



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 58/07

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 63 523.2

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. September 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Bender und der Richter Kätker und Knoll

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 12. Februar 2007 aufgehoben, soweit die Markenmeldung zurückgewiesen worden war.

Gründe

I.

Das Zeichen

KLASSIKSTADT

ist am 15. Oktober 2006 für zahlreiche Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 25, 35, 36, 37, 39, 41 und 43 als Bildmarke angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch Beschluss einer Beamtin des höheren Dienstes die Anmeldung wegen fehlender Schutzfähigkeit teilweise, nämlich in Bezug auf folgende Waren zurückgewiesen:

Klasse 16:

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien - soweit in Klasse 16 enthalten, Druckereierzeugnisse, Fotografien, Folien, Taschen und Beutel aus Kunststoff für Verpackungszwecke;

Klasse 25:

Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen;

Klasse 35:

Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Veranstaltung von Messen und Ausstellungen zu gewerblichen oder zu Werbezwecken, Geschäftsführung von Hotels im Auftrag Dritter, Entwicklung von Nutzungskonzepten für Immobilien in betriebswirtschaftlicher Hinsicht (Facility management), Entwicklung von Werbe- und Marketingkonzepten sowie Werbung und Marketing für Immobilien (Facility management);

Klasse 36:

Immobilienwesen, Immobilienverwaltung, Verpachtung von Immobilien, Gebäudeverwaltung, Immobilienverwaltung sowie Vermittlung, Vermietung und Verpachtung von Immobilien (Facility management);

Klasse 39:

Veranstaltung von Reisen und Ausflugsfahrten;

Klasse 41:

Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, kulturelle Aktivitäten, Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke, Durchführung von Live-Veranstaltungen, Organisation und Veranstaltung von Kongressen, Organisation und Veranstaltung von Konferenzen, Organisation und Durchführung von kulturellen Veranstaltungen, Veranstaltung und Durchführung von Seminaren;

Klasse 43:

Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen, Vermietung von Gästezimmern, Verpflegung von Gästen in Cafeterias, Verpflegung von Gästen in Cafés, Verpflegung von Gästen

in Kantinen, Verpflegung von Gästen in Restaurants, Verpflegung von Gästen in Schnellimbissrestaurants (Snackbars), Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants, Betrieb von Hotels, Hotelreservierung, Zimmervermittlung (Hotels, Pensionen), Dienstleistungen von Pensionen und Reservierung von Pensionsunterkünften.

Nach Auffassung der Markenstelle fehlt der angemeldeten Marke in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen die Unterscheidungskraft. Sie werde insoweit als Hinweis auf eine wegen ihres Bezugs zur Klassik bekannte Stadt verstanden, die Merkmale der Produkte beschreibe. In Deutschland gebe es mehrere Städte, die sich mit dem Zusatz „Klassikstadt“ schmückten, wie etwa Weimar, Wiesbaden oder Berlin. Im Hinblick auf die beanspruchten Waren „Druckereierzeugnisse, Fotografien“ könne es sich um eine Inhaltsangabe bzw. die Angabe der Thematik handeln. Die weiter beanspruchten Waren der Klasse 16 könnten Merchandising-Artikel oder Reiseandenken sein, bei denen die Kaufentscheidung vom jeweiligen Inhalt bzw. Aufdruck bestimmt werde. In Bezug auf die zurückgewiesenen Dienstleistungen werde der Verkehr annehmen, dass sie sich inhaltlich mit einer Klassikstadt befassen oder für eine Klassikstadt bestimmt seien. Auch die grafische Gestaltung rechtfertige keine andere Beurteilung. Die breit gezogene Schrift in zwei unterschiedlichen Farben sei ein gängiges, als Blickfang wirkendes Gestaltungsmittel, an das der Verkehr gewöhnt sei. Es sei auch ein Freihaltebedürfnis gegeben. Im Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen stelle die angemeldete Bezeichnung einen in die Geschäfts- und Werbesprache eingegangenen Begriff dar, der auch Mitbewerbern zur Verfügung stehen müsse.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die beantragt,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen worden war.

