



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 564/13

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2012 060 716.0

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 8. Oktober 2014 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Hermann und Richter Schmid

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Markenstelle für Klasse 41 hat die am 23. November 2012 beim Deutschen Patent- und Markenamt angemeldete Wortmarke Nr. 30 2012 060 716.0

Störtebekerland

durch Beschluss vom 8. Oktober 2013 teilweise zurückgewiesen.

Die Zurückweisung betrifft die Waren bzw. Dienstleistungen

Klasse 16:

Druckereierzeugnisse; Glückwunsch-, Gruß- und Postkarten; Kalender; Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Magazine, Broschüren, Kataloge, Prospekte, Informationsmappen und -blätter; Karten; Fotografien, Fotodrucke, Poster und Plakate; Eintrittskarten, Fahrkarten

Klasse 35:

Werbung; Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Verbreitung von Werbeanzeigen; Verteilung von Werbematerial (Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben); Verfassen und Herausgabe von Werbetexten; Kundengewinnung und -pflege durch Versandwerbung (Mailing); Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen; Produktion von Werbefilmen; Produktion von Druckerzeugnissen (auch in elektronischer Form) für Werbezwecke; Marketing; Marktforschung und Marktanalyse; Meinungsforschung; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Verkaufsförderung [Sales Promotion] [für Dritte], Produktion von Werbe- und Informationsfilmen; Sammeln und Zusammenstellen themenbezogener Presseartikel; Vermittlung von Eintrittskarten für Dritte; Organisation und Veranstaltung von Messen zu ge-

werblichen und/oder Werbezwecken; Aktualisierung, Pflege und Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken; Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Sponsorensuche

Klasse 38:

Bereitstellen und Betrieb von Online-Portalen, Internet-Foren und Weblogs; Übermittlung von Grußkarten über das Internet; Kommunikationsdienste mittels Computerterminals; Kommunikationsdienste mittels Telefon; Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer; elektronische Nachrichtenübermittlung; elektronische Auskunftsübermittlung

Klasse 39:

Veranstaltung und Vermittlung von Ausflugsfahrten und Reisen; Veranstaltung und Vermittlung von Besichtigungen; Beförderung von Personen und Gütern, Vermittlung von Verkehrsleistungen; Buchungsdienstleistungen; Reisebegleitung; Organisation und Durchführung von Ausflügen, Reisen und Aufenthalten; Reservierungsdienste, Vermittlung von Eintritts- und Fahrkarten; Verkehrsinformationsdienste; Reservierungsdienste für Reisen, Ausflüge und Aufenthalte

Klasse 41:

Auskünfte über Freizeitaktivitäten und Unterhaltungsveranstaltungen; Herausgabe von Texten und Druckschriften (ausgenommen für Werbezwecke), insbesondere Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Magazinen, Broschüren, Informationsmappen und Prospekte; Bereitstellen von elektronischen Publikationen [nicht herunterladbar]; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Planung, Organisation und Durchführung von kulturellen und sportlichen Veranstaltungen; Planung und Durchführung von Live-Veranstaltungen; Planung, Organisation und Durchführung von Seminaren, Kongressen, Konferenzen und Workshops; Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle und Unterrichtszwecke; Eintrittskartenvorverkauf; Platzreservierungen für Unter-

haltungsveranstaltungen; Informationen über Unterhaltungsveranstaltungen; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Vorführungen zu Schulungszwecken; Bereitstellung von Freizeitinformationen; Information über Veranstaltungen; Betrieb von Sport-, Freizeit- und Erholungsanlagen

Klasse 43:

Vermittlung von Zimmern und Unterkünften; Reservierung von Zimmern und Unterkünften; Dienstleistungen zur Beherbergung und Verpflegung von Gästen.

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, das Zeichen entbehre insoweit jeglicher Unterscheidungskraft, vgl. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Der Wortbestandteil „Störtebeker“ nehme auf die historische Figur „Klaus Störtebeker“ (vermutlich um 1360 – 1401) Bezug, die als Seeräuber Bekanntheit erlangt habe und als volkstümlicher Held zahlreicher Lieder, Sagen und in neuerer Zeit von Festspielen gewürdigt werde.

In Verbindung mit dem Bestandteil „-land“ entspreche die angemeldete Wortkombination strukturell vergleichbaren geografischen Angaben, etwa den bestandskräftig zurückgewiesenen Anmeldungen „Land Fleesensee“ oder „Südbrookmerland“. Nach seinem Wortsinn bezeichne der Begriff eine Region, die einen Bezug zu Störtebeker aufweise. Die angemeldete Bezeichnung werde daher durch die beteiligten Verkehrskreise nicht als betriebliche Herkunftsangabe verstanden, sondern als sachbezogener Hinweis auf das Thema oder den Inhalt von Angeboten bzw. für andere Waren und Dienstleistungen als geografischer Herkunftshinweis aufgefasst. Dabei komme es nicht darauf an, ob das Publikum den Begriff als Namen der durch die Gemeinden Hage, Großheide und Marienhafengebildeten Region einordne.

Ob auch das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG der Eintragung entgegenstehe, könne dahingestellt bleiben.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Nach ihrer Auffassung verfügt bereits der Wortbestandteil „Störtebeker“ über Schutzfähigkeit, da er sich auf eine fiktive Person beziehe. Namen komme bei Zugrundelegung der wahrscheinlichsten Verwendungsform schon aufgrund ihrer Zweckbestimmung herkunftshinweisende Funktion zu.

Der Begriff „Störtebekerland“ sei danach eine Fantasiebezeichnung und werde nicht als Erbringungs- oder Angebotsort wahrgenommen. Eine derartige Ortsangabe, die sich auf ein abgrenzbares Territorium bezieht, existiere nicht, zumal unklar sei, ob und wo „Störtebeker“ gelebt habe.

Die Wortkombination rufe ferner über den Gehalt der beiden Wortbestandteile hinaus Assoziationen hervor, die einen sagenumwobenen und fiktiven Ort als Schauplatz von Abenteuern zum Gegenstand hätten.

Der Senat hat der Anmelderin im Beschwerdeverfahren verschiedene Rechercheergebnisse zur Kenntnis gegeben, die gegebenenfalls auf eine tatsächliche Verwendung des Begriffs als Ortsangabe hinweisen. Nach Auffassung der Anmelderin ließen die ermittelten Auszüge nicht auf eine Etablierung des Ausdrucks als geografische Herkunftsangabe schließen. Hiergegen spreche auch die Entstehung des Begriffs, den die Bürgermeister der Samtgemeinden Hagen, Brookmerland und Großheide Anfang des Jahres 2009 zur Bündelung ihrer Anstrengungen im Bereich Tourismus durch Gründung der „Arbeitsgemeinschaft Störtebekerland“ entwickelt hätten. Das Wortzeichen sei überdies in den Verkehrskreisen weithin unbekannt und werde nicht als geografische Angabe, sondern als Fantasiebezeichnung gewertet.

Das Zeichen verfüge nicht über beschreibenden Bedeutungsgehalt und unterliege daher auch nicht dem Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom
8. Oktober 2013 aufzuheben.

II.

Über die Beschwerde konnte ohne mündliche Verhandlung entschieden werden, nachdem die Anmelderin eine Entscheidung nach Lage der Akten beantragt hat, s. § 69 MarkenG.

Die zulässige Beschwerde bleibt ohne Erfolg.

1. Zwar bestehen erhebliche Bedenken, ob das angemeldete Zeichen, wie die Markenstelle angenommen hat, für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jeglicher Unterscheidungskraft entbehrt, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Der Wortsinn des angemeldeten Wortzeichens als solcher kann das Verständnis als Gebietsbezeichnung entgegen der Markenstelle nicht tragen, da eine typische Ortsbezeichnung, die diese Annahme zuließe, nicht vorliegt. Eigennamen realer und erst recht fiktiver historischer Persönlichkeiten sind nämlich abgesehen von Straßennamen regelmäßig nicht Bestandteil inländischer Gebietsbezeichnungen. Ein von offiziellen geografischen Angaben gelöstes Verständnis als umgangssprachliche Gebietsbezeichnung (wie z.B. „La Mancha, das Land von Don Quijote“) ist schon deswegen nicht nahe liegend, da allenfalls ein geringer Anteil der Verkehrskreise über Kenntnisse verfügt, die eine zuverlässige Einschätzung zulässt, ob die Person Störtebeker sinnfällig einer bestimmten Region zugeordnet werden kann. Das Publikum wird den Begriff als solchen daher eher als individuelle Wortprägung ohne objektive Eignung zur Bezeichnung eines geografischen Gebietes verstehen.

Überdies verweist auch der Wortbestandteil „-land“ nicht zwingend auf ein geografisches Gebiet. Er wird vielfach in Verbindung mit weiteren Angaben verwendet und kann in diesem Zusammenhang insbesondere eine Vertriebsstätte mit umfangreichen Warensortiment (vgl. BPatG, Beschluss vom 30. Mai 2012, 29 W (pat) 47/11 – tobaccoland) oder eine themenbezogene Freizeiteinrichtung (vgl. die Marken „Legoland“ oder „Disneyland“) bezeichnen. In dieser Bedeutung kann das Zeichen möglicherweise bezogen auf Unterhaltungs- oder kulturelle Angebote der Klasse 41 als Sachangabe wahrgenommen werden, die sich auf das Leben und Wirken von Störtebeker beziehen.

Einer abschließenden Prüfung dessen bedarf es allerdings nicht, da das Zeichen in vollem Umfang der Zurückweisung dem Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG unterliegt.

2. Die im Beschwerdeverfahren gewonnenen Erkenntnisse zur tatsächlichen Verwendung des Zeichens als geografische Angabe rechtfertigen die Zurückweisung der Anmeldung als beschreibende Bezeichnung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Obwohl die Markenstelle nicht über dieses Eintragungshindernis entschieden hat, kann der Senat die neue Tatsachenlage, zu der die Anmelderin angehört worden ist, einbeziehen und seine Entscheidung hierauf stützen, vgl. § 70 Abs. 3 Nr. 1 u. Nr. 3 MarkenG.

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Marken im Interesse freier Verwendung durch alle Unternehmen von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die u.a. zur Bezeichnung der Beschaffenheit, der geografischen Herkunft oder sonstiger Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen können.

a) Die der Anmelderin exemplarisch zur Kenntnis gebrachten Rechercheergebnisse lassen erkennen, dass der Begriff "Störtebekerland" bereits zum Anmeldezeitpunkt (November 2012) umfangreich als sachlicher Hinweis auf das

Gebiet, das die ostfriesischen Gemeinden Hage, Großheide und Brookmerland umfasst, verwendet worden ist, vgl.

- „Reiseführer Nordsee – Ostfriesland: Im Störtebekerland neue Energien tanken; ... Dem Piraten Klaus Störtebeker verdankt die Region ... ihren Namen“ (15.2. 2012 – reisefuehrer.ostfriesland-nordsee.de)
- „Urlaubsmagazin 2009: Störtebekerland (Großheide Hage Marienhafe)“ (golf-club-luetetsburg.de)
- „Route 9, Im Störtebeker- und Rheiderland sowie auf der Krumhörn“ in „Die schönsten Routen an der Deutschen Nordseeküste“ – Wohnmobil-Tourguide, Gaby Gölz, 2012
- „Störtebekerland“ – KVplan[®], Freizeit- u. Fahrradkarte
- Immobilienanzeige: „Region 06 – Störtebekerland (Hage, Großheide, Brookmerland)“ – (komm-zur-see.de)
- Bericht der Vertretung des Landes Niedersachsens im Bund: Initiative „DemografieCheck Störtebekerland“.

Die Mitgliedsgemeinden der „Arbeitsgemeinschaft Störtebekerland“, dem die Anmelderin angehört, haben den Ausdruck vor dem Anmeldezeitpunkt selbst als geografische Angabe verwendet und gebrauchen ihn weiterhin in dieser Bedeutung, vgl. etwa

- Webseiten „sg-hage.de“ bzw. „marienhafe.de“, vgl. „Informieren Sie sich über die aktuellen Veranstaltungen im Störtebekerland“ mit Hinweisen zu Veranstaltungen im Verbandsgebiet oder

- die Initiative „Störtebekerland – Zukunft vor Ort gestalten – „Wie wollen wir im Jahr 2030 im Störtebekerland leben?“ (Veranstaltung der Gemeinden v. 12. Juli 2012).

Der Begriff ist damit über einen Zeitraum von mehr als 2 Jahren in verschiedenen sachlichen Zusammenhängen (insbesondere Tourismus, Immobilienbranche wie auf politischer Ebene) und teilweise mit dem Ziel (z.B. Reiseführer), das Gebiet unter der Bezeichnung „Störtebekerland“ bekannt zu machen, benutzt worden und kann zum Anmeldezeitpunkt jedenfalls auf regionaler Ebene als in den Sprachgebrauch eingeführt betrachtet werden. Dies reicht für das Vorliegen einer sachbeschreibenden Angabe aus. Einer einhelligen Verkehrsanschauung bedarf es nicht (vgl. BGH GRUR 2008, 900 Rn. 15 - Spa II; BPatG, Beschluss vom 2.11.2004, 33 W (pat) 36/03, Rn. 25 - Isar-Süd; GRUR 2009, 491 Rn. 27 - Vierlinden).

Der Einordnung als geografische Angabe steht ferner nicht entgegen, dass der Begriff durch die 2009 gegründete „Arbeitsgemeinschaft Störtebekerland“ geprägt worden sein mag. Markenschutz dient von vornherein nicht dazu, die Schöpfung neuer Zeichen zu honorieren (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 10. Aufl., § 8 Rn. 108). Wenn die Arbeitsgemeinschaft die Verwendung eines an sich unterscheidungskräftigen Zeichens als geografische Angabe, was nach der Stellungnahme ihrer Marketingleiterin vom 30. Juni 2014 gerade der Zweck der Arbeitsgemeinschaft ist, die Bekanntheit des Gebietes unter diesem Namen gezielt zu fördern, kann ein hierauf beruhendes Begriffsverständnis nachfolgend beantragten Markenschutz nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 und ggf. Nr. 1 MarkenG ausschließen.

Angesichts der aufgezeigten sachbezogenen Verwendung des Begriffs und der damit verbundenen beachtlichen Aufnahme im Publikum ist auch unerheblich, dass die Figur „Störtebeker“ gegebenenfalls nur auf einer Legendenbildung beruht.

b) Bezogen auf einen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen konnte die Ortsangabe „Störtebekerland“ schon zum Anmeldezeitpunkt den Gegenstand von Publikationen oder von angebotenen Auskunftsdienstleistungen bezeichnen, insbesondere als Hinweis auf Informationen zum „Störtebekerland“ als touristisches Ziel (vgl. dazu die Verwendungsbeispiele „Urlaubsmagazin 2009: Störtebekerland“ bzw. Radwanderkarte Störtebekerland). Dies betrifft namentlich die beanspruchten Waren

„Druckereierzeugnisse; Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Magazine, Broschüren, Kataloge, Prospekte, Informationsmappen und -blätter; Karten“

sowie sämtliche Dienstleistungen der Klasse 38 und „Bereitstellen von elektronischen Publikationen [nicht herunterladbar]“ der Klasse 41.

Entsprechend verhält es sich bezogen auf „Glückwunsch-, Gruß- und Postkarten; Kalender, Fotografien, Fotodrucke, Poster und Plakate“ bezogen auf die der angemeldete Begriff der Erläuterung des Bildmotivs dienen kann.

Hierin liegt im Hinblick auf den thematisierten gedanklichen Inhalt eine Angabe zur Beschaffenheit der Waren und Dienstleistungen vor (vgl. zu einem Personennamen BPatG, Beschl. vom 28. April 2000, 32 W (pat) 261/99, Winnetou, insoweit offen gelassen in BGH GRUR 2003, 342, 343 - Winnetou; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 10. Aufl., § 8 Rn. 331).

Der angemeldete Begriff kann auch der Bestimmung der Beschaffenheit von Dienstleistungen dienen, die touristische oder Beförderungsangebote der Klasse 39 und auskunftsorientierte Dienstleistungen der Klasse 35, 41 und 43, nämlich „Vermittlung von Eintrittskarten für Dritte“ (Kl. 35), „Auskünfte über Freizeitaktivitäten und Unterhaltungsveranstaltungen; Eintrittskartenvorverkauf; Platzreservierungen für Unterhaltungsveranstaltungen; Informationen über Unterhaltungsveranstaltungen; Bereitstellung von Freizeitinformationen; Information über Veran-

staltungen“ (Kl. 41) bzw. „Vermittlung von Zimmern und Unterkünften; Reservierung von Zimmern und Unterkünften“ (Kl. 43) betreffen. In diesem Zusammenhang kann die Ortsangabe das Reise- oder Beförderungsziel bzw. die Region, für die Auskünfte erteilt und Veranstaltungen gebucht werden können, benennen. Entsprechendes gilt für die Waren „Eintrittskarten, Fahrkarten“, bezogen auf die eine Gebietsbezeichnung den örtlichen Geltungsbereich der Karte angeben kann.

Soweit das angemeldete Zeichen aus den genannten Gründen den Inhalt der beanspruchten Waren bzw. Dienstleistungen beschreiben kann, ist der Ortsbezug ein das Wesen der Ware bestimmendes Merkmal, bei dem ein Freihaltungsinteresse anderer Anbieter auf der Hand liegt, vgl. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die genannten Verwendungsbeispiele zeigen für die insoweit beanspruchten Waren und Dienstleistungen mit (potentiellem) Bezug zum Tourismus bereits zum Anmeldezeitpunkt aussagekräftige tatsächliche Verwendungen des angemeldeten Zeichens und belegen damit die Eignung zur Beschreibung der Waren bzw. Dienstleistungen.

c) Auch in Bezug auf die ferner beanspruchten Dienstleistungen unterliegt das angemeldete Zeichen als Angabe zum Ort der Erbringung der Dienstleistung dem Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, nämlich für:

Klasse 35: Werbung; Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Verbreitung von Werbeanzeigen; Verteilung von Werbematerial (Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben); Verfassen und Herausgabe von Werbetexten; Kundengewinnung und -pflege durch Versandwerbung (Mailing); Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen; Produktion von Werbefilmen; Produktion von Druckerzeugnissen (auch in elektronischer Form) für Werbezwecke; Marketing; Marktforschung und Marktanalyse; Meinungsforschung; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Verkaufsförderung [Sales Promotion] [für Dritte], Produktion von Werbe- und Informationsfilmen; Organisation und Veranstaltung von Messen zu gewerblichen und/oder Werbezwecken; Aktualisierung, Pflege und Zusammen-

stellung von Daten in Computerdatenbanken; Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Sponsorensuche

Klasse 41: Herausgabe von Texten und Druckschriften (ausgenommen für Werbezwecke), insbesondere Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Magazinen, Broschüren, Informationsmappen und Prospekte; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Planung, Organisation und Durchführung von kulturellen und sportlichen Veranstaltungen; Planung und Durchführung von Live-Veranstaltungen; Betrieb von Sport-, Freizeit- und Erholungsanlagen; Planung, Organisation und Durchführung von Seminaren, Kongressen, Konferenzen und Workshops; Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle und Unterrichtszwecke; Vorführungen zu Schulungszwecken

Klasse 43: Dienstleistungen zur Beherbergung und Verpflegung von Gästen.

Die Eintragung ist auch dann zu versagen, wenn die fragliche Benutzung als inhaltsbeschreibende oder geografische Angabe zum Anmeldezeitpunkt noch nicht zu beobachten ist, eine solche Verwendung aber jederzeit in Zukunft erfolgen kann (vgl. EuGH GRUR 1999, 723, 726 Rn. 37 - Chiemsee; GRUR 2014, 565 Rn. 28 - smartbook). Jedenfalls von einem zukünftigen Freihaltungsbedürfnis in diesem Sinn ist vorliegend unter Berücksichtigung nicht unerheblicher Gebietsgröße (ca. 90 km², 17000 Einw.) und der feststellbaren Ansiedlung von in den genannten Branchen tätigen Unternehmen (neben umfangreicher Gastronomie insbesondere auch von Veranstaltungsanbietern und Werbeagenturen in Hage, z.B. „Teamwork“) auszugehen, zumal der Gebrauch des angemeldeten Ausdrucks nicht auf touristische Zusammenhänge beschränkt ist (vgl. die o.g. Verwendung für Immobilienanzeigen, ferner im Bereich der Hundezucht, vgl. working-dog.de – u.a. „Elko vom Störtebekerland“ wie auch in Blogbeiträgen, ... mein Name ist Hilko, ich bin waschechter Ostfrieße und komme aus dem Störtebekerland ...“, rennrad-news.de).

Die Eignung der angemeldeten Angabe, als geografische Herkunftsangabe verwendet zu werden, ist nicht dadurch Zweifeln ausgesetzt, dass die Angabe „Störtebekerland“ zum Anmeldezeitpunkt überregional nicht oder nur eingeschränkt bekannt war. Schon das Verständnis eines geringen Teils der angesprochenen Verkehrskreise kann nämlich dem Schutz als Marke entgegenstehen (vgl. BPatG GRUR 2009, 491 Rn. 31 f. - Vierlinden; Fezer, Markenrecht, 4. Aufl., § 8 Rn. 437). Bezogen auf Angaben, deren Verwendung - wie bei den hier in Rede stehenden Dienstleistungen - üblicherweise auf eine bestimmte Region begrenzt ist, kann die Nutzung einer geografischen Angabe zur Beschreibung des Leistungsangebots schon dann zweckmäßig sein, wenn der betreffende Ort nur regional bekannt ist (BPatG, Beschl. v. 25.9.2012, 33 W (pat) 62/10, Rn. 22 ff. – Kronenburg; Ströbele/Hacker, a.a.O., § 8 Rn. 345). Schon diese Voraussetzung kann hier als erfüllt betrachtet werden. Überdies waren zum Anmeldezeitpunkt realistische Anzeichen für eine stärkere Etablierung des Namens gegeben, nachdem die Bezeichnung „Störtebekerland“ erst 2009 gerade zu dem Zweck eingeführt wurde, die Bekanntheit des Gebiets zu erhöhen.

Für die in Rede stehenden Dienstleistungen kann der Ort der Erbringung von hohem Interesse sein (vgl. BPatG GRUR 2009, 1175 Rn. 36 - Burg Lissingen), weil hiervon über die Frage der Erreichbarkeit des Anbieters hinaus auch das gegebenenfalls den Leistungsinhalt mitbestimmende Ambiente (Gastronomie, Unterhaltungsveranstaltungen) und andere angebotserhebliche örtliche Einflüsse (etwa hier Kenntnis des Plattdeutschen und/oder der friesischen Lebensart - Werbung, Publikationsleistungen) abhängen.

Zwar könnten ansässige Unternehmen den jeweiligen Gemeindefürnamen (Hage, Großheide bzw. Marienhafen) nutzen. Das Vorhandensein von gegebenenfalls adäquaten Ausweichmöglichkeiten lässt ein Freihaltungsinteresse aber nicht entfallen (vgl. etwa BPatG, Beschluss vom 3.12.2008, 29 W (pat) 46/07 – Traunsteiner Wochenblatt), umso weniger als schon zum Anmeldezeitpunkt absehbar war, dass die angemeldete Gebietsbezeichnung für überörtliches

Publikum stärker wahrnehmbar und zudem bereits kraft Wortsinns mit positiven oder jedenfalls bezugsreichen Assoziationen belegt sein würde.

Die Beschwerde war daher zurückzuweisen. Zur Zulassung der Rechtsbeschwerde bestand kein Anlass (§ 82 MarkenG).

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Dr. Albrecht

Hermann

Schmid

Hu