



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 16/11

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 043 370.1

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 17. September 2012 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Klante, der Richterin Dorn und des Richters am Amtsgericht Jacobi

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen 30 2008 043 370.1

Ahrtaler

ist am 7. Juli 2008 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 6, 14, 35 und 43 angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 14 hat mit Beschlüssen vom 14. Januar 2009 und 9. Dezember 2010, von denen letzterer - unter teilweiser Aufhebung des Erstbeschlusses - im Erinnerungsverfahren ergangen ist, die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und wegen eines Freihaltebedürfnisses an dieser Bezeichnung teilweise zurückgewiesen, und zwar für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 6: unedle Metalle und deren Legierungen; Baumaterialien aus Metall; transportable Bauten aus Metall; Schienenbaumaterial aus Metall; Kabel und Drähte aus Metall (nicht für elektrische Zwecke); Schlosserwaren und Kleineisenwaren; Metallrohre; Geldschränke; Waren aus Metall, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Erze;

- Klasse 14: Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente; Medaillen, Münzen, Taler, Jetons, Komplementärwährung;
- Klasse 35: Werbung; Marketing und Vertrieb von Medaillen, Münzen, Taler, Jetons, Komplementärwährung;
- Klasse 43: Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen, insbesondere Tourismuswerbung.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, das Anmeldezeichen "Ahrtaler" habe drei mögliche Bedeutungen: Als Substantiv könne das Wort "Ahrtaler" zunächst eine Person bezeichnen, die aus dem Tal der Ahr - ein durch Rheinland-Pfalz und Nordrhein-Westfalen fließender Rhein-Nebenfluss - stamme oder dort ihren Sitz habe. Als Adjektiv verwendet qualifiziere der Begriff einen Gegenstand dahingehend näher, dass dieser aus dem Ahrtal komme, also dort hergestellt oder vertrieben werde. In seiner dritten möglichen Bedeutung, die an das Wort "Taler" anknüpfe, bezeichne das angemeldete Zeichen eine Silbermünze oder Münze, die in der Region der Ahr geprägt oder verwendet werde bzw. worden sei. Der Begriff "Ahrtaler" eigne sich daher zur unmittelbaren Beschreibung der geografischen Herkunft, also des Ortes der Warenherstellung/Dienstleistungserbringung bzw.- hinsichtlich der beanspruchten Medaillen, Münzen, Taler und Jetons - zur Bezeichnung der Art und des Gegenstandes dieser Waren. Mithin handle es sich bei dem Anmeldezeichen um eine freihaltebedürftige Angabe. Zudem fehle dem Anmeldezeichen aus den zuvor beschriebenen Gründen auch jegliche Unterscheidungskraft. Die Berufung der Anmelderin auf acht ihrer Ansicht nach vergleichbare Voreintragungen von Wort- bzw. Wort-/Bildmarken, die - wie das hier zu beurteilende Zeichen - aus einem Flussnamen und dem Begriff "-taler" zusammengesetzt seien, rechtfertige keine andere rechtliche Beurteilung.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die bislang - auch auf den rechtlichen Hinweis des Senats mit Schreiben vom 8. August 2012, mit dem auch zahlreiche Recherchebelege übersandt worden sind - nicht begründet wurde. Im Verfahren vor dem Amt hat sie vorgetragen, dass der Gegenstand der beanspruchten Waren und Dienstleistungen durch den Begriff "Ahrtaler" in keiner Weise beschrieben würde, allenfalls würde damit die regionale Herkunft angesprochen, was einer Unterscheidungskraft aber nicht entgegenstünde. Eine Verwendung der Bezeichnung "Ahrtaler" zur Bezeichnung einer im Ahrtal ansässigen natürlichen oder juristischen Person finde sich im deutschen Sprachgebrauch so gut wie nicht. Es habe auch kein gesetzliches Zahlungsmittel im Ahrtal gegeben, welches mit "Taler" bezeichnet worden wäre, abgesehen davon würden lokale Währungsmittel heute nicht mehr ausgegeben. Des Weiteren hat sich die Anmelderin auf eine abweichende Eintragungspraxis des DPMA berufen (vgl. hierzu Schriftsatz vom 10. Dezember 2008, Seiten 2/3).