Die angemeldete Marke sei im Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen unterscheidungskräftig. Dem Wort „KLASSIK“ könne auf den ersten Blick keine unmittelbare Bedeutung zugeordnet werden. Es sei vielmehr mehrdeutig und interpretationsbedürftig. Um bei „KLASSIKSTADT“ eine Bedeutung zu ermitteln, müsse der Verkehr zunächst ermitteln, was sich hinter dem Begriff „KLASSIK“ verberge und was „KLASSIK“ im Zusammenhang mit dem Wort „STADT“ bedeuten solle. Das Publikum werde sich also zunächst die Frage stellen, was an der Stadt klassisch sei: „Ist es die Musik, die dort gespielt werde, ist es der klassische Baustil, der die Stadt präge, sind es die Künstler, die in der Stadt gelebt und gearbeitet haben oder ist es ein bestimmtes Thema, für das die Stadt berühmt ist?“ Ausgehend von diesen Überlegungen bleibe die Anmeldemarke mehrdeutig und interpretationsbedürftig und sei nicht geeignet, eine unmittelbare und konkrete Beschreibung zu vermitteln. In Bezug auf die Waren und Dienstleistungen sei die angemeldete Marke keinesfalls unmittelbar beschreibend. An der angemeldeten Marke bestehe auch kein Freihaltungsbedürfnis. Bei „KLASSIKSTADT“ handele es sich nicht um eine beschreibende Angabe oder gar um eine Bestimmungsangabe, da der unmittelbare und konkrete Bezug zu den streitgegenständlichen Waren und Dienstleistungen offensichtlich fehle.

Schließlich verweist die Anmelderin auf die Eintragungspraxis des Deutschen Patent- und Markenamts zu verschiedenen Marken mit dem Bestandteil „Stadt“ (z. B. Autostadt, Bücherstadt, Orgelstadt, Dreiflüssestadt usw., siehe Bl. 36 d. A.). Aufgrund dieser Spruchpraxis bestehe die Verpflichtung zu prüfen, ob insofern eine Differenzierung zur vorliegenden Markenmeldung gerechtfertigt sei.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache Erfolg.

Entgegen der Beurteilung der Markenstelle steht nach Auffassung des Senats weder ein Freihaltungsbedürfnis i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG noch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG der Eintragung der angemeldeten Marke entgegen. Soweit im Beschluss der Markenstelle in den dem Entscheidungsausspruch folgenden Gründen auch die Ware „Buchbinderartikel“ als zurückgewiesen bezeichnet wird, hat dies angesichts der abweichenden Tenorierung keine Auswirkung. Im Übrigen kann auch in Bezug auf „Buchbinderartikel“ ein Schutzhindernis nicht festgestellt werden.

Bei der Beurteilung von Schutzhindernissen ist maßgeblich auf die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise abzustellen, wobei dies alles Kreise sind, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann. Dabei kommt es auf die Sicht des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers im Bereich der einschlägigen Waren und Dienstleistungen an (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 23 ff.). Bei den streitgegenständlichen Waren und Dienstleistungen aus den Klassen 16, 25, 35, 36, 39, 41 und 43 werden je nach Produkt unterschiedliche Verkehrskreise angesprochen, nämlich zum Teil der allgemeine Verkehr, zum Teil aber auch spezielle Fachverkehrskreise.

1. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen können. Nach der Rechtsprechung des EuGH verfolgt die mit Art. 3 Abs. 1 Buchstabe c der Ersten Richtlinie des Rates der EG Nr. 89/104 (Markenrichtlinie) übereinstimmende Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass Zeichen oder

Angaben, die zur Beschreibung von Merkmalen der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen geeignet sind, von allen frei verwendet werden können. Solche Zeichen oder Angaben dürfen deshalb nicht durch Eintragung nur für ein Unternehmen monopolisiert werden (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 (Nr. 25) „Chiemsee“; GRUR 2004, 146, 147 (Nr. 31) „DOUBLEMINT“; GRUR 2004, 674, 676 (Nr. 54, 56) „Postkantoor“; GRUR 2004, 680, 681 (Nr. 35 - 36) „BIOMILD“; vgl. auch Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 176 m. w. N.).

Unter Beachtung dieser Grundsätze ist nach der Erkenntnis des Senats vorliegend ein Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht gegeben.

Die Bezeichnung „Klassikstadt“ ist lexikalisch nicht nachweisbar. Es handelt sich aber gleichwohl um eine Kombination von zwei allgemein geläufigen Hauptwörtern, wobei die Wortbildung den üblichen Sprachregeln bei zusammengesetzten Hauptwörtern folgt. Der Markenbestandteil „Klassik“ hat mehrere Bedeutungen. Lexikalisch lässt sich u. a. folgendes nachweisen: „Kultur und Kunst der griechisch-römischen Antike“, „Epoche, der durch das griechisch-römische Vorbild eine harmonische Ausgewogenheit gelungen ist und die deshalb eine überzeitliche Vollkommenheit erreicht hat“ und „Epoche kultureller Höchstleistung“ (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 5. Auflage). Im Übrigen wird Klassik u. a. auch als Synonym für klassische Musik überhaupt verwendet (Lieben Sie Klassik?) oder in einem engeren Sinne für die Musik der „Wiener Klassik“, einer Stilrichtung der europäischen Musik, deren Protagonisten die Komponisten Haydn, Mozart und Beethoven sind (siehe dazu Wikipedia, Die freie Enzyklopädie im Internet; unter dem entsprechenden Stichwort). In der Literatur gibt es den Begriff der „Weimarer Klassik“ der die Zeit bezeichnet, in der das sog. „Viergestirn“, nämlich die Dichter Goethe, Herder, Schiller und Wieland, in Weimar wirkte (siehe dazu Wikipedia, Die freie Enzyklopädie im Internet; unter dem entsprechenden Stichwort).

Nach dem Wortverständnis liegt es nicht fern, unter dem Begriff „Klassikstadt“ eine Stadt zu verstehen, in der die Klassik - in welcher Form auch immer (klassischer oder klassizistischer Baustil, klassische Musik, klassische Literatur, Herkunftsort der Protagonisten der Klassik im Sinne von Musik, Literatur oder Architektur) - eine Rolle spielt. Nach der vom Senat durchgeführten Internetrecherche mit dem Begriff „Klassikstadt“ bei ... weisen die ersten zehn Treffer ausschließlich auf die Anmelderin hin. Im Zusammenhang mit der Stadt Weimar ergeben sich 84 Treffer, die zum Teil auf identische Web-Seiten führen; im Zusammenhang mit der Stadt Wien ergeben sich 5 Treffer. Die Städte „Weimar“ und „Wien“ werden auf den entsprechenden Internetseiten als „Klassikstadt Weimar“ bzw. „Goethe- und Klassikstadt Weimar“ und „Klassikstadt Wien“ bezeichnet. Der Grund dafür, dass diese beiden Städte mit diesem Attribut versehen werden, dürfte darin zu suchen sein, dass die Protagonisten klassischer Literatur bzw. klassischer Musik zu einer bestimmten Zeit in diesen Städten gelebt haben, was auch zu den Fachbegriffen „Weimarer Klassik“ und „Wiener Klassik“ geführt hat. Die weiteren im Verfahren genannten Bezeichnungen „Klassikstadt Wiesbaden“ und „Klassikstadt Berlin“ lassen sich aktuell im Internet nicht nachweisen, wobei auch die von der Markenstelle ermittelten Unterlagen keine Bezeichnung „Klassikstadt Wiesbaden“ enthalten, sondern statt dessen die Bezeichnung „Klassikstadt Wien“.

Mit der Bezeichnung „Klassikstadt“ können nach dem Ergebnis der Recherche demzufolge die Städte „Weimar“ oder „Wien“ gemeint sein. Die Bezeichnung wird nach den ermittelten Textstellen allerdings nicht isoliert und damit quasi als „Synonym“ für Weimar oder Wien verwendet, sondern praktisch immer in Kombination mit dem jeweiligen Städtenamen, wobei die Stadt Weimar zum Teil auch als „Goethe- und Klassikstadt Weimar“ bezeichnet wird. Angesichts dieser Recherchelage kann nach Auffassung des Senats nicht davon ausgegangen werden, dass sich der Begriff „Klassikstadt“ bereits als Synonym für die Städte Weimar oder Wien durchgesetzt hat und somit als hinreichend klarer geografischer Herkunftshinweis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG im Sinne eines Hinweises auf eine ganz bestimmte Stadt in Betracht kommt. Dies gilt um so mehr, als es eine Be-

legstelle gibt, welche im Zusammenhang mit klassischer Musik die Wortfolge „Klassikstadt Berlin“ enthält und damit auf bedeutende Orchester und Opernhäuser anspielt, die in Berlin ihren Sitz haben.

Auch als mittelbare geografische Bezeichnung, nämlich als Sammelbezeichnung für Klassikstädte (vgl. zum Begriff der mittelbaren geografischen Herkunftsangabe BPatG PAVIS PROMA 32 W (pat) 102/97 - Hanse Tee Contor Wismar/Hanse-Kaffee; 32 W (pat) 137/99 - Lübecker Hanse; 32 W (pat) 110/05 - HanseBack/Hanse Semmel) kommt die angemeldete Bezeichnung nach Auffassung des Senats nicht ernsthaft in Betracht. Anders als bei dem Begriff „Hansestadt“, der allgemein anerkannt und lexikalisch belegbar bestimmte Städte wie etwa die Hansestädte Hamburg, Bremen, Lübeck, Rostock oder Greifswald bezeichnet, die in der Hanse, einem mittelalterlichen Kaufmanns- und Städtebund, zusammengeschlossen waren, ist eine solche konkrete Zuordnung von Städten bei dem Begriff „Klassikstadt“ nicht möglich.

