



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 62/07

(Aktenzeichen)

Verkündet am
24. September 2008

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 11 600.6

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf Grund der mündlichen Verhandlung am 24. September 2008 durch den Vorsitzenden Richter Dr. Fuchs-Wissemann, den Richter Reker und die Richterin Kopacek

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Für die Waren

„21: Glaswaren, Porzellan und Steingut, insbesondere Trinkgläser, Becher, Schüsseln, Teller, Geschirr, Vasen, Krüge, Flaschen, Dekantiergefäße und Kerzenständer, alle vorgenannten Waren, soweit in Klasse 21 enthalten“

ist die Wortmarke 306 11 600.6

Spiegelau

angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 21 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, die angemeldete Marke sei nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. „Spiegelau“ sei der Name eines Ortes in Niederbayern, in welchem seit Ende des 15. Jahrhunderts unter Benutzung des in der Gegend vorkommenden Quarzes traditionell Glaswaren hergestellt würden. Aufgrund der langen Tradition und der besonderen Geeignetheit der Gegend sei es nicht unwahrscheinlich, dass ein Mitbewerber der Anmelderin ebenfalls dort Glaswaren herstellen und „Spiegelau“ zur

Bezeichnung derselben benötigen werde. Ein Allgemeininteresse an der Freihaltung der geografischen Herkunftsangabe sei daher zu erwarten. Die Bezeichnung „Spiegelau“ beschreibe die beanspruchten Waren unmittelbar im dargelegten Sinn und sei somit den Mitbewerbern zur jederzeitigen Benutzung offenzuhalten. Die geringe Einwohnerzahl des Ortes könne die Schutzfähigkeit und eine Monopolisierung zugunsten der Anmelderin nicht begründen.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie vertritt die Auffassung, ein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG bestehe vorliegend nicht. „Spiegelau“ sei ein kleiner, dem überwiegenden Teil des Verkehrs nicht bekannter Ort in Niederbayern. In der bereits im Verfahren vor der Markenstelle vorgelegten historischen Dokumentation, insbesondere der Chronik der K...

GmbH, sei nachvollziehbar dargelegt, dass zunächst die Glashütte, die Vorläufer der heutigen Anmelderin sei, bestanden habe, aus der sich erst später der Ortsname „Spiegelau“ entwickelt habe. Bestehe eine langjährige, gegenwärtige und künftig nicht ohne entgegenstehende Feststellungen anzuzweifelnde tatsächliche und rechtliche Monopolstellung eines Anmelders hinsichtlich der im Ort hergestellten Waren, müsse ein berechtigtes zukünftiges Freihaltebedürfnis der Mitbewerber entfallen. Die Anmelderin habe in Spiegelau eine solche außergewöhnliche Monopolstellung. Im Ort existiere als Glas verarbeitender Betrieb nur die Anmelderin, angesichts der stark begrenzten Arbeitnehmerressourcen in Spiegelau (1.354 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte) sei die Kapazitätsgrenze erreicht. Zudem seien die Quarzvorkommen erschöpft, sodass nicht ernsthaft mit der Ansiedlung weiterer Betriebe in Spiegelau oder der unmittelbaren Umgebung zu rechnen sei. Allgemeine positive Assoziationen (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 - Chiemsee) seien mit dem Begriff „Spiegelau“ nicht verknüpft. Ein Freihaltebedürfnis für zukünftige Mitbewerber sei demnach nicht in realistischer Weise anzunehmen, weshalb eine Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke gegeben sei. Selbst nach der neueren Rechtsprechung müssten weitere tatsächliche Anhaltspunkte für eine Eignung der angemeldeten Bezeichnung als

beschreibende Angabe bestehen, die vorliegend nur rein theoretischer Natur seien.

Die Anmelderin beantragt daher,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

II

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, da der Eintragung der angemeldeten Marke „Spiegelau“ § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht.

Die Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, die in Umsetzung von Art. 3 Abs. 1 Buchst. c Markenrichtlinie ergangen ist, verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, unmittelbar warenbeschreibende Angaben, einschließlich solcher über die geografische Herkunft, für alle zur freien, von Zeichenrechten Dritter ungehinderten Verfügung zu halten. Die Monopolisierung einer derartigen beschreibenden Angabe zugunsten eines einzigen Unternehmens ist deshalb nicht zulässig (vgl. EuGH a. a. O. - Chiemsee). Im Vordergrund stehen dabei die Interessen der Mitbewerber auf dem Markt. Das Freihaltebedürfnis an geografischen Angaben ist nach der Rechtsprechung des EuGH grundsätzlich danach zu beurteilen, ob neben den aktuellen Gegebenheiten eine entsprechende beschreibende Verwendbarkeit der fraglichen Angabe vernünftigerweise in der Zukunft zu erwarten ist bzw. ob angesichts der Gesamtumstände im Zuge der künftigen wirtschaftlichen Entwicklung die Eröffnung gleicher Betriebe wie der/die ansässige(n) vernünftigerweise nicht auszuschließen ist (vgl. EuGH a. a. O. - Chiemsee). Dagegen ist nicht erforderlich, dass ein konkretes, aktuelles und ernsthaftes Freihaltebedürfnis im Sinn der früheren deutschen Rechtsprechung besteht (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 8 Rdnr. 214, 215).

Wie die Markenstelle zutreffend dargelegt hat, ist der Ort Spiegelau eine Gemeinde im niederbayerischen Landkreis Freyung-Grafenau, in der bereits 1521 und später wieder ab dem 19. Jahrhundert eine Glashütte und Glasindustrie angesiedelt gewesen sind. In diesem Zusammenhang ist unerheblich, ob der Name des Ortes auf eine Vorgängerin der Anmelderin zurückgeht oder umgekehrt. Zwar sind nach den aktuellen Gegebenheiten außer dem Betrieb der Anmelderin keine weiteren Glas verarbeitenden Betriebe in Spiegelau ansässig. Aufgrund dieser bereits bestehenden Ansiedelung, die als gewichtiges Indiz für ein bestehendes Freihaltebedürfnis zu werten ist und im Hinblick darauf, dass es in der Region eine lange Tradition zur Glasherstellung und aufgrund der Quarzvorkommen eine besondere Eignung zur Glasherstellung in der betreffenden Region gibt (vgl. insbesondere die Darlegungen der Markenstelle bezüglich der „Glasstraße“), erscheint es keineswegs ausgeschlossen, dass sich weitere Glasbetriebe im Bereich von Spiegelau ansiedeln, die die Ortsbezeichnung zur Beschreibung ihrer Waren benötigen. In diesem Zusammenhang gilt es zu berücksichtigen, dass die erforderliche Beziehung zwischen den beanspruchten Waren/Dienstleistungen und dem Ort nicht notwendigerweise auf die Herstellung in dem Ort beruhen, sondern sich auch aus anderen Anknüpfungspunkten ergeben kann. So konnten die zugrundeliegenden Entwürfe aus dem betreffenden Gebiet stammen können (vgl. BPatG GRUR 2000, 149, 150 - WALLIS). Selbst wenn nach dem Vortrag der Anmelderin die zur Glasherstellung erforderlichen Quarzreserven in Spiegelau erschöpft sind, könnte der betreffende Rohstoff aus anderen Gebieten in der Umgebung - zumal sich weitere Betriebe der Glasverarbeitung in der Region befinden - bezogen werden. Dass es sich bei „Spiegelau“ um einen kleinen, wenig bekannten Ort mit geringer Einwohnerzahl handelt, lässt ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht automatisch entfallen (vgl. BGH GRUR 2003, 882 - Lichtenstein; BPatGE 27, 219, 222 - Augusta). Vielmehr kann ein Eintragungsverbot nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nur überwunden werden, wenn die Ware oder Dienstleistung mit den Eigenschaften der als solcher erkennbaren Region vernünftigerweise nicht in Verbindung gebracht werden kann (vgl. Ekey/Klippel, HK-MarkenR, § 8 Rdnr. 50). Davon kann vorliegend nicht ausgegangen werden. Aufgrund des

bereits bestehenden Betriebs der Anmelderin und der traditionellen Glasverarbeitung in der gesamten Region erscheint es keineswegs nur spekulativ oder theoretisch, dass sich ein weiterer Betrieb dieser Branche dort ansiedelt.

Die derzeit bestehende Monopolstellung der Anmelderin vermag keine andere Betrachtungsweise zu rechtfertigen. Zum einen führt die Annahme der Anmelderin, aufgrund der begrenzten Zahl von Einwohnern im Ort Spiegelau sei die Niederlassung eines weiteren Glas verarbeitenden Betriebs unwahrscheinlich, nicht zwangsläufig zu der Annahme einer Monopolstellung der Anmelderin für die Zukunft. Ein weiterer Betrieb könnte nämlich ohne Weiteres Arbeitskräfte aus der umliegenden Region bzw. den Orten im Einzugsgebiet von Spiegelau rekrutieren. Soweit das BPatG unter Geltung des WZG eine Monopolstellung des Anmelders als Argument gegen die Annahme eines berechtigten Bedürfnisses der Mitbewerber an der freien beschreibenden Verwendung eines Ortsnamens angesehen hat (vgl. GRUR Int. 1992, 62 - Vittel; GRUR 1993, 395,396 - RÖMIGBERG II), ist diese ältere Rechtsprechung mit der neueren Rechtsprechung des EuGH in Einklang zu bringen, wonach geografische Angaben von Haus aus schutzunfähig sind, ohne dass über ihren beschreibenden Charakter hinaus zusätzliche Anhaltspunkte für ein konkretes und aktuelles Freihaltebedürfnis erforderlich sind (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 8. Aufl., § 8 Rdnr. 223). Auch das BPatG hat im Übrigen eine Berücksichtigung von Monopolstellungen abgelehnt (PAVIS PROMA BPatG 32 W (pat) 330/02 „Casino Bremen“ sowie 26 W (pat) 209/04 - Warburger Quellen vgl. auch BGH GRUR 2006, 503 Casino Bremen). Aufgrund dieser neueren Tendenz in der Rechtsprechung ist daher auch vorliegend die Berücksichtigung der vermeintlichen Monopolstellung der Anmelderin nicht zulässig. Die von der Anmelderin zitierte Entscheidung 33 W (pat) 65/04 „Gut Seeburg“ vermag ebenfalls keine andere Betrachtungsweise zu rechtfertigen, da aufgrund des vorangestellten Bestandteils „Gut“ nicht der Eindruck eines Ortsnamens, sondern eines landwirtschaftlichen Anwesens vermittelt wird. Eine Parallele zum vorliegenden Fall ist daher nicht gegeben. Allerdings wurde auch in dieser Entscheidung

angenommen, dass die geringe Einwohnerzahl das Vorliegen einer Freihaltebedürftigen Ortsbezeichnung grundsätzlich nicht hindert.

Insgesamt ist daher von einem bestehenden Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG auszugehen, da die angemeldete Marke für die beanspruchten Waren eine geografische Herkunftsbezeichnung darstellt. Die Frage, ob die angemeldete Marke auch jeglicher Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entbehrt, kann demnach dahingestellt bleiben.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Reker

Kopacek

Bb