



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 107/01

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 65 283.6

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 14. Mai 2003 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richterin Pagenberg und die Richterin k.A. Fink

beschlossen:

1. Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 23. Februar 2001 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Waren „Bücher, Schreibwaren“ zurückgewiesen wurde.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Die Wortmarke

Der Neckarbote

ist am 31. August 2000 für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Schreibwaren;

Klasse 41:

Herausgabe von Druckereierzeugnissen, Dienstleistungen eines Verlags auf dem Gebiet der Druckereierzeugnisse

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 23. Februar 2001 durch eine Beamtin des höheren Dienstes als beschreibende und nicht unterscheidungskräftige Angabe zurückgewiesen. Bei der angemeldeten Marke handele es sich um einen Werktitel, der zwar grundsätzlich markenfähig sei, aber nicht die Voraussetzungen der markenrechtlichen Schutzfähigkeit erfülle. Das Zeichen bestehe aus den beiden deutschen Wörtern „Neckar“ und „Bote“. Der Neckar sei der Name eines Nebenflusses des Rheins, der in Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht auf den Fluss selbst, sondern auch auf die angrenzende Region und deren Bewohner hinweise. Bei dem Wort „Bote“ handele es sich im Zusammenhang mit Druckschriften um eine Gattungsbezeichnung für Zeitungen. In seiner Gesamtheit bedeute das Zeichen soviel wie „Nachrichtenüberbringer aus dem Neckargebiet, Das Neueste vom Neckar(gebiet)“ und sei als beschreibende Angabe für die Mitbewerber freizuhalten. Dem Zeichen fehle auch die erforderliche Unterscheidungskraft, da es lediglich auf den Inhalt bzw. Gegenstand der beanspruchten Waren und Dienstleistungen hinweise. Ein aus einer Ortsangabe und einer Gattungsbezeichnung bestehender Werktitel könne nur dann als Marke eingetragen werden, wenn er sich im Verkehr als Kennzeichen für die Waren und Dienstleistungen des Anmelders durchgesetzt habe.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Zur Begründung führt sie im Wesentlichen aus, dass bei Zeitungstiteln häufig geographische Begriffe verwendet würden und der Verkehr daher auch an weniger unterscheidungskräftige Titel gewöhnt sei. Der Begriff „Bote“ sei als Bezeichnung für eine Zeitung unüblich, weshalb die angesprochenen Verkehrskreise durchaus zuordnen könnten, zu welchem Unternehmen der „Neckarbote“ gehöre. An der angemeldeten Marke bestehe auch kein Freihaltebedürfnis. Zur Beschreibung von Druckerzeugnissen stünden nicht allein das Wort „Bote“, sondern auch weitaus gebräuchlichere Angaben, wie „Allgemeine, Zeitung, Blatt, Kurier“ zur Verfügung. Mitbewerbern, die eine andere Zeitung für die Neckarregion herausgeben wollten, sei es daher unbenommen, diese mit einer anderen gängigen Bezeichnung für

Druckerzeugnisse zu betiteln. Im Übrigen sei der „Neckarbote“ bereits mehrfach veröffentlicht worden und habe daher bei den beteiligten Verkehrskreisen einen gewissen Bekanntheitsgrad erlangt.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Bei der angemeldeten Marke handelt es sich um einen Zeitungstitel, dessen Schutzfähigkeit als Marke sich nach § 8 Abs 2 Nr 2 und Nr 1 iVm § 37 Abs 1 MarkenG bestimmt (vgl BGH GRUR 2000, 882 – Bücher für eine bessere Welt - mwN). Die Voraussetzungen der genannten Vorschriften sind jedoch nicht erfüllt.

1. Gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr insbesondere zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen oder dienen können. Nach dieser Vorschrift ist die Eintragung auch dann zu versagen, wenn die Benutzung des angemeldeten Zeichens als Sachangabe noch nicht zu beobachten ist, eine solche Verwendung aber in Zukunft jederzeit erfolgen kann (vgl. BGH GRUR 2002, 64 – INDIVIDUELLE – mwN). Dies ist hier der Fall.

