



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 24/08

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 305 71 460 (S 335/06 Lö)

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 22. Oktober 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Vogel von Falckenstein, der Richterin Winter und des Richters Paetzold

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 29. November 2005 angemeldete Wortmarke 305 71 460

Griepshop

ist am 6. Februar 2006 für zahlreiche Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 35 und 44 in das Register eingetragen worden.

Dagegen ist Löschungsantrag gemäß §§ 50 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gestellt worden mit der Begründung, das Markenwort sei eine beschreibende Angabe, die lediglich auf die Herkunft der geschützten Waren und Dienstleistungen hinweise.

Der Markeninhaber hat dem ihm am 14. Februar 2007 zugegangenen Löschungsantrag mit einem beim DPMA am 12. März 2007 eingegangenen Faxschreiben widersprochen.

Die Markenabteilung 3.4. des DPMA hat mit Beschluss vom 9. Januar 2008 die Löschung der Marke für die Waren und Dienstleistungen

„medizinische und veterinärmedizinische Dienstleistungen; Gesundheits- und Schönheitspflege für Menschen und Tiere; ambulante Pflegedienstleistungen; Aromatherapie; Betrieb einer Sauna; Betrieb eines Sonnenstudios (Gesundheits- und Schönheitspflege); Betrieb von öffentlichen Bädern für Zwecke der Körperhygiene; Betrieb von Pflegeheimen; Betrieb von türkischen Bädern; Dienstleistungen einer Hebamme; Dienstleistungen einer Kurklinik; Dienstleistungen eines Apothekers; Dienstleistungen eines Arztes; Dienstleistungen eines Blutspendedienstes; Dienstleistungen eines Chiropraktikers; Dienstleistungen eines Krankenhauses; Dienstleistungen eines medizinischen Labors; Dienstleistungen eines Optikers; Dienstleistungen eines Psychologen; Dienstleistungen eines Rehabilitationszentrums; Dienstleistungen eines Sanitäters; Dienstleistungen von Erholungsheimen; Dienstleistungen von Genesungsheimen; Dienstleistungen von Kliniken; Dienstleistungen von Polikliniken (Ambulanzen); Dienstleistungen von Sanatorien; Durchführung medizinischer und klinischer Untersuchungen; Durchführung von Massagen; Entziehungskuren für Suchtkranke; Ernährungsberatung; Gesundheits- und Schönheitspflege; Gesundheitsberatung; In vitro Befruchtung; Krankenpflegedienste; künstliche Besamung; physiotherapeutische Behandlungen; plastische und Schönheitschirurgie; psychosoziale Betreuung; Seniorenpflegedienste; therapeutische und ärztliche Versorgung und Betreuung; Vermietung von medizinischen Geräten; Tierpflege; Tierzucht; Betrieb von Tiersalons; Dienstleistungen eines Tierarztes; Dienstleistungen eines Zahnarztes; Telemedizin-Dienste; Dienstleistungen eines Floristen, Dienstleistungen eines Friseursalons; Dienstleistungen eines Schönheitssalons; Maniküre; Haarimplantation; Druckereierzeugnisse, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), Handbücher, Magazine, Zeitschriften und Zeitungen; Eintrittskarten“