Wie bereits ausgeführt, liegt es nach dem reinen Wortverständnis nicht fern, unter dem Begriff „Klassikstadt“ eine Stadt zu verstehen, in der die Klassik - in welcher Form auch immer (klassischer oder klassizistischer Baustil, klassische Musik, klassische Literatur, Herkunftsort der Protagonisten der Klassik im Sinne von Musik, Literatur oder Architektur) - eine Rolle spielt. Gleichwohl ist der Begriff unbestimmt und jedenfalls dahingehend mehrdeutig, dass unklar bleibt, unter welchem Gesichtspunkt die Stadt als „klassisch“ bezeichnet wird.

Bei der überwiegenden Anzahl der zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen vermag der Senat darüber hinaus nicht zu erkennen, welche weiteren Merkmale im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG der Produkte - abgesehen von der bereits abgehandelten geografischen Herkunftsangabe - mit der angemeldeten Bezeichnung beschrieben werden könnten. So eignet sich die Bezeichnung „Klassikstadt“ etwa bei den Waren „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“ weder als Beschaffenheits- noch als Bestimmungsangabe. Es gibt keine Be-

kleidungsstücke, Schuhe oder Kopfbedeckungen, die etwa speziell dafür bestimmt sind, in einer Klassikstadt getragen zu werden. Entsprechendes gilt für die Dienstleistungen der Klasse 35, 36 und 43 und für den überwiegenden Teil der Waren und Dienstleistungen der Klasse 16 und 41.

Allein für die Waren der Klasse 16 „Druckereierzeugnisse und Fotografien“, die Dienstleistungen der Klasse 39 und einen Teil der Dienstleistungen der Klasse 41, wie z. B. „kulturelle Aktivitäten“ könnte die angemeldete Bezeichnung inhaltlich-thematisch einen Hinweis auf die Art, Beschaffenheit oder Bestimmung der Produkte geben. Gleichwohl erscheint der Begriff „Klassikstadt“ auch insoweit eher verschwommen und daher wenig geeignet, konkrete Merkmale der Produkte zu beschreiben. Soweit in der Bezeichnung trotzdem ein Hinweis auf die Beschaffenheit der Ware gesehen werden könnte, vermag die vorhandene grafische Ausgestaltung den notwendigen (kleinen) schutzbegründenden Überschuss herzustellen. Zwar ist auch die Gestaltung der Marke mit der breit auseinandergesetzten Schrift in drei unterschiedlichen Farben (rot, schwarz und Schattenwurf in grau) nicht besonders originell. Da aber der beschreibende Charakter der angemeldeten Marke wegen der verschiedenen Deutungsmöglichkeiten wenig ausgeprägt erscheint, sind zur Überwindung des Schutzhindernisses auch die Anforderungen an die grafisch-bildliche Ausgestaltung nicht hoch anzusetzen (vgl. dazu Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdn. 265 mit weiteren Rechtsprechungsnachweisen). Diesen geringen Anforderungen wird die vorliegende grafische Ausgestaltung noch gerecht.

2. Der angemeldeten Bezeichnung kann auch die Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht abgesprochen werden.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen aufgefasst zu werden. Diese fehlt einer Marke insbesondere dann, wenn ihr für die fraglichen Waren und Dienstleistungen

ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann. Ausgehend von den vorstehenden Ausführungen zum Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG steht bei der angemeldeten Bezeichnung eine solche beschreibende Bedeutung gerade nicht im Vordergrund.

3. Angesichts der Schutzgewährung für die angemeldete Marke wird die Anmelderin rein vorsorglich darauf hingewiesen, dass sie lediglich Schutz für die konkrete angemeldete Gesamtkombination von Wort- und Bildbestandteilen beanspruchen kann. Sie wird ihre Marke nicht gegen eine beschreibende Verwendung des Begriffes „Klassikstadt“ durch Dritte verteidigen können, insbesondere dann nicht, wenn dies im Zusammenhang mit den Städten Weimar oder Wien geschieht.

Bender

Kätker

Knoll

Cl