1.1. Das angemeldete Zeichen ist aus den beiden Bestandteilen „Neckar“ und „Der Bote“ zusammengesetzt. Der Begriff „Neckar“ ist der Name eines Seitenflusses des Rheins, mit dem sowohl der Fluss selbst als auch die angrenzende Region beschrieben wird. Dieser Zeichenbestandteil weist damit auf die geografische Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen hin und zwar in dem

Sinne, wie es der Europäische Gerichtshof in seiner Entscheidung zu Chiemsee zum Ausdruck brachte. Der Name zB eines Berges oder eines Sees beschreibt auch eine geografische Herkunft, wenn dies vom angesprochenen Publikum dahingehend verstanden werden kann, dass auch die Umgebung des Berges oder die Ufer des Sees umfasst ist (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 – Chiemsee). Für einen Fluss gilt Gleiches. Deshalb gibt es zahlreiche Titel von Tageszeitungen, die einen Flussnamen enthalten, zB Donaukurier, Donau-Zeitung, Main-Echo, Mainpost, Main-Spitze, Die Neckarquelle, Rhein-Lahn-Zeitung, Rhein-Neckar-Zeitung, Rhein-Sieg-Rundschau, Rhein-Zeitung, Weser-Kurier.

1.2. Auch der Begriff „Der Bote“ ist über seine ursprüngliche Bedeutung von „Überbringer von Dingen oder Nachrichten“ hinaus in ganz Deutschland als Bestandteil von Tageszeitungstiteln gebräuchlich. Er wird üblicherweise in Verbindung mit dem Namen eines Flusses, zB Aar Bote, Altmühl-Bote, Bote vom Untermain, Illertal Bote, Isar Loisachbote, Mangfallbote, oder einer Region, zB Alb Bote, Der Bote für Nürnberg-Land, Friesländer Bote, Gäubote, Schlitzer Bote, Schwarzwälder Bote, verbunden. Im Bereich der Zeitschriftentitel findet sich der Begriff vor allem in den Titeln regionaler Mitteilungsblätter, zB Berkatal-Bote, Bote des Geiseltales, Gelnhäuser Bote, Obereichsfeld-Bote, Schwälmer Bote. Angesichts dieser Verwendungen versteht das angesprochene Publikum auf dem hier beanspruchten Warenggebiet die Bezeichnung „Der Bote“ als Gattungsbezeichnung für Zeitungen oder Zeitschriften.

1.3. In seiner Gesamtheit besteht das Zeichen daher lediglich aus zwei beschreibenden Angaben, nämlich einer Ortsangabe und einer Gattungsbezeichnung, die den Mitbewerbern der Anmelderin zum ungehinderten Gebrauch frei zu halten sind (st. Rspr. seit 1974, vgl. BGH GRUR 1974, 661 – St. Pauli-Nachrichten). In Verbindung mit den beanspruchten Druckereierzeugnissen erschöpft sich das Zeichen daher in dem sachlichen Hinweis auf eine Zeitung oder Zeitschrift, die über die Neckarregion berichtet oder für Leserkreise in der Neckarregion bestimmt ist. Dies gilt auch für die Dienstleistungen eines Verlags auf dem Gebiet der Dru-

ckereierzeugnisse und die Herausgabe von Druckereierzeugnissen, die zwar als solche mit „Der Neckarbote“ nicht unmittelbar beschrieben werden. Nach der neuesten Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs den Medienbereich betreffend ist aber davon auszugehen, dass eine Bezeichnung, die eine Zeitung oder Zeitschrift ihrem Inhalt nach beschreibt, auch zugleich die Dienstleistungen beschreibt, mittels derer diese Waren entstehen (vgl BGH WRP 2003, 519 – Winnetou).

Im Übrigen steht der Annahme eines Freihaltebedürfnisses auch nicht entgegen, dass es andere Möglichkeiten zur Benennung von Zeitungen und Zeitschriften für die Mitbewerber der Anmelderin gibt, denn das absolute Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG trägt den berechtigten Interessen des Wirtschaftsverkehrs Rechnung, Ausschließlichkeitsrechte an beschreibenden Angaben zu verhindern und zu gewährleisten, dass beschreibende Angaben von allen Mitbewerbern frei verwendet werden können (vgl Berlitz, Das neue Markenrecht, 5. Aufl 2003, Rdn 66; Fezer, Markenrecht, 3. Aufl 2001, § 8 Rdn; Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 1998, § 8 Rdn 52; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl 2003, § 8 Rdn 228). Auch die Tatsache, dass sich die Verwendung des Begriffs „Der Neckarbote“ nicht feststellen lässt, führt daher zu keiner anderen Beurteilung. Die Vielzahl entsprechend gebildeter Zeitungstiteln bietet hinreichende Anhaltspunkte dafür, dass eine solche Verwendung jederzeit in Zukunft erfolgen kann (vgl BGH aaO - Bücher für eine bessere Welt). Im Bereich des gemeinschaftlichen Markenrechts im Sinne der Markenrechtsrichtlinie ist nämlich ein Allgemeininteresse anzuerkennen, dass eine Bezeichnung in ihrer Verfügbarkeit für die anderen Wirtschaftsteilnehmer nicht für bestimmte Waren und Dienstleistungen ungerechtfertigt eingeschränkt wird, weil dies mit dem System eines unverfälschten Wettbewerbs nicht vereinbar ist (zuletzt EuGH GRUR 2003, 604 - Libertel).

2. Dem angemeldeten Zeichen fehlt auch jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unterneh-

mens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Prüfung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Jede noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Einer Wortmarke fehlt nur dann die Unterscheidungskraft, wenn ihr ein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden kann oder es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl BGH aaO - INDIVIDUELLE).

Wie oben ausgeführt erschöpft sich die Bezeichnung „Der Neckarbote“ in einer beschreibenden und Merkmale bestimmenden Aussage, die für das angesprochene Publikum ohne weiteres erkennbar ist. Deshalb wird das Zeichen in Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur als Sachangabe und nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen verstanden. Das Vorbringen der Beschwerdeführerin, dass geografische Angaben häufig Bestandteil von Zeitungstiteln sind und der Verkehr daher an entsprechende Titel gewöhnt ist, vermag nicht die als Marken zu schützenden Titel geringeren Anforderungen zu unterwerfen (vgl BGH aaO – Bücher für eine bessere Welt). Werktitel und damit auch Zeitungstitel dienen grundsätzlich nur der Unterscheidung eines Werkes von einem anderen und enthalten regelmäßig keinen Hinweis auf den Hersteller oder Inhaber des Werkes. Daher verbindet der Verkehr nur in Ausnahmefällen mit einem Werktitel gleichzeitig auch die Vorstellung einer bestimmten betrieblichen Herkunft. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs kann dies bei bekannten Titeln periodischer Druckschriften der Fall sein (vgl BGH GRUR 1999, 581 – Max – mwN). Ungeachtet der Frage, ob es sich bei dem „Neckarboten“ überhaupt um eine periodisch erscheinende Zeitung handelt – auch wenn sie bereits mehrfach veröffentlicht wurde -, fehlt es jedenfalls an einem Vorbringen der Beschwerdeführerin, dass dieser Titel im gesamten Gebiet

der Bundesrepublik Bekanntheit erlangt hat und demgemäß ein Verkehrsdurchsetzungsverfahren sinnvoll wäre (vgl BGH aaO – St. Pauli-Nachrichten).

Auch die Voranstellung des bestimmten Artikels vermag nicht die Unterscheidungskraft des angemeldeten Zeichens zu begründen. Im Bereich der Tages- und Wochenzeitungen ist der Verbraucher an die Verwendung des bestimmten Artikels gewöhnt, zB Der Bote für Nürnberg-Land, Der Inselbote, Die Presse, Der neue Tag, Der Patriot, Die Rheinpfalz, Der Teckbote, Die Welt, Die Zeit. Das angesprochene Publikum wird daher weder in dem bestimmten Artikel allein noch in der Verbindung mit den anderen Zeichenbestandteilen einen Herkunftshinweis erkennen.

3. Hinsichtlich der im Tenor genannten Waren kann der Senat jedoch weder ein Freihaltungsbedürfnis (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG) feststellen noch fehlt jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG). Nach den Ermittlungen des Senats ist nicht anzunehmen, dass Bücher üblicherweise nach ihrer geografischen Herkunft bezeichnet werden. Ebenso wenig lässt sich feststellen, dass der Begriff „Der Bote“ für Bücher als Gattungsbezeichnung gebräuchlich ist. Insoweit erscheint die Marke nicht geeignet die geografische Herkunft, den Inhalt oder sonstige Merkmale der beanspruchten Bücher zu beschreiben. Bezüglich der „Schreibwaren“ fehlt es am sachlichen Zusammenhang mit einer Zeitung, so dass auch insoweit die Bezeichnung „Der Neckarbote“ keine Merkmale dieser Waren beschreibt. Aus demselben Grund lässt sich der Marke für die genannten Waren auch kein im Vordergrund stehender Begriffsgehalt zuordnen, der die maßgeblichen Verkehrskreise von der Vorstellung wegführen könnte, es mit einem Unternehmenshinweis zu tun zu haben.

Grabrucker

Pagenberg

Fink

CI