr. 44 – 46) – Dreidimensionale Tablettenform I). Insofern dient auch § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG letztlich einem allgemeinen Freihaltungsinteresse (vgl. Hacker, GRUR 2001, 630, 632 ff). Diese Zielrichtung des Gesetzes kann und muss vor allem in Zweifelsfällen bei der Auslegung der Vorschrift beachtet werden (vgl. BPatG, GRUR 2004, 333, 334 – ZEIG DER WELT DEIN SCHÖNSTES LÄCHELN). Im vorliegenden Fall bestätigen diese Erwägungen die Annahme fehlender Unterscheidungskraft. Denn wenn der Verkehr in „Knappschaft“ einen Sachhinweis auf Knappschaften in ihrer historischen Bedeutung oder in einem sozialversicherungsrechtlichen Zusammenhang einen Sachhinweis auf die Bundesknappschaft als durch das SGB institutionalisierter Träger der Renten-, Kranken- und Pflegeversicherung sieht, diesem Begriff jedoch keine herkunfts-

kennzeichnende Funktion beimit, würden wesentliche Interessen der Allgemeinheit durch eine Monopolisierung der Bezeichnung beeinträchtigt, denen die Angabe zur freien Verwendung entzogen wäre.

Aufgrund der vorgenannten Feststellungen bestehen auch erhebliche Anhaltspunkte dafür, dass das angemeldete Zeichen in Bezug auf die hier maßgeblichen beanspruchten Waren und Dienstleistung eine beschreibende Angabe im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG darstellt, an der die Mitbewerber ein berechtigtes Freihaltungsbedürfnis haben. Einer abschließenden Entscheidung bedarf es aber im Hinblick darauf, dass das Zeichen bereits keine ursprüngliche Unterscheidungskraft i.S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aufweist, insoweit nicht.

Das danach bestehende Eintragungshindernis an der Bezeichnung „Knappschaft“ kann daher nur im Wege der Verkehrsdurchsetzung nach § 8 Abs. 3 MarkenG überwunden werden. Dies hat die Anmelderin aber weder geltend gemacht noch liegen Unterlagen vor, die Anhaltspunkte für eine solche Durchsetzung ergeben könnten.

Die Beschwerde hat daher keinen Erfolg.

Sredl

Bayer

Merzbach

Na