angeordnet und zur Begründung ausgeführt, die Marke sei insoweit entgegen dem Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG eingetragen worden, das auch noch im Zeitpunkt der Löschung fortbestanden habe. Die Wortmarke bestehe lediglich aus einer geografischen Angabe, nämlich der so lautenden Bezeichnung eines Ortsteiles von Rothenuffeln, der seinerseits der Gemeinde Hille als Ortsteil angehöre. Diese bestehe aus neuen Ortschaften mit einer Gesamt Einwohnerzahl von 16.500 Einwohnern und verfüge über ein breites Spektrum von industriellen und handwerklichen Produktions-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen. In der Ortschaft Rothenuffeln - seit 1977 als Erholungsort mit Kurmittelgebiet staatlich anerkannt - befinde sich der Ortsteil Griepshop mit 353 Einwohnern, dessen Name auf einen bereits 1288 benannten Bauernhof zurück gehe und bei welchem sich zwei Kurhäuser befänden. Die angegriffene Marke werde in verschiedenen Veröffentlichungen als Ortsbezeichnung für den Erholungsort mit Kurmittelgebiet erwähnt. Als solche sei sie für die gelöschten Waren und Dienstleistungen schutzunfähig, hinsichtlich derer ein Interesse der Allgemeinheit bestehe, auf den Sitz eines entsprechend tätigen Unternehmens an dieser Stelle hinzuweisen. Dem stehe auch nicht entgegen, dass die Ortsbezeichnung gleichzeitig Bestandteil des Familiennamens des Markeninhabers sei, der ohnehin nur ein berechtigtes Interesse an der Führung des Namens in seiner Gesamtheit geltend machen könne. Nach den Beurteilungsgrundsätzen des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) müssten geografische Angaben vom Registerschutz ausgeschlossen werden, die entweder für die betroffenen Waren/Dienstleistungen bekannt seien oder vernünftigerweise in Zukunft mit ihnen in Verbindung gebracht werden könnten. Dies treffe auf die gelöschten Waren und Dienstleistungen zu; selbst medizinische Dienstleistungen wie „In vitro Befruchtung“ oder tiergestützte Therapieformen und sich daran anschließende Tierpflegeleistungen ließen sich ohne weiteres dort ansiedeln, was auch nahe liege und zumindest ein zukünftiges Freihaltungsbedürfnis begründe.

Gegen diesen Beschluss hat der Markeninhaber Beschwerde erhoben, mit der er sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenabteilung aufzuheben.

Er führt aus, dass es sich bei seiner Marke um keine geografische Herkunftsangabe i. S. d. §§ 8 Abs. 2 Nr. 2, 126 MarkenG handele, sondern nur um den Namen eines Hofes, an dem er als Namensträger ein besonderes Interesse habe, während die umliegenden Kurhäuser ihre Lage mit der dortigen Ortsangabe „Hiller“ angeben könnten. Auch habe der Begriff allenfalls lokale Bedeutung erlangt. Zudem sei der derzeit vorhandene Kurbetrieb lediglich auf Erholung ohne Therapie im medizinischen Sinne angelegt und rechtfertige kein Freihaltungsbedürfnis für entfernt liegende rein medizinische oder therapeutische Maßnahmen oder gar tierbezogene Dienstleistungen.

Der Antragsteller hält den angefochtenen Beschluss für zutreffend und trägt vor, die Ortsbezeichnung leite sich zwar vom ursprünglich vorhandenen Bauernhof ab, habe sich aber, wie in ländlichen Gebieten üblich, im Laufe der Zeit zu einer selbständigen Ortsangabe entwickelt, die in Reiseführern oder anderen touristischen Unterlagen Eingang gefunden habe; eine besondere Bekanntheit oder gar Berühmtheit brauche eine Herkunftsangabe nach der EuGH-Rechtsprechung zur Versagung der Eintragung nicht aufzuweisen.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die zulässige Beschwerde des Markeninhabers ist in der Sache ohne Erfolg.

Die Markenabteilung hat zu Recht die Teillöschung der angegriffenen Marke angeordnet, weil ihr sowohl im Zeitpunkt der Eintragung als auch im Entscheidungszeitpunkt der Versagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen zu halten ist; denn die angegriffene Wortmarke stellt im Zusammenhang mit den gelöschten Waren und Dienstleistungen eine Herkunftsangabe dar und ist deswegen Freihaltungsbedürftig.

Nach ständiger Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) sind bei Marken alle absoluten Schutzhindernisse im Lichte des Allgemeininteresses ausulegen, das ihnen jeweils zugrunde liegt (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 725 (Nr. 25 - 27) - Chiemsee, GRUR 2004, 674, 677 (Nr. 68) - Postkantoor). Diesen Auslegungsgrundsatz wendet der EuGH sowohl auf die Beurteilung der Unterscheidungskraft von Marken als auch auf die des Freihaltungsbedürfnisses an (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 608 (Nr. 60) - Libertel und GRUR 2003, 514, 519 (Nr. 74) - Linde, Winward u. Rado). Das Allgemeininteresse im Zusammenhang mit Unterscheidungskraft und Freihaltungsbedürfnis liegt in dem Schutz vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen, ein Interesse, das im Fall der beschreibenden Angaben des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht erst durch tatsächlich eingetretene Behinderungen berührt wird, sondern schon durch eine bloße potenzielle Beeinträchtigung (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG: „... dienen können, ...“). Ungerechtfertigte Monopole durch Marken müssen im Interesse der Rechtssicherheit möglichst frühzeitig, effektiv und ökonomisch durch die dafür zuständigen Behörden und Gerichte verhindert werden. Dazu hat der EuGH ausdrücklich hervorgehoben, dass „die Prüfung anlässlich des Antrages auf Eintragung einer Marke nicht auf ein Mindestmaß beschränkt werden darf. Diese Prüfung muss streng und vollständig sein, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu vermeiden“ (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 607 (Nr. 57 - 59) - Libertel und GRUR 2004, 674, 680 (Rn. 23 - 125) - Postkantoor).

Wie von der Markenabteilung bereits ausführlich und zutreffend erläutert, handelt es sich bei der angegriffenen Marke um eine Herkunftsangabe, die zumindest vom

regionalen Verkehr ohne weiteres verstanden und von den Mitbewerbern benötigt wird, was jedenfalls das Eintragungshindernis einer Freihaltebedürftigen beschreibenden Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erfüllt.

Nach § 8 Absatz 2 Nr. 2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, der geographischen Herkunft oder sonstiger Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen können. Dabei ist die Eintragung bei Bezeichnungen der geographischen Herkunft der Waren oder Dienstleistungen auch dann zu versagen, wenn die fragliche Benutzung als geographische Herkunftsangabe noch nicht zu beobachten ist, aber eine solche jederzeit in Zukunft erfolgen kann und auch vernünftigerweise zu erwarten ist. (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 726 - Chiemsee; BGH GRUR 2008, 900 - SPA II). An die damit verbundene Prognoseentscheidung sind keine höheren Anforderungen als bei den übrigen Sachangaben des § 8 Absatz 2 Nr. 2 MarkenG zu stellen (vgl. BGH GRUR 2003, 882, 883 - Lichtenstein).

Dabei muss die für die Bejahung eines Freihaltungsbedürfnisses erforderliche Beziehung zwischen den beanspruchten Waren und Dienstleistungen und dem fraglichen Ort nicht notwendigerweise auf der Herstellung der Waren oder der Erbringung der Dienstleistung in diesem Ort beruhen, sondern kann sich auch aus anderen Anknüpfungspunkten ergeben. Letztlich besteht ein Freihaltungsbedürfnis nicht nur an geographischen Angaben, die sich unmittelbar auf konkrete Eigenschaften der einschlägigen Waren und Dienstleistung beziehen, sondern auch an Ortsbezeichnungen, welche die Vorlieben der Verbraucher in anderer Weise beeinflussen können, z. B. dadurch, dass diese eine Verbindung zwischen Waren und Dienstleistungen und einem Ort herstellen, mit dem sie positiv besetzte Vorstellungen verknüpfen. Dabei besteht bei Namen von Ländern, Regionen, Großstädten oder sonst wirtschaftlich bedeutenden Örtlichkeiten eine grundsätzliche Vermutung dafür, dass sie als geographische Herkunftsangaben zur freien Verwendung benötigt werden können (vgl. EuGH a. a. O. - Chiemsee; GRUR 2004, 148, 149 (Nr. 37, 38) - OLDENBURGER; Ströbele/Hacker a. a. O. § 8 Rdn. 275).

Davon ausgehend kann im vorliegenden Fall ein rechtserhebliches Freihaltungsbedürfnis an der angegriffenen Marke als geographische Herkunftsangabe nicht verneint werden.

Unzweifelhaft handelt es sich dabei um die geografische Bezeichnung eines Ortteils. Entgegen der Auffassung des Markeninhabers können auch solche einem Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliegen; denn der Schutz von Herkunftsangaben erstreckt sich nicht nur auf große und bekannte Örtlichkeiten, sondern auf alle geografischen Angaben, insbesondere wenn sie regional bekannt sind (Ströbele/Hacker a. a. O. § 8 Rdn. 279; BPatG GRUR 2009, S. 1175 - Burg Lissingen; GRUR 2009, S. 491 - Vierlinden).

Soweit daher eine als solche geeignete geographische Herkunftsangabe vorliegt, kann auch die mögliche Mehrdeutigkeit das Freihaltebedürfnis nicht ausräumen (vgl. BGH a. a. O. - Lichtenstein; BPatG GRUR 2000, 1050, 1051 - Cloppenburg; Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl. 2009, § 8 Rdn. 284 m. w. N.). Insofern spielt es auch keine Rolle, dass die Marke Teil des Familiennamens des Markeninhabers darstellt, weil der Eigenname einen beschreibenden Charakter des Ortsnamens nicht ausschließt (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O.). Ob mögliche Mitbewerber auf eine alternative Ortsbezeichnung ausweichen können, wie der Markeninhaber meint, spielt für die Annahme des Freihaltungsbedürfnisses keine Rolle, für welches lediglich auf die Eignung zur Beschreibung abzustellen ist (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O. § 8 Rdn. 243 m. w. N.).

Die Marke eignet sich auch ohne weiteres als geografische Herkunftsbezeichnung für die streitigen Waren und Dienstleistungen. Dies gilt zunächst für sämtliche Waren und Dienstleistungen, welche im Zusammenhang mit einem Kurbetrieb angeboten werden können, was im angefochtenen Beschluss näher ausgeführt und vom Markeninhaber auch nicht substantiiert bestritten worden ist. Soweit er sich jedoch gegen die Eignung der Marke zur Herkunftsbezeichnung von medizinischen Dienstleistungen wendet, kann ihm nicht gefolgt werden. Vielmehr liegt es auf der Hand, dass auch solche im Umfeld von Kurbetrieben angeboten werden, weil die Behandlung von Reha-Patienten nicht auf Rehabilitationsmaßnahmen

beschränkt werden kann, gerade wenn solche nicht anschlagen oder zu Komplikationen führen. Zudem befinden sich auch in Kurbetrieben ausgebildete Ärzte, die ihre Leistungen privat anbieten können. Was die „weiter entfernt liegenden Dienstleistungen“ betrifft wie „in-vitro-Befruchtung“ oder tiergestützte Therapieformen, so werden auch solche medizinisch mitbetreut oder können zumindest in Zukunft ohne weiteres dort angesiedelt werden, zumal es sich mittlerweile um gängige Therapieformen handelt, wie die Markenabteilung zu Recht ausgeführt hat. Dasselbe gilt dann aber auch für die Dienstleistungen, welche im Zusammenhang mit tiergestützte Therapieformen stehen können, abgesehen davon, dass Kurpatienten ihre Tiere mitbringen und dort versorgen lassen wollen.

Nach alledem hat die Markenabteilung zu Recht die Teillöschung der angegriffenen Marke ausgesprochen, so dass die Beschwerde ohne Erfolg bleiben musste.

Zu einer von § 63 Abs. 1 S. 3 MarkenG abweichenden Kostenentscheidung bestand kein Anlass.

Dr. Vogel von Falckenstein

Winter

Paetzold

CI