



# BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 507/13

Verkündet am

2. Juli 2014

---

(AktENZEICHEN)

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 30 2010 066 627.7

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 2. Juli 2014 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Fuchs-Wisseemann sowie der Richter Reker und Dr. Himmelmann

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I**

Zur Eintragung für die Waren

„alkoholische Getränke (ausgenommen Biere), insbesondere  
Weine, Schaumweine, Sekt, Weinbrand, Spirituosen und Liköre“

angemeldet ist die Wortmarke

### **Weingut Burg Ravensburg.**

Die Markenstelle für Klasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss 28. November 2012 gemäß § 37 Abs. 1 i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen, weil es sich bei der angemeldeten Marke um eine Angabe handele, die zur Beschreibung der beanspruchten Waren dienen könne und der jegliche Unterscheidungskraft fehle.

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, die angemeldete Marke bestehe aus dem Wort „Weingut“, das einen auf den Weinbau spezialisierten landwirtschaftlichen Betrieb bezeichne, dem Wort „Burg“, der Bezeichnung für einen Wohn- und Verteidigungsbau mittelalterlicher Feudalherren, sowie dem Wort „Ravensburg“. Dabei handele es sich u. a. um den Namen einer real existierenden Burg im Kraichgau im Bundesland Hessen. Die Angabe „Weingut Burg Ravensburg“ insgesamt bezeichne ein an der oder in der Nähe der Burg Ravensburg ge-

legenes Weingut und sei für die beanspruchten Waren als geografische Herkunftsangabe geeignet. Die Eigentümer und Pächter von Burgen nutzten diese außer für touristische bzw. museale und denkmalpflegerische Zwecke auch als Hotels und Gaststätten sowie als Angebotsstätten für alkoholische Getränke. Diese Getränke, insbesondere Weine, könnten von Trauben des Weinanbaugebiets im Umkreis der Burg Ravensburg stammen und auch unmittelbar in der Burg oder auf dem Burggelände der Burg Ravensburg verkauft werden. Mitbewerbern müsse es möglich bleiben, darauf hinweisen zu können, dass auch sie die Waren der beanspruchten Art erzeugen, die von der Burg Ravensburg bzw. von einem in deren Nähe gelegenen Weingut stammen. Zu der von der Anmelderin geltend gemachten Monopolstellung sei zu bemerken, dass die aktuellen Besitzverhältnisse an einem Objekt, das als geografische Bezeichnung gelten könne, für das durchzuführende Prüfungsverfahren ohne Bedeutung seien, da sich diese jederzeit ändern könnten, was ebenso auf ein erteiltes Markenschutzrecht zuträfe. Der angemeldeten Bezeichnung „Weingut Burg Ravensburg“ fehle auch die Eignung, von den angesprochenen Verkehrskreisen als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Sie bringe lediglich zum Ausdruck, dass die beanspruchten Waren geografisch der so bezeichneten Burg mit Weingut entstammten.

Dagegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Ansicht, die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG stünden der Eintragung der angemeldeten Marke nicht entgegen, weil durch das Wort „Weingut“ unmittelbar und eindeutig auf eine betriebliche Herkunft der Waren verwiesen werde. Außerdem handele es sich bei der Burg Ravensburg um eine Burg, die überörtlich wenig bekannt sei. Namen von Schlössern oder Burgen seien eintragungsfähig, wenn der Verkehr diese nicht mit bestimmten Produkten oder Dienstleistungen verbinde oder der Name nicht zugleich eine Region oder Landschaft bezeichne. Es sei auch nicht zu erwarten, dass die Bezeichnung „Weingut Burg Ravensburg“ künftig von Dritten als geografische Herkunftsangabe benötigt werde. Die Ravensburg und das zugehörige Weingut Burg Ravensburg seien seit 1251 urkundlich belegt. Das Weingut sei eines der ältesten deutschen Weingüter, welches

bis zum Erwerb durch die Anmelderin der Familie G... von Ravensburg gehört habe, die das Gut seit jeher im Verkehr als „Weingut Burg Ravensburg“ bezeichnet habe. Die Anmelderin habe durch den Erwerb des Eigentums an dem Weingut Burg Ravensburg im November 2010 eine Monopolstellung in Bezug auf die Weinbaulagen „Weingut Burg Ravensburg“ bzw. „Burg Ravensburg“ erworben, an der sich auch zukünftig nichts ohne ihre Zustimmung ändern könne. Es gebe auch keine weiteren Weinbaubetriebe auf den Ländereien oder in der unmittelbaren Umgebung der Burg Ravensburg, die sich nicht im Besitz der Anmelderin befänden. Des Weiteren sei das Weingut Burg Ravensburg ein beim Weinbauinstitut und bei der Weinbaukontrolle registrierter Erzeuger von Wein mit einer bestimmten amtlichen Betriebs- und Prüfnummer. Damit sei ausgeschlossen, dass ein weiterer Erzeuger von Wein sich „Weingut Burg Ravensburg“ nennen dürfe. Auf der anderen Seite sei die Nutzung der angemeldeten Marke weinrechtlich dahingehend eingeschränkt, dass diese ausschließlich für Weine verwendet werden dürfe, die aus den Rebflächen des Weingutes Burg Ravensburg stammten. Ferner sei es zu keiner Zeit geduldet worden, dass ein fremdes Weingut diesen Namen führte oder die Burg Ravensburg zur Vermarktung von Weinen herangezogen wurde. Außerdem sei der Name „Ravensburg“ in der Kombination mit den Worten „Weingut Burg ...“ auch schon seit jeher von den Voreigentümern als geschäftliche Bezeichnung im Sinne von § 5 Abs. 1 und 2 MarkenG verwendet worden, weshalb gegen die Benutzung einer identischen oder verwechselbaren Bezeichnung gegen Dritte Unterlassungsansprüche bestünden. Ergänzend verweist die Anmelderin auf die Entscheidung des 33. Senats des Bundespatentgerichts zu der Bezeichnung „Burg Eltz“ (PAVIS PROMA, 33 W (pat) 187/04, Beschluss vom 12.10.2004) sowie auf vom Deutschen Patent- und Markenamt zuvor eingetragene Marken, wie z. B. „Weingut Schloss Staufenberg“ und „Weingut Schloss Salem“. Angesichts der dargestellten Sachlage werde der Verkehr in der angemeldeten Marke auch nicht lediglich eine geografischen Herkunftsangabe, sondern einen Hinweis auf eine bestimmte betriebliche Herkunft der beanspruchten Waren sehen, so dass sie hinreichende Unterscheidungskraft aufweise.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 33 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 28. November 2012 aufzuheben.

## II

Die Beschwerde ist zulässig, jedoch unbegründet. Der Eintragung der angemeldeten Marke für die in der Anmeldung beanspruchten Waren steht das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen, weil es sich bei ihr um eine Angabe handelt, die zur Bezeichnung der geografischen Herkunft dieser Waren dienen kann. Der angemeldeten Marke fehlt zudem für die beanspruchten Waren auch jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

1. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist eine Marke vom Schutz ausgeschlossen, wenn sie ausschließlich aus Zeichen oder Angaben besteht, die im Verkehr zur Bezeichnung von Merkmalen der infrage stehenden Waren und Dienstleistungen dienen können. Diese auf Art. 3 Abs. 1 Buchst. C MarkenRL beruhende Vorschrift verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass beschreibende Zeichen oder Angaben im Sinne der Bestimmung von jedermann frei verwendet werden können (EuGH GRUR 1999, 723 - Chiemsee; GRUR 2004, 674 - Postkantoor; BGHZ 167, 278 - FUSSBALL WM 2006). Sie erlaubt es daher nicht, dass solche Zeichen oder Angaben durch ihre Eintragung als Marke einem einzigen Unternehmen vorbehalten werden. Das Schutzhindernis liegt bereits dann vor, wenn die angemeldete Marke in einer ihrer möglichen Bedeutungen ein Merkmal der betreffenden Waren oder Dienstleistungen beschreibt (EuGH MarkenR 2008, 160, 162 - Hairtransfer).

Die Zurückweisung einer Anmeldung nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG setzt nicht voraus, dass die Zeichen und/oder Angaben, aus denen die Marke besteht, zum

Zeitpunkt ihrer Anmeldung bereits tatsächlich für die Waren oder Dienstleistungen oder für ihre Merkmale beschreibend verwendet werden. Es genügt, wie sich schon aus dem Gesetzeswortlaut ergibt, dass sie zu diesem Zweck verwendet werden können.

Ein Allgemeininteresse besteht namentlich auch an der Freihaltung von Zeichen und Angaben, die zur Bezeichnung der geografischen Herkunft der beanspruchten Waren dienen können. Dieses Allgemeininteresse beruht insbesondere darauf, dass geografische Bezeichnungen nicht nur die Herkunft von Waren, sondern darüber hinaus auch deren Qualität und andere ihnen auf Grund der geografischen Herkunft innewohnende Eigenschaften anzeigen und so den Kaufentschluss der Verbraucher etwa dadurch beeinflussen können, dass diese eine Verbindung zwischen den Waren und einem Ort herstellen, mit dem sie positiv besetzte Vorstellungen verbinden (EuGH a. a. O. – Chiemsee; BPatG GRUR 2009, 1175, 177 – Burg Lissingen). Die Eintragung von geografischen Bezeichnungen als Marke ist nicht nur dann ausgeschlossen, wenn sie bestimmte geografische Orte bezeichnen, die für die betroffenen Waren bereits berühmt oder bekannt und die daher von den beteiligten Verkehrskreisen mit ