

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 162/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 32 553.7

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 28. Juni 2000 unter Mitwirkung des Richters Dr. Fuchs-Wisseemann als Vorsitzendem sowie der Richterin Klante und des Richters Sekretaruk

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

BPatG 152

6.70

G r ü n d e

I.

Zur Eintragung als Wortmarke angemeldet worden ist

"Großer Preis von Deutschland"

für

"Sportliche und kulturelle Aktivitäten".

Die Markenstelle für Klasse 41 hat die Anmeldung nach vorausgegangener Beanstandung und Vorlage von Unterlagen zur Glaubhaftmachung einer Verkehrsdurchsetzung mit Beschluß vom 21. März 2000 durch eine Beamtin des höheren Dienstes zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, die angemeldete Marke sei nicht unterscheidungskräftig. Die Wortzusammensetzung "Großer Preis von Deutschland" werde der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen dahingehend verstehen, daß es sich um einen inländischen Wettbewerb vorwiegend autorennsportlicher Art handele, bei dem der Sieger einen Preis gewinne. Dieser Begriff werde allgemein verstanden, da es auf mehreren Gebieten Wettbewerbe gebe, die mit der Verleihung eines Preises verbunden seien. So gebe es im Unterhaltungsbereich den "Grand Prix de la chanson", der von den angesprochenen Kreisen als "Großer Preis des Schlagers" verstanden werde. Darüber hinaus bestehe ein Freihaltungsbedürfnis, da es auch anderen Anbietern von nationalen Wettbewerben unbenommen sein müsse, diesen allgemein verständlichen Begriff zu verwenden. Zudem gebe es bereits die vergleichbaren Begriffe "Großer Preis von Europa", "Großer Preis von Luxemburg" und "Großer Preis von Schleswig-Holstein". Eine Durchsetzung des angemeldeten Zeichens sei nicht glaubhaft gemacht worden. Aus den vorgelegten Eintrittskarten, Briefbögen, Broschüren, Photos sei nicht

ersichtlich, daß der Begriff "Großer Preis von Deutschland" markenmäßig benutzt werde. Es seien auf allen eingereichten Unterlagen auch andere Angaben zu erkennen, die markenmäßig benutzt werden könnten. Darüber hinaus seien auch Umsatzzahlen usw nicht beigebracht worden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die die Dienstleistungen im Rahmen des Prüfungsverfahrens auf

"Aktivitäten im Bereich des Formel-1-Rennsports; Formel-1-Rennsportveranstaltungen"

eingeschränkt hat.

Sie macht geltend, die Unterscheidungskraft sei gegeben, weil es sich bei der Veranstaltung "Großer Preis von Deutschland" um einen seit 1950 kontinuierlich einmal jährlich ausgetragenen Wettbewerb handele. Eine zweite Formel-1-Rennsportveranstaltung in der Bundesrepublik Deutschland werde seit 1955 von einem anderen Unternehmen an einem anderen Veranstaltungsort unter der Bezeichnung "Großer Preis von Europa" oder "Großer Preis von Luxemburg" angeboten. Von diesen anderen Veranstaltungen unterscheidet sich aber der Begriff "Großer Preis von Deutschland" ohne Zweifel. Eine Veranstaltung dieses Namens könne aufgrund von vertraglichen Bindungen zu den an der Formel-1-Weltmeisterschaft teilnehmenden Teams und aufgrund sportlicher Regelungen der FIA als internationaler Motorsportorganisation nur von der Anmelderin ausgetragen werden. Demgemäß sei ein Freihaltungsbedürfnis zu verneinen. Auch ein Vergleich mit dem "Großen Preis von Europa" und "Großer Preis von Luxemburg" könne eine Zurückweisung der Anmeldung nicht rechtfertigen, da diese Wettbewerbe jährlich neu vergeben würden und nicht an einen einzelnen Veranstalter gebunden seien. Die Verkehrsdurchsetzung ergebe sich ua daraus, daß der Wettbewerb seit 1950 kontinuierlich ausgetragen werde. Seit dem Jahr 1977 (mit Ausnahme des Jahres 1985) werde der Wettbewerb auf dem Hockenheimring ausgetragen. Sie

selbst sei seit dem Jahre 1986 P... der Veranstaltung. Seit diesem Zeitraum benutze sie die Anmeldemarke als besondere Geschäftsbezeichnung. Sie erziele aus dem Verkauf der Eintrittskarten einen jährlichen Umsatz von ... bis ... Millionen DM. Für Werbemaßnahmen wende sie einen jährlichen Betrag zwischen ... und ... Dm auf. Aus der Benutzung des Begriffes "Großer Mobil-1-Preis von Deutschland" auf den eingereichten Unterlagen ergebe sich nicht, daß der Begriff "Großer Preis von Deutschland" nicht auch in Alleinstellung benutzt werde. Die Firma M... habe zur Vermarktung des von ihr hergestellten Motoröls vielmehr das Recht erworben, daß der Name dieses Produktes von der Anmelderin in den Namen der Veranstaltung eingefügt werde.

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig (§ 66 Abs 2 und 5 MarkenG), in der Sache erweist sie sich jedoch als unbegründet, da die Vorschriften des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG einer Eintragung entgegenstehen.

Die angemeldete Wortzusammensetzung "Großer Preis von Deutschland" ist nicht unterscheidungskräftig (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG). Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh, jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl Amtliche Begründung zum Regierungsentwurf, Sonderheft BIPMZ 1994, S 64). Indes wird die angemeldete Marke selbst diesen geringen Anforderungen nicht gerecht. Bei "Großer Preis von Deutschland" handelt es sich im Hinblick auf die nach Einschränkung noch beanspruchten Dienstleistungen um eine im Vordergrund stehende Sachangabe. "Großer Preis" ist eine im Sport übliche Bezeichnung für eine herausragende Veranstaltung. Insbesondere im Bereich des Automobil- und Pferdesports wird diese Bezeichnung

üblicherweise verwendet, meist mit einem geographischen Zusatz (vgl. Der Sportbrockhaus, 4. Aufl., S 204 f). Der Verkehr sieht deshalb in "Großer Preis von Deutschland" lediglich den Hinweis auf eine konkrete Veranstaltung. Gerade weil der "Große Preis" an verschiedenen Orten mit unterschiedlichen Bezeichnungen wie "Europa" oder "Luxemburg" stattfindet, wird der Verkehr anhand des geographischen Zusatzes allenfalls die zu verschiedenen Terminen veranstalteten Wettbewerbe unterscheiden, nicht indes hierin einen Hinweis auf einen bestimmten Veranstalter sehen. Wie die Anmelderin selbst einräumt, ist sie erst seit dem Jahre 1986 mit der Promotion des großen Preises von Deutschland befaßt, obwohl diese Veranstaltung bereits seit dem Jahre 1950 kontinuierlich stattfindet. Gerade dieser Wechsel in der Berechtigung zur Veranstaltung und Promotion des Wettbewerbs zeigt, daß der Verkehr, der in der Regel keine Kenntnis von irgendwie gearteten vertraglichen Bindungen hat, bei Konfrontation mit der angemeldeten Marke nur an die Veranstaltung, nicht aber an einen bestimmten konkreten Veranstalter bzw. P... denkt. Vielmehr wird für die angesprochenen Verkehrskreise weit überwiegend bei "Großer Preis von Deutschland" die übliche Bezeichnung dieses Wettbewerbs und damit die Sachangabe im Vordergrund stehen, so daß der Gedanke an ein Betriebskennzeichen fern liegt.

Darüber hinaus ist die angemeldete Marke Freihaltungsbedürftig im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG. Zutreffend ist die Markenstelle davon ausgegangen, daß es Wettbewerbern unbenommen bleiben muß, frei von Zeichenrechten Dritter darauf hinweisen zu können, daß sich die beanspruchten Dienstleistungen auf einen "Großen Preis von Deutschland" beziehen. Hierbei kommt es entgegen der Auffassung der Anmelderin nicht auf irgendwie geartete vertragliche Verbindungen an. Rechtlich begründete oder faktische Monopolstellungen sind bei der Frage des Freihaltungsbedürfnisses nicht zu berücksichtigen (BGH GRUR 1995, 732, 734 "Füllkörper"). Im vorliegenden Fall wird dies umso deutlicher dadurch, daß die vertraglichen Verbindungen zu der maßgeblichen Motorsportorganisation und den Teams uU beendet werden könnten, so daß die Anmelderin bei gleichzeitigem Fortbestand der Marke einen neuen Vertragspartner an der Verwendung von

"Großer Preis von Deutschland" hindern könnte. Demgemäß können etwaige Monopolrechte der Anmelderin ein Freihaltungsbedürfnis gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG nicht beseitigen.

Die mithin bestehenden Eintragungshindernisse nach § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG werden nicht durch eine Verkehrsdurchsetzung gemäß § 8 Abs 3 MarkenG beseitigt. Aus dem Vorbringen und den Unterlagen zur Glaubhaftmachung ist nicht ersichtlich, daß sich die angemeldete Marke als Kennzeichen gerade der Anmelderin durchgesetzt hat. Dies ist indes Voraussetzung für eine Überwindung der Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG. Dies dient dem Schutz dessen, der möglicherweise tatsächlich eine Verkehrsbekanntheit erzielt hat, gegenüber Dritten, die sonst lediglich von fremder Leistung profitieren könnten (Althammer/Ströbele, MarkenG, 5. Aufl, § 8 Rdn 128). Insoweit bestehen erhebliche Zweifel, daß sich die angemeldete Marke für die beanspruchten Dienstleistungen zugunsten der Anmelderin im Verkehr durchgesetzt haben könnte. Soweit sich die Anmelderin darauf beruft, der "Große Preis von Deutschland" werde seit dem Jahre 1950 veranstaltet, kann ein hierdurch bedingter Bekanntheitsgrad nicht auf die Anmelderin zurückzuführen sein, weil sie erst seit dem Jahre 1986 mit der Promotion der Veranstaltung befaßt ist. Darüber hinaus könnten selbst seit 1986 aufgewendete Werbemaßnahmen im Zweifel nur dem Veranstalter selbst zugute kommen, da sich die beanspruchten Dienstleistungen auf "Aktivitäten im Bereich des Formel-Rennsports beziehen. Die Anmelderin ist indessen nur mit der Werbung bzw Absatzförderung befaßt, die allenfalls eine entsprechende Bekanntheit zugunsten des Veranstalters bewirkt haben könnte. Eine entsprechende vertragliche Verbindung zwischen Veranstalter und Anmelderin würde auch nicht zwingend dazu führen, daß die Anmelderin selbst sich auf Verkehrsdurchsetzung berufen könnte (Althammer/Ströbele, aaO, § 8 Rdn 129).

Schließlich ist aus den vorgelegten Unterlagen auch nicht ersichtlich, inwieweit die beteiligten Verkehrskreise die Wortzusammensetzung "Großer Preis von

Deutschland" einem bestimmten Veranstalter bzw P... zuordnen könnten.

Ein Durchsetzungsgrad, der nicht unter 50 % liegen darf, ist den vorgelegten Unterlagen nicht zu entnehmen. Deshalb fehlt es an einer ausreichenden Glaubhaftmachung für eine Verkehrsdruchsetzung, so daß der angemeldeten Marke die Eintragung zu versagen und die Beschwerde zurückzuweisen war.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Klante

Sekretaruk

Wf