

BUNDESPATENTGERICHT

Leitsatz

Aktenzeichen: 27 W (pat) 43/09

Entscheidungsdatum: 27. Januar 2009

Rechtsbeschwerde zugelassen: nein

Normen: § 8 MarkenG

Halle Münsterland

Bei Veranstaltungsorten hat sich eine Übung herausgebildet, Betriebskennzeichnungen zu verwenden, die aus dem Namen einer Region oder eines Ortes und dem am Unternehmensgegenstand orientierten Begriff zusammengesetzt sind. Die Verbraucher sind deshalb daran gewöhnt, einen betrieblichen Herkunftshinweis auf diese Weise vermittelt zu bekommen.



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 43/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 29 370.9

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 27. Januar 2009 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Schwarz und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschlüsse der Markenstelle vom 23. Oktober 2006 sowie vom 4. Januar 2008 werden aufgehoben.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke **Halle Münsterland** für folgende Waren

- 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.
- 35: Organisation und Veranstaltung von Messen, Ausstellungen und Kongressen für wirtschaftliche und Werbezwecke;
- 38: Telekommunikation; Bereitstellung von Plattformen und Portalen im Internet; Bereitstellen von Informationen im Internet;
- 41: Organisation und Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für kulturelle und wissenschaftliche Zwecke; Organisation und Veranstaltung von Kongressen; Ausbildung, Weiterbildung; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften und Katalogen; Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; Musik- und Tanzveranstaltungen; Sportver-

anstaltungen aller Art; Veranstaltung von Festivals und Partys aller Art; Organisation und Durchführung von kulturellen und/oder sportliche Veranstaltungen, Konferenzen und Symposien;

43: Beherbergung und Verpflegung von Gästen; Catering

hat die Markenstelle mit Beschlüssen vom 23.10.2006 und vom 04.01.2008, wobei letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen.

Das ist damit begründet, „Halle Münsterland“ bezeichne ein größeres Gebäude im Münsterland und damit den Ort, an dem die beanspruchten Waren und Dienstleistungen angeboten würden. Entsprechend gäbe es auch die „Münsterlandhalle“. Verkehrsdurchsetzung sei nicht dargetan, insbesondere nicht für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen. Die Marke werde auch meist neben einem Logo oder dem Wort „Events“ benutzt.

Die Anmelderin hat am 17.01.2008 Beschwerde eingelegt und dazu vorgetragen, für viele der Waren und Dienstleistungen sei „Halle Münsterland“ schon aus der Natur der Sache nicht beschreibend. Auch im Übrigen wirke „Münsterland“ als Name der Halle und nicht als geographischer Hinweis.

Sie beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben und die Marke einzutragen.

Zur Ergänzung des Parteivorbringens wird auf die Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen; wegen sonstiger Einzelheiten auf den Akteninhalt.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache Erfolg.

Der Senat hält die angemeldete Wortbildmarke hinsichtlich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen für hinreichend unterscheidungskräftig und nicht rein beschreibend. Absolute Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG stehen der Eintragung der Anmeldemarke gemäß § 33 Abs. 2, § 41 MarkenG somit nicht entgegen.

„Halle Münsterland“ setzt sich zwar ohne weiteres ersichtlich und verständlich aus dem bekannten Namen einer nordwestdeutschen Region sowie dem geläufigen Begriff „Halle“ zusammen.

Bei dieser Bezeichnung handelt es sich aber nicht um eine glatt beschreibende Angabe. Unter die Vorschrift des § 8 Abs 2 Nr. 2 MarkenG fallen nämlich nur solche Angaben, die im normalen Sprachgebrauch die angemeldeten Waren bzw. Dienstleistungen entweder unmittelbar oder durch Hinweis auf eines ihrer wesentlichen Merkmale bezeichnen können. Bei Zeichen aus mehreren Wörtern müsste ein etwaiger beschreibender Charakter nicht nur gesondert für jedes Wort, sondern auch für das durch die Wörter gebildete Ganze festgestellt werden. Erkennbare Abweichungen in der Formulierung von der Ausdrucksweise im üblichen Sprachgebrauch führen von einer rein beschreibenden Bedeutung weg.

Die Bezeichnung „Halle Münsterland“ ist nicht völlig sprachüblich gebildet. Die Nachstellung des Ortsnamens hinter „Halle“ wirkt etwas eigenartig. Üblicherweise spräche man nämlich von einer „Münsterländer Halle“ oder einer „Halle im Münsterland“. Die angemeldete Wortkombination kennzeichnet durch zwei im Sinn von „Halle namens Münsterland“ zusammengefügte Begriffe die von der Markeninhaberin vertriebenen Waren und erbrachten Dienstleistungen. Die Art der konkreten Zeichenbildung verhindert hier nämlich die Annahme, dass es sich bei „Münsterland“ in der angemeldeten Wortkombination um einen geographischen Begriff handelt. Auch diejenigen, die diesen Markenbestandteil als geographische Angabe erkennen, werden in der zu beurteilenden Wortkombination als Ganzes nicht lediglich eine Sachangabe, sondern einen betrieblichen Herkunftshinweis

erkennen. In diesem Zusammenhang ist nämlich zu berücksichtigen, dass sich in einzelnen Branchen - so auch im Bereich von Veranstaltungsorten - die Übung herausgebildet hat, Unternehmenskennzeichnungen bzw. Betriebsbezeichnungen zu verwenden, die sich aus dem Namen einer Region oder Gemeinde und einem weiteren, am Unternehmensgegenstand orientierten Begriff zusammensetzen. Die Verbraucher sind deshalb daran gewöhnt, einen betrieblichen Herkunftshinweis in dieser Form vermittelt zu bekommen (BPatG, Beschluss vom 15.7.2008, Az: 33 W (pat) 91/06 - Gut Darß). Bei Sportstätten hat das Bundespatentgericht sogar für Namen, wie *BODENSEE-ARENA*, angenommen, dass sie Namen mit örtlichen Bezügen haben (Stadion an der Grünwalderstraße, Bielefelder Alm, Müngersdorfer Stadion etc.) und so auf einen bestimmten Betreiber hinweisen (BPatG, Beschluss vom 30.05.2001, Az: 32 W (pat) 11/01 - Bodensee-Arena).

Damit kann der angemeldeten Marke auch die gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf die Wahrnehmung der Marke durch einen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist. Das Publikum wird das als Marke angemeldete Zeichen in der Regel als Betriebskennzeichen nehmen, weil es an entsprechende Bezeichnungen gewöhnt ist (siehe oben).

Vorsorglich sei darauf hingewiesen, dass die Anmelderin Schutz nur für die konkrete angemeldete Gesamtbezeichnung beanspruchen kann. Sie kann ihre Marke weder bei einer Verwendung von identischen oder vergleichbaren Betriebsbe-

zeichnungen, wie eben „Halle“, noch bei der Verwendung der geographischen Angabe „Münsterland“ durch Dritte verteidigen. Dies gilt auch in Bezug auf ähnlich kombinierte Wortfolgen.

Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

Dr. Albrecht

Schwarz

Kruppa

Cl