



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 52/05

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke DE 300 90 114

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 2. April 2008 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker, der Richterin Dr. Mittenberger-Huber und des Richters Dr. Kortbein

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 28. November 2001 die Wortmarke

Der Konstanzer

für nachfolgende Waren und Dienstleistungen eingetragen worden:

"Anbieten eines virtuellen Marktplatzes im Internet mit Links zu Domains verschiedener Firmen der Region; Betrieb eines Tele-shopping-Kanals, nämlich Vermittlung, Abschluss und Abwicklung von Verträgen über den An- und Verkauf von Waren sowie über die Inanspruchnahme von Dienstleistungen, und Online-Werbung; Zeitungen, Zeitschriften, Broschüren und Werbeprospekte; Anzeigenblätter; Telefonbuch und virtuelles Telefonbuch; Internet-

Dienstleistungen, nämlich Bereitstellen von Informationen und Unterhaltungsprogrammen im Internet sowie Sammeln, Liefern und Übermitteln von Nachrichten und Informationen aller Art; Herausgabe von Verlags- und Druckerzeugnissen in elektronischer Form in Intranetzen und im Internet; Werbung, insbesondere auch für in der Region ansässige Firmen ohne eigene Internetpräsenz; Marketing, Direktmarketing und sonstiges Marketing; Durchführung von Mailing-Aktionen und Versendung von Mailings zu Werbezwecken; Marktforschung via Internet".

Am 16. Juli 2004 hat die Beschwerdegegnerin Antrag auf Löschung der Eintragung gemäß § 50 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG a. F. i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gestellt. Ihm hat die Beschwerdeführerin als Markeninhaberin rechtzeitig widersprochen.

Mit Beschluss vom 24. Februar 2005 hat die Markenabteilung 3.4. die Löschung der Eintragung der angegriffenen Marke gemäß § 50 Abs. 1 i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG angeordnet. Zur Begründung führt sie aus, dass es sich bei der Bezeichnung "Der Konstanzer" um die personifizierte Form einer geographischen Angabe handele. Konstanz sei der Name einer am Bodensee gelegenen Universitätsstadt, die ein attraktiver Wirtschaftsstandort sei. Damit weise die angegriffene Marke auf den Inhalt, die Abnehmer und die Herkunft der Waren und Dienstleistungen hin. Als Ortsangabe sei sie für Mitbewerber der Beschwerdeführerin freizuhalten. Die adjektivische Form "Konstanzer" werde auf Grund der nur geringfügigen Abweichung mit dem Namen "Konstanz" in Verbindung gebracht. Auch die Voranstellung des bestimmten Artikels "Der" sei üblich. Eine sprachwidrige Wortbildung entstehe durch die Kombination von "Der" und "Konstanzer" sowie durch die damit verbundene Personifizierung nicht. Selbst wenn das gegenständliche Zeichen nur in sehr eingeschränktem Umfang verwendet werde, so sei auf Grund vergleichbar gebildeter Zeitungstitel ein weitergehender Gebrauch in Zukunft nicht

ausgeschlossen. Die Möglichkeit anderweitiger Benennung der gegenständlichen Dienstleistungen schließe das Freihaltungsbedürfnis der Mitbewerber nicht aus.

Gegen diese Entscheidung hat die Beschwerdeführerin Beschwerde eingelegt, mit der sie beantragt,

den Beschluss vom 24. Februar 2005 aufzuheben und den Antrag auf Löschung zurückzuweisen.

Sie begründet ihr Rechtsmittel damit, dass die gegenständliche Marke nicht freigehalten werden müsse und eigenartig sei. Sie weise nicht ausschließlich auf den Inhalt und den Leserkreis der Druckerzeugnisse hin. Dies wäre lediglich bei den Bezeichnungen "Konstanz" oder "Konstanzer Zeitung" der Fall. Vorliegend sei jedoch nur ein Adjektiv verwendet worden, das durch ein Substantiv vervollständigt werden müsse, um der Marke einen Sinngehalt beimessen zu können. Auch sei die mit der Voranstellung des Artikels "Der" verbundene Personifizierung geeignet, die Schutzfähigkeit zu begründen, da sie zu einer Verfremdung führe. So würden heutzutage im nationalen und internationalen Bereich Telefonbücher erstellt, bei denen der Verkehr nicht davon ausgehe, dass sie Informationen über die Einwohner der Stadt Konstanz enthielten. Zudem sei eine personifizierte Bezeichnung von Telefonbüchern unüblich. Obige Überlegungen würden entsprechend für die verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen gelten. Bei den Tätigkeiten, die mit Hilfe des Internets erbracht würden, sei auch zu berücksichtigen, dass dem angegriffenen Zeichen auf Grund des globalen Internetmarkts jeglicher Bezug zu einer geographischen Herkunftsangabe fehle.

Demgegenüber hat die Beschwerdegegnerin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie trägt vor, dass die Bezeichnungen "Der Konstanzer" und "Konstanz" bzw. "Konstanzer Zeitung" identisch seien. Ein Anzeigenblatt mit dem Namen "Der Konstanzer" wende sich an die im Raum Konstanz lebenden Einwohner. Die angegriffene Marke weise somit auf die geographische Herkunft aller eingetragenen Waren und Dienstleistungen hin.

Den Verfahrensbeteiligten sind die Ergebnisse der durchgeführten Recherchen zugeleitet worden. Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet. Der Beschluss der Markenabteilung ist rechtmäßig, da bereits zum Zeitpunkt der Anmeldung das Zeichen dem Schutzhindernis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterlag und dieses im Zeitpunkt der Entscheidung über den Löschungsantrag noch besteht (§ 50 Abs. 1 und 2 Satz 1 MarkenG).

Gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind von der Eintragung solche Marken ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Beschaffenheit, der Bestimmung oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen dienen können (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt; EuGH GRUR 2004, 146 - DOUBLEMINT). Solche Zeichen oder Angaben müssen im Allgemeininteresse allen Unternehmen zur freien Verfügung belassen werden (vgl. EuGH GRUR 2004, 680 - BIOMILD). Dies ist vorliegend der Fall.

1. Das gegenständliche Zeichen leitet sich von dem Namen der am Bodensee gelegenen Stadt "Konstanz" ab (vgl. Duden, Geographische Namen in Deutschland, 2. Auflage, Seiten 167 und 168). Der Zusammensetzung des bestimmten Artikels "Der" mit der männlichen Form des Adjektivs "Konstanzer" kommt die Bedeutung

"Der Einwohner der Stadt bzw. Gemeinde oder des Kreises Konstanz" zu (vgl. "Wortschatz der Universität Leipzig" unter "<http://wortschatz.uni-leipzig.de/abfrage/>"). Dieses Verständnis wird insbesondere auch deshalb nahegelegt, da die Bewohner anderer Städte in vergleichbarer Weise bezeichnet werden. So existieren Wortkombinationen wie "Bund der Berliner und Freunde Berlins e. V." (vgl. Homepage unter "<http://www.bund-der-berliner.de/oben.html>") oder als bekannter Titel eines Buches "Der Münchener im Himmel".

2. Unter Zugrundelegung dieser Bedeutung handelt es sich bei der Bezeichnung "Der Konstanzer" um eine sachbezogene Angabe, die lediglich auf den Kreis der Adressaten und Nutznießer der gegenständlichen Waren und Dienstleistungen hinweist. Neben der damit verbundenen Funktion als Bestimmungsangabe kommt ihr zusätzlich die Bedeutung einer Inhaltsangabe zu. Die beanspruchten Waren "Zeitungen, Zeitschriften, Broschüren und Werbeprospekte; Anzeigenblätter" sowie "Verlags- und Druckerzeugnisse in elektronischer Form" können sich mit Themen beschäftigen, die in besonderer Weise für einen Einwohner der Stadt Konstanz von Interesse sind (vgl. auch BPatG 29 W (pat) 316/00 - Hofer Anzeiger, 29 W (pat) 107/01 - Der Neckarbote, 29 W (pat) 251/02 - Isar Anzeiger). Dies wird insbesondere deutlich anhand des von der Beschwerdeführerin herausgegebenen Blatts "der konstanzer", das in Konstanz hergestellt und im Gebiet von Konstanz verteilt wird. In ihm sind Beiträge und Inserate rund um die Stadt Konstanz enthalten (vgl. "der konstanzer" Nr. 5 vom 5. März 2008). Insofern verwendet die Beschwerdeführerin selbst die Wortkombination in beschreibender Weise (vgl. hierzu auch BGH WRP 2005, 889, 892 - LOKMAUS, BGH GRUR 2003, 436 - Feldenkrais).

In Verbindung mit der Ware "Telefonbuch und virtuelles Telefonbuch" vermittelt das Zeichen die Vorstellung, dass darin Telefonnummern und Adressen von Einwohnern der Stadt oder des Kreises Konstanz veröffentlicht sind. So gibt es im Internet entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin örtlich begrenzte Telefonver-

zeichnungen gerade auch für Konstanz und Umgebung (vgl. "DasÖrtliche" unter "<http://www.dasoertliche.de/>").

Die weiteren Dienstleistungen "Anbieten eines virtuellen Marktplatzes im Internet mit Links zu Domains verschiedener Firmen der Region; Betrieb eines Teleshopping-Kanals, nämlich Vermittlung, Abschluss und Abwicklung von Verträgen über den An- und Verkauf von Waren sowie über die Inanspruchnahme von Dienstleistungen, und Online-Werbung; Internet-Dienstleistungen, nämlich Bereitstellen von Informationen und Unterhaltungsprogrammen im Internet sowie Sammeln, Liefern und Übermitteln von Nachrichten und Informationen aller Art; Werbung, insbesondere auch für in der Region ansässige Firmen ohne eigene Internetpräsenz; Marketing, Direktmarketing und sonstiges Marketing; Durchführung von Mailing-Aktionen und Versendung von Mailings zu Werbezwecken; Marktforschung via Internet" können sich ebenfalls an den spezifischen Bedürfnissen eines Konstanzer Einwohners orientieren. Dies ergibt sich teilweise bereits aus der Formulierung des regionalen Bezugs einzelner Dienstleistungsbegriffe. Auch bei den anderen Dienstleistungen kommt eine Ausrichtung auf einen örtlich begrenzten Kreis von Abnehmern in Betracht. So kann ein Teleshopping-Kanal im Raum Konstanz betrieben werden. Demzufolge betreffen die damit in Zusammenhang stehenden Verträge und Werbeaktivitäten vornehmlich einen regional eingegrenzten Personenkreis, nämlich die Konstanzer. Die über das Internet verbreiteten Informationen und Unterhaltungsprogramme lassen sich so gestalten, dass sie vor allem für Ortsansässige von Bedeutung sind. Zu denken ist hierbei vor allem an Lokalnachrichten oder -radiosendungen, die in besonderer Weise auf Ereignisse und Entwicklungen im Konstanzer Raum eingehen. Das Marketing in jedweder Form kann beispielsweise der Förderung des Absatzes von landwirtschaftlichen Produkten der Region und somit den Interessen der einheimischen Bauern dienen. Ebenso sind die Mailing-Aktivitäten geeignet, die Einwohner im Bereich von Konstanz zu unterstützen, indem zum Beispiel deutschlandweit Interessenten angesprochen werden, damit sie ihren Urlaub dort verbringen. Schließlich kann sich die "Markt-

forschung via Internet" nur auf Konstanzer Bürger beziehen, um das Produktangebot vor Ort zu verbessern.

3. Daher besteht ein Freihaltungsbedürfnis an der angegriffenen Marke und zwar in der Adjektivform einer Ortsangabe (vgl. BPatG 33 W (pat) 060/02 - NÜRNBERGER und 28 W (pat) 024/04 - WolfsBurger; BPatG GRUR 1994, 627 - ERDINGER). Der Zeichenbestandteil "Konstanzer" stellt keine hinreichend merkbare Abweichung von der zugrunde liegenden Ortsangabe "Konstanz" dar, zumal die adjektivische Form in der deutschen Sprache gängig verwendet wird, geographische Angaben zu bilden (vgl. EuG GRUR 2004, 148, 149, Nrn. 39 und 40 - OLDENBURGER). Zusätzlich lässt auch nicht die Voranstellung des bestimmten Artikels und die damit verbundene Personifizierung den örtlichen Bezug und folglich das Freihaltungsbedürfnis entfallen. Sie führt lediglich dazu, dass weniger auf den Ort als solchen, sondern eher auf die dort lebenden Menschen abzustellen ist. Damit kommt den lokalen Abnehmerkreisen eine größere und der geographischen Herkunft der Waren und Dienstleistungen eine zwar geringere, aber hinreichende Bedeutung zu. In der Benennung der Abnehmerkreise liegt eine Bestimmungsangabe für die Waren und Dienstleistungen.

Die Bezeichnung "Der Konstanzer" kommt zudem auch deshalb als geographische Herkunftsangabe in Betracht, da die in Baden-Württemberg gelegene und zum Regierungsbezirk Freiburg gehörende Große Kreisstadt "Konstanz" am 31. Dezember 2006 ca. 81.000 Einwohner hatte und im Gebiet von Konstanz über 3.300 Unternehmen mit mehr als 33.500 Beschäftigten tätig sind. Es handelt sich somit um einen bedeutenden Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort. Die Schwerpunkte der Konstanzer Wirtschaft liegen in den Bereichen "Kommunikations- und Informationstechnologie", "Medien" und "Druck" (vgl. "Wikipedia" unter "<http://de.wikipedia.org/wiki/Konstanz>"), denen sich die Waren und Dienstleistungen der angegriffenen Marke ohne Weiteres zuordnen lassen. Sie können folglich mit Konstanz in Verbindung gebracht werden, zumal eine solche nicht auf der Herstellung von Waren beruhen muss, sondern sich auch aus anderen Anknüpfungs-

punkten ergeben kann (vgl. EuGH GRUR 1999, 723-728, Nr. 37 - Chiemsee; BPatG GRUR 2000, 149-151 - WALLIS; BPatG 27 W (pat) 108/99 - Cloppenburg). Demzufolge kommt Konstanz darüber hinaus sowohl als Ort der Produktion der eingetragenen Waren als auch als Ort der Erbringung der eingetragenen Dienstleistungen in Betracht.

Anhaltspunkte für eine unterschiedliche Beurteilung der Schutzfähigkeit der zu löschenden Marke im Eintragungs- bzw. Entscheidungszeitpunkt durch den Senat liegen nicht vor.

Die Beschwerde war demnach zurückzuweisen.

Grabrucker

Dr. Mittenberger-Huber

Dr. Kortbein

Ko/Pü