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist unbegründet.

Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens "Ahrtaler" als Marke steht hinsichtlich der beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen sowohl das absolute Schutzhindernis der Freihaltebedürftigkeit gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG als auch das der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat dem Anmeldezeichen daher insoweit zu Recht die Eintragung versagt.

1. Bei dem angemeldeten Zeichen handelt es sich zunächst um eine Freihaltebedürftige beschreibende Angabe.

Dem Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterfallen solche Marken, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen dienen können. Mit diesem Schutzhindernis wird das im Allgemeininteresse liegende Ziel verfolgt, dass alle Zeichen oder Angaben, die Merkmale der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen beschreiben, von allen Unternehmen frei verwendet werden können und nicht aufgrund ihrer Eintragung als Marke einem Unternehmen vorbehalten werden (vgl. EuGH GRUR 2004, 680, 681 Rdnr. 35, 36 - BIOMILD; GRUR 1999, 723, 725 Rdnr. 25 - Chiemsee).

a) Die "Ahr" (von althochdeutsch Aha für Wasser) ist ein 85,1 km langer, westlicher bzw. linker Nebenfluss des Rheins in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz (vgl. <http://de.wikipedia.org> zu "Ahr"). Das "Ahrtal" ist nach diesem Rheinzuffluss benannt. Es beginnt geografisch an der Ahrquelle in Blankenheim (Ahr) im Kreis Euskirchen (Nordrhein-Westfalen) und verläuft mehr oder weniger in West-Ost-Richtung. Fast genau an seinem südlichsten Punkt wird der Kreis Ahrweiler (Rheinland-Pfalz), der rund 127.000 Einwohner zählt (<http://de.wikipedia.org> zu "Ahrweiler"), erreicht. Im weiteren Verlauf erreicht die Ahr das Gebiet der Stadt Bad Neuenahr-Ahrweiler mit rund 27.000 Einwohnern (<http://de.wikipedia.org> zu "Bad Neuenahr-Ahrweiler"), um schließlich südlich von Remagen auf dem Gebiet der Stadt Sinzig in den Rhein zu münden. Das Ahrtal ist vor allem für seinen Weinanbau bekannt. Eine für den regionalen Tourismus bedeutende Rolle spielen die von Anfang September bis Ende Oktober stattfindenden Weinfeste in den einzelnen Weinorten, vor allem in Altenahr, Mayschoß, Rech, Dernau, Walporzheim, Ahrweiler und Heimersheim. Das Gebiet sowie die südlicher gelegene Vulkaneifel sind aber auch für Mineralwasser bekannt, so machten die eisenhaltigen Quellen (z. B. die Apollinarisquelle) Bad Neuenahr zur Kurstadt (<http://de.wikipedia.org> zu "Ahrtal"). Der Tourismus im Ahrtal ist ein seit Jahren ständig wachsender Wirtschaftsfaktor. Von ihm profitieren im kleineren Umfang das Quellgebiet in Blankenheim, hauptsächlich aber das Gebiet des mittleren

Ahrtals zwischen Altenahr und Bad Neuenahr-Ahrweiler. Die Kreisstadt ist inzwischen unter den Top 3 der rheinland-pfälzischen Urlaubsorte zu finden. Unter den am Ahrlauf gelegenen Gemeinden ist stellvertretend Dernau zu erwähnen - hier ist der Wandel vom Winzerdorf zum nationalen Urlaubsziel am deutlichsten erkennbar (<http://de.wikipedia.org> zu "Ahrtal").

b) Vor diesem Hintergrund kann das angemeldete Wortzeichen "Ahrtaler" als Substantiv eine natürliche oder juristische Person bezeichnen, die aus dem Ahrtal kommt bzw. dort ansässig ist. Entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin wird der Begriff in dieser Bedeutung als Substantiv im deutschen Sprachgebrauch verwendet, wie die folgende Fundstelle beispielhaft belegt:

"Die Rezepte für eingelegtes Gemüse kommen von Véronique Witzigmann und der Artikel "Die Fackelträger" beschreibt den Kampf einiger Ahrtaler für die deutsche Trüffel." (<http://suite101.de/article/lust-auf-land-und-laendliche-lebensart-country-a85656>, Anlage 1 zum Schreiben des Senats vom 8. August 2012).

In seiner adjektivischen Verwendungsform kann der Begriff "Ahrtaler" eine Ware oder Dienstleistung dahingehend näher bezeichnen, dass diese aus dem Ahrtal kommt, also dort hergestellt, vertrieben oder angeboten wird. Dies ergibt sich bereits aus den dem Beanstandungsbescheid des DPMA vom 30. Oktober 2008 beigefügten Anlagen sowie ergänzend aus den der Beschwerdeführerin übersandten Recherchebelegen des Senats:

- *"Ein großartiger Umzug war der würdige Höhepunkt des 60. Weinfestes in Dernau, das am Montag endet... Fußgruppen und Motivwagen thematisierten die weltweite Freude am Ahrtaler Wein, der sich bekannterweise auch in Südafrika bereits einen guten Namen gemacht hat."* (http://www.rhein-zeitung.de/region/bad-neuenahr_artikel..., Anlage 2a zum o. g. Schreiben des Senats);

- *"Für einen ganzen Abend verwandeln wir unser Kongress- Foyer und den Kongress-Saal stilecht in den "Ahrtaler Weinmarkt".* (http://media.dorint.com/media/docs/ahrtaler_weinmarkt.pdf, Anlage 2b zum o. g. Schreiben des Senats);

- *"Das Ahrtaler Gipffest ist mittlerweile für viele Wanderer ein fester Termin im jährlichen Kalender geworden ..."* (<http://www.gipffest.de/>, Anlage 2c zum o. g. Schreiben des Senats);

- *"Ahrtaler Glühweinprobe"* (http://www.weihnachtsplaner.de/weihnachtsfeier_gluehwein_probe.php, Anlage 2d zum o. g. Schreiben des Senats).

Der Begriff "Ahrtaler" in seiner adjektivischen Form wird auch im Zusammenhang mit Personen als Hinweis auf deren Herkunft aus dem Ahrtal verwendet, wie beispielsweise die "Ahrtaler Eisenbahnfreunde" (<http://www.ahrtalbahnfreunde.de/>, Anlage 3 zum o. g. Schreiben des Senats). Des Weiteren ist "DER AHRTALER" die – beschreibende - Bezeichnung eines Veranstaltungsmagazins des Ahrtals (<http://www.ahrtal.de/pres-se/1303316811.php?site=>, Anlage 4 zum o. g. Schreiben des Senats).

c) Damit eignet sich der Begriff "Ahrtaler", die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen ihrer geografischen Herkunft nach, nämlich als aus dem Ahrtal stammend bzw. mit dem Ahrtal in Verbindung stehend, zu bezeichnen. Dabei sind adjektivische Formen von Ortsnamen den entsprechenden Ortsbezeichnungen gleichzustellen, soweit - wie hier - die jeweilige Ortsangabe selbst als geographische Herkunftsangabe geeignet und deshalb schutzunfähig ist (Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rdnr. 363 m. w. N.).

aa) Angesichts der belegten Verwendung des Begriffs "Zum Ahrtal Restaurant" für ein Restaurant in Bad Neuenahr-Ahrweiler (vgl. http://www.branchenbuchsuche.de/zum-ahrtal-restaurant-in-bad-neuenahr-ahrweiler_1331406, Anlage 5a zum o. g. Schreiben des Senats) und des Begriffs "Zum Ahrtal" für ein Hotel in Bad

Neuenahr (<http://www.hotel-ahrtaal-online.de/>, Anlage 5b zum o. g. Schreiben des Senats) kann von einem gegenwärtig bestehenden Freihaltebedürfnis an dieser geografischen Herkunftsangabe - und zwar aus o. g. Gründen auch an ihrer adjektivischen Form - betreffend die beanspruchten "Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen" ausgegangen werden.

bb) Selbst wenn für die weiteren beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen eine gegenwärtige Verwendung des Begriffs "Ahrtaler" durch Mitbewerber nicht im Einzelnen nachgewiesen werden könnte, steht dies der Annahme einer beschreibenden geografischen Herkunftsangabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht entgegen. Denn auch solche geografischen Bezeichnungen sind von einer Eintragung ausgeschlossen, bei denen eine beschreibende Verwendung vernünftigerweise in der Zukunft zu erwarten ist, so dass die Angabe zur Bezeichnung der geografischen Herkunft "dienen kann" i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Im Rahmen der in diesem Zusammenhang zu treffenden realitätsbezogenen Prognose sind daher nicht lediglich die gegenwärtigen Verhältnisse, sondern auch mögliche, nicht außerhalb der Wahrscheinlichkeit liegende zukünftige wirtschaftliche Entwicklungen zu berücksichtigen (EuGH a. a. O. Rdnr. 31, 37 - Chiemsee).

Ausgehend von den obigen Feststellungen zur wirtschaftlichen und touristischen Bedeutung des Ahrtals, in dessen Einzugsgebiet mehrere größere und bedeutende Örtlichkeiten liegen, bietet sich die Region als Sitz entsprechender Herstellungs- und Dienstleistungsbetriebe im Zuge der künftigen wirtschaftlichen Entwicklung vernünftigerweise an, so dass die Verwendung des Begriffs "Ahrtaler" als geografische Herkunftsangabe insoweit ernsthaft in Betracht kommt. Abgesehen davon knüpfen sich an "Ahrtaal" bzw. "Ahrtaler" wegen der Bekanntheit dieser Region durch den Tourismus und den Weinbau positiv besetzte Vorstellungen, auch gerade im Hinblick auf die vorliegend beanspruchten Werbe-, Verpflegungs- und Beherbergungsdienstleistungen sowie in Bezug auf die häufig

als Souvenir dienenden Medaillen, Münzen und Taler (EuGH a. a. O. Rdnr. 26 - Chiemsee).

Vor diesem Hintergrund können durch die angemeldete Bezeichnung die in Klasse 6 beanspruchten Waren "unedle Metalle und deren Legierungen; Baumaterialien aus Metall; transportable Bauten aus Metall; Schienenbaumaterial aus Metall; Kabel und Drähte aus Metall (nicht für elektrische Zwecke); Schlosserwaren und Kleineisenwaren; Metallrohre; Geldschränke; Waren aus Metall, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Erze" dahingehend beschrieben werden, dass sie von einem im Ahrtal ansässigen Anbieter hergestellt bzw. angeboten werden. Entsprechendes gilt für die in Klasse 14 beanspruchten "Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Uhren und Zeitmessinstrumente; Medaillen, Münzen, Taler, Jetons, Komplementärwährung". Die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen in Klasse 35 "Werbung; Marketing und Vertrieb von Medaillen, Münzen, Taler, Jetons, Komplementärwährung" können in der Region Ahrtal oder von dort aus erbracht oder angeboten werden.

So kann "Ahrtaler" als Herstellungs-, Angebots- oder Erbringungsort der hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen verstanden werden.

d) Hinsichtlich der beanspruchten Waren "(aus Edelmetallen und deren Legierungen) hergestellte oder damit plattierte Waren, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Medaillen, Münzen, Taler, Jetons, Komplementärwährung" (Klasse 14) sowie "Waren aus Metall, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind" (Klasse 6) eignet sich "Ahrtaler" gleichzeitig als Sachhinweis auf den Gegenstand und die Art der Waren.

Der Begriff "Taler" hat lexikalisch die Bedeutung einer "Silbermünze in Deutschland bis in die Mitte des 18. Jahrhunderts" bzw. "Silbermünze im Wert von

drei Reichsmark" (Duden - Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]). Im Wortschatzportal der Universität Leipzig lautet die Beschreibung für "Taler": "altdeutsche Münze, alte Münze, deutsche Münze, ehemalige deutsche Münze" (vgl. <http://wortschatz.uni-leipzig.de>). Als Synonym zu "Taler" wird der Begriff "Geldstück" verwendet (www.duden.de/rechtschreibung/Taler). Vor diesem Hintergrund ist den Feststellungen des DPMA zu folgen, wonach der Begriff "Taler" im heutigen Sprachgebrauch allgemein für (alte) Münzen steht, also losgelöst vom Metall Silber.

Das angemeldete Wortzeichen "Ahrtaler" kann in seiner Gesamtbedeutung in Bezug auf die o.g. Waren von den angesprochenen inländischen Verkehrskreisen daher ohne weiteres als Sachhinweis auf eine (Silber-)Münze verstanden werden, die mit Motiven von der Ahr, wie beispielsweise dem Ahrverlauf oder historischen Bauwerken aus dieser Region, geprägt ist. Bei solchen, mit regionalen Motiven geprägten Münzen handelt es sich allgemeinkundig um beliebte Sammelobjekte, Geschenke oder Werbemittel. Der Begriff "Ahrtaler" wird auch bereits unter www.ahrtaler.net (vgl. Anlage 6 zum o.g. Schreiben des Senats) im Zusammenhang mit - offenbar von der Anmelderin oder einem wirtschaftlich mit ihr verbundenen Unternehmen - beworbenen Münzen und Medaillen im obigen Sinne beschreibend verwendet, nämlich wie folgt:

"Derzeit gibt es 4 Ahrtaler-Motive und 40 Rheintaler-Motive: "Ahrtaler" und "Rheintaler", das sind hochwertige Medaillen aus sogenanntem Neusilber, auf denen verschiedene Motive von der Ahr und vom Rhein dargestellt sind. Im Gebiet Bad Neuenahr-Ahrweiler gibt es derzeit 4 verschiedene Motive des Ahrtalers, am Rhein zwischen Düsseldorf und Speyer gibt es derzeit 40 verschiedene Motive des Rheintalers, zum Sammeln, Sparen und Verschenken."

Dabei steht § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG einer Eintragung des Anmeldezeichens auch dann entgegen, wenn zwar für einen Teil der unter die beanspruchten weiten Oberbegriffe fallende Waren ein beschreibender Charakter des Zeichens zu

verneinen ist, unter diese Oberbegriffe aber auch weitere Waren - wie hier Münzen und Taler - zu subsumieren sind, für welche das angemeldete Zeichen beschreibend ist (BGH GRUR 2002, 261, 262 Rdnr. 13 f.- AC; Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8 Rdnr. 308 m. w. N.).

2. Dem begehrten Zeichen fehlt auch jegliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, denn das angesprochene Publikum wird darin wegen seines oben dargestellten beschreibenden Aussagegehalts in Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen keinen Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen sehen.

3. Soweit sich die Beschwerdeführerin auf insgesamt acht Voreintragungen berufen hat, sind diese nicht vergleichbar, da sie größtenteils schon zu lange zurückliegen oder andere Markenbestandteile enthalten bzw. für andere Waren und/oder Dienstleistungen geschützt sind. Zum Teil handelt es sich bei den angeführten Voreintragungen auch um Wort-/Bildmarken, die aufgrund ihrer Grafik eingetragen worden sein können. Im Übrigen ließe sich allein aus einer oder wenigen vorangegangenen Entscheidungen noch nicht der Vorwurf einer willkürlichen Ungleichbehandlung ableiten, zumal es sich um rechtswidrig vorgenommene Eintragungen oder Eintragungen vor Eintritt einer Richtlinien- oder Rechtsprechungsänderung handeln kann. Niemand kann sich auf eine fehlerhafte Rechtsanwendung zugunsten eines anderen berufen, um eine identische Entscheidung zu erlangen (EuGH GRUR 2009, 667, 668 Rdnr. 18 - C-39/08 - Bild digital). Für die erforderliche Bereinigung des Markenregisters sieht das Gesetz das Lösungsverfahren vor, das von jedermann eingeleitet werden kann.

Klante

Dorn

Jacobi

Me