



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 162/09

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 28 837.4

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 5. Oktober 2009 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Dr. van Raden und Richter Kruppa

beschlossen:

1. Die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 10. August 2007 und vom 11. März 2009 werden insoweit aufgehoben, als der angemeldeten Marke der Schutz für die Dienstleistungen

„Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, insbesondere Rundfunk- und Fernsehunterhaltung, Dienstleistungen eines Verlages (ausgenommen Druckarbeiten); Veröffentlichung und Herausgabe von Verlagserzeugnissen in Print- und elektronischer Form mit redaktionellen Inhalten und teilweise werbenden Inhalten im Off- und Online-Betrieb eines Verlagsgeschäftes, soweit in Klasse 41 enthalten; kulturelle Aktivitäten; Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung); Organisation und Veranstaltung von Konferenzen, Kongressen, Symposien, Seminaren, Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung) sowie unterhaltenden und kulturellen Veranstaltungen; Veranstaltung und Leitung von Kolloquien; Veranstaltung und Durchführung von Workshops (Ausbildung); Unterhaltung und kulturelle Aktivitäten, insbesondere Preisverleihungen (Unterhaltung)“

versagt wurde.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

Egon Erwin Kisch-Preis

hat die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts für die im Tenor genannten sowie für die folgenden Waren und Dienstleistungen

Klasse 9: bespielte Bildträger (belichtet) sowie Tonträger und Datenspeicher, insbesondere CDs, CD-ROMs, CDi's, DVD's, Disketten, jeweils auch zum Zwecke der digitalen Datenübertragung;

Klasse 16: Bücher

mit Beschluss vom 10. August 2007 sowie die dagegen eingelegte Erinnerung mit Beschluss vom 11. März 2009 zurückgewiesen. Das ist damit begründet, die angemeldete Bezeichnung weise auf eine Preisverleihung zu Ehren und zum Andenken an den berühmten Journalisten Kisch hin. Es gebe viele entsprechend gebildete Preis-Bezeichnungen. Diese würden aber nicht aufgrund des Namens zwangsläufig jeweils einem Ausrichter zugeordnet. Außerdem beschreibe das Zeichen Waren und Dienstleistungen, die einen Bezug zur Verleihung eines nach Kisch benannten Preises hätten.

Die Anmelderin hat am 9. April 2009 Beschwerde eingelegt und dazu vorgetragen, der Name Egon Erwin Kisch sei weder ein Synonym für „Journalist“ noch beschreibend für eine bestimmte Stilrichtung. Preise würden oft nach einem Schirmherrn oder Vorbild benannt. Es gebe zahlreiche Preise, auch Journalisten-Preise, die nach Personen benannt seien. Werde ein Preis im Gedenken an eine Person verliehen, beschreibe dies nicht den Preis. Auch bei Straßennamen seien Personennamen grundsätzlich unterscheidungskräftig.

Als Inhaltsangabe sei ein Personennamen zu eng. Allenfalls zeige er Ambitionen und Qualitätsansprüche. Kisch sei auch keine so bekannte Person wie etwa Leonardo da Vinci.

Unterscheidungskraft verlange nicht, dass Angebote bestimmten Anbietern zugeordnet würden. Es genüge, dass das Publikum die Produkte nach dem Namen unterscheide. Die Anmelderin verweist u. a. auf folgende eingetragene Marken:

Paula Modersohn-Becker Kunstpreis, DE 30 2008 007 715, 9. Juni 2008,
Franz-Carl-Achard-Preis, DE 307 69 018, eingetragen am 3. März 2008,
Fritz Pölking Preis, DE 307 56 772, eingetragen am 21. Januar 2008,
Günter-Eich-Preis, DE 306 44 636, eingetragen am 29. August 2007,
Axel-Eggebrecht-Preis, DE 306 44 637, eingetragen am 29. August 2007,
Karl-Hermann-Zipp-Preis, DE 306 73 969, eingetragen am 9. Mai 2007,
Johann Andreas Schmeller, DE 306 31 256, 7. September 2006,
Walter-Masing-Preis, DE 306 09 980, eingetragen am 24. Juli 2006,
Adolf-Grimme-Preis, DE 303 29 836, eingetragen am 28. Januar 2004,
Carl Arnold Kortum Motivationspreis, DE 301 58 581, 26. April 2002,
Pöhlberg-Preis für historische Fahrzeuge, DE 301 42 218, 26. März 2000,
Peter-Parler-Preis, DE 300 88 535, eingetragen am 6. Februar 2002,
Robert-Schumann-Preis der Stadt Zwickau, DE 398 67 148, 2. November 1999,
Max-Pechstein-Preis der Stadt Zwickau, DE 398 67 150, 2. November 1999,
Nathan-Zuntz-Forschungspreis, DE 307 61 278, 6. Juni 2008,
Albrecht Dürer Preis der Stadt Nürnberg, DE 305 22 971, 18. November 2005,
Albrecht Dürer Preis, DE 304 40 333, eingetragen am 15. Juni 2005,
Oswald von Nell-Breuning-Preis, DE 303 12 202, 29. Januar 2004,
Johannes-Gross-Preis, DE 301 34 185, eingetragen am 22. März 2002.

Es sei kein Grund ersichtlich, warum das Publikum die hier in Rede stehende Bezeichnung nicht als Marke verstehen sollte.

Das Zeichen sei für das Ereignis, den Kisch-Preis, nicht rein beschreibend. Dies gelte erst recht für die Medien, die nur darüber berichteten.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen worden ist.

Für den Fall einer (teilweisen) Zurückweisung der Beschwerde regt die Anmelderin Zulassung der Rechtsbeschwerde an, weil eine Zurückweisung nur auf Grund einer Ausdehnung der bisherigen Rechtsprechung zu Medien bzw. medialen Dienstleistungen erfolgen könne. Jede Marke wäre dann für Medienschutzunfähig, da jede Marke Gegenstand der Berichterstattung sein könne.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig.

In der Sache hat die Beschwerde jedoch nur in Bezug auf die im Tenor genannten Dienstleistungen Erfolg. Im Übrigen ist die Anmeldung für die noch strittigen Waren und Dienstleistungen gemäß § 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG zurückzuweisen.

Es ist davon auszugehen, dass „Egon Erwin Kisch“ - so wie andere Eigennamen auch - von Haus aus einen individualisierenden Charakter aufweist und deshalb zur Erfüllung der Herkunftsfunktion geeignet ist. Personennamen sind nach der ausdrücklichen Regelung in § 3 Abs. 1 MarkenG abstrakt markenfähig und unterliegen denselben Kriterien bei der Schutzfähigkeitsprüfung wie andere Markenkategorien (vgl. EuGH GRUR 2004, 946, Rdn. 25 – Nichols; BPatG GRUR 2006, 591 – Georg-Simon-Ohm).

Auch bei Namen bekannter Personen ist die Möglichkeit einer herkunftshinweisenden Individualisierung nicht von vornherein ausgeschlossen (vgl. BPatG, Beschluss vom 6. Februar 2008, Az: 32 W (pat) 92/06 – Maya Plisetskaya).

Bei einem markenmäßigen Gebrauch des Namens verstorbener Personen liegt die Annahme nicht fern, die Erben bzw. sonstige Berechtigte stünden hinter der Marke (vgl. BPatG, Beschluss vom 1. Dezember 2004, Az: 32 W (pat) 388/02 - Rainer Werner Fassbinder).

Die kennzeichnende Funktion des Namens geht auch in einer Kombination mit „Preis“ nicht unbedingt verloren.

Dass Fans ihre Verbundenheit mit benannten bzw. einem Preis den Namen gebenden Personen zum Ausdruck bringen, mag bei Fanartikeln, wie Kappen, T-Shirts u. ä., denkbar sein, scheidet aber bei Dienstleistungen schon generell eher aus und bei den vorliegenden in besonderem Maße, da diese Dienstleistungen spezielle Anbieter, wie Verbände, Hochschulen, Akademien, Sender, Verlage, Agenturen oder wissenschaftliche Gesellschaften, Stiftungen etc., erbringen.

Die Nutzung von Namen historischer Persönlichkeiten ist dem Publikum neben der ebenfalls unterscheidungskräftigen Benennung von öffentlichen Einrichtungen, wie Schulen, Universitäten, Theatern etc., auch im Zusammenhang mit Preisverleihungen geläufig. Zwar bringen im Rahmen von Gedenkjahren, Jubiläumsfeiern und dergleichen die Verbraucher ihre Teilnahme an der Veranstaltung oder ihre Verbundenheit bzw. Bewunderung für die historische Persönlichkeit und ihre Leistungen zum Ausdruck (vgl. BPatG GRUR 2006, 333, 337 - Porträtfoto Marlene Dietrich), wobei den Namen dann lediglich eine beschreibende Funktion zukommt. Preis-Bezeichnungen enthalten aber mit einem Namen einer lebenden oder historischen Persönlichkeit eine betriebliche Hinweiswirkung im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, soweit nicht der Name die preiswürdige Leistung unmittelbar beschreibt. Insoweit rückt der Senat von seiner strengeren im Beschluss vom 17. Februar 2009, Az: 27 W (pat) 9/09 zu „Balthasar-Neumann-Preis“ für einen Architekturpreis geäußerten Rechtsauffassung ab.

Ein „Kisch-Preis“ muss nämlich nicht für journalistische Leistungen stehen – sondern kann auf Grund der Biographie Kischs auch für Verdienste um Studentenverbände, die mit ihrem ehemaligen Mitglied werben wollen, wie dies z. B. im CV mit dem Pelkhoven-Preis Aenaniae oder im KV mit dem Carl-Sonnenschein-Preis geschieht. Ebenso könnten Verdienste um die Stadt Prag, die spanische Demokratie und um jüdische Anliegen, kommunistisches oder sozialistisches Engage-

ment, Widerstandskampf sowie Zivilcourage Gegenstand eines solchen Preises sein. Kisch selbst dokumentiert diese vielfältigen Möglichkeiten mit seiner Aussage gegenüber Friedrich Torberg 1938: *„Weißt Du, mir kann eigentlich nichts passieren. Ich bin ein Deutscher. Ich bin ein Tscheche. Ich bin ein Jud. Ich bin aus gutem Hause. Ich bin Kommunist. Ich bin Corpsbursch“*

Schon der Name Egon Erwin Kisch in Alleinstellung ist nicht vergleichbar mit Leonardo da Vinci, der dem inländischen Publikum als einer der größten Künstler und Wissenschaftler der Weltgeschichte geläufig ist. Nur die Namen solcher historischer Persönlichkeiten sind Teil des kulturellen Erbes der Menschheit, so dass ihnen das Publikum jedenfalls in Alleinstellung keinen Markencharakter zuordnet (BPatG MarkenR 2008, 33 – Leonardo da Vinci). Noch weniger vergleichbar ist die hier streitgegenständliche Bezeichnung „Egon Erwin Kisch-Preis“, die mit „Preis“ einen Bestandteil enthält, der eine nähere Spezifizierung geradezu verlangt. Wird für diese Spezifizierung statt einer Sachangabe („Filmpreis“ etc.) ein an sich kennzeichnungskräftiger Personennamen gewählt, wird auch der Preis und damit die ihn verleihende Organisation spezifiziert. Preise werden nämlich nicht wie Schiffe, ICE-Züge o. ä. auch auf solche Städte- und Personennamen „getauft“, bei denen niemand annimmt, dass der Name den Hersteller oder Reiseanbieter bezeichnet, sondern wie Modelinien (z. B. „Almsieck Kollektion“) oder Lebensmittel (z. B. „Müller-Milch“), bei denen Namen eine auch markenmäßig individualisierende Bedeutung besitzen. Würde man Markennamen mit einem Personennamen als Bestandteil nur eine ehrende bzw. erinnernde Funktion zubilligen, würde das den Namensschutz in unbilliger Weise einschränken.

Bezüglich der bespielten Datenträger sowie der Bücher fehlt der angemeldeten Bezeichnung jedoch die für eine Eintragung als Marke erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Insoweit ist sie auch beschreibend im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, da diese Angebote einen bezeichnungsfähigen Inhalt aufweisen können. Unbeschadet eines etwaigen Werktitelschutzes nach § 5 Abs. 3 MarkenG, für den geringere Anforderungen gelten,

ist die markenrechtliche Unterscheidungskraft insoweit zu verneinen, weil die angemeldete Bezeichnung nach Art eines Sachtitels geeignet ist, den gedanklichen Inhalt zu beschreiben (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt; BGH GRUR 2003, 342 - Winnetou), etwa weil Leben und Werk von Kisch deren Themata sind. Dies gilt nicht für jede Marke, wie die Anmelderin vorträgt, sondern nur für solche, die etwas benennen, das - wie eine Preisverleihung - real stattfindet bzw. vorhanden ist und Gegenstand einer Abhandlung, Beschreibung oder Abbildung bzw. eines Berichts sein kann (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl., § 8 Rdn. 268 mit Hinweis auf BGH GRUR 2006, 593 - Der kleine Eisbär).

Eine Inhaltsbeschreibung ist aber auch hier schon bei den verlegerischen Tätigkeiten nicht mehr gegeben. Dass ein Verlagshaus sich nur dem Schaffen eines Journalisten bzw. der Verleihung eines nach diesem benannten Preises widmet und sich dann auch noch nach dem Preis benennt, ist jedenfalls nicht in entscheidungsrelevantem Umfang zu erwarten. Auch der Bundesgerichtshof differenziert insoweit zwischen Büchern und Verlagstätigkeit (siehe GRUR 2001, 1043 – Gute Zeiten - Schlechte Zeiten; ebenso BPatG, Beschluss vom 01.06.2005, Az: 32 W (pat) 145/03 - Fräuleinwunder; anders BPatG, Beschluss vom 20.12.05, Az: 32 W (pat) 199/03 - GourmetTräume; BPatG, Beschluss vom 15.3.06, Az: 32 W (pat) 59/04 - Gesichter der Erde, Beschluss vom 15.3.06, Az: 32 W (pat) 28/05 vom 23.10.07 - Karl May).

Die Marke ist, soweit sie keine auf einen Inhalt bezogene Angabe ist, auch nicht nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, denn sie besteht nicht ausschließlich aus Angaben, die zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Dienstleistungen dienen können.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind nur unmittelbar waren- und dienstleistungsbeschreibende Angaben von der Registrierung ausgeschlossen. Personennamen sind aber nur in sehr seltenen Fällen produktbeschreibend. Es gibt keinerlei Belege dafür, dass „Kisch“ als Sachbezeichnung wie „Otto“ und „Wankel“ für Mo-

toren, „Diesel“ für Kraftstoffe oder „Stresemann“ für einen Gesellschaftsanzug gebräuchlich wäre.

In Umfang der im Tenor genannten Dienstleistungen konnte der angefochtene Beschluss der Markenstelle daher keinen Bestand haben.

Die Rechtsbeschwerde wird gemäß § 83 Abs. 2 MarkenG zugelassen, weil der Fall die Frage aufwirft, inwieweit für Ereignisse erfundene Namen, die für das Ereignis selbst unterscheidungskräftig und nicht beschreibend sind, als inhaltsbezogene Aussagen über Inhalt und Thema von Medien schutzunfähig sein können. Diese Frage ist von grundsätzlicher Bedeutung und bedarf einer höchst-richterlichen Klärung, da die oben zitierte Entscheidung zu „Der kleine Eisbär“ zu einer fiktiven Figur ergangen ist, die in der Literatur vorkommt, und nicht zu einem Ereignis, das weniger originär Gegenstand eines Druckwerkes oder anderer Medien ist, sondern nur Gegenstand einer sekundären Berichterstattung.

Dr. Albrecht

Dr. van Raden

Kruppa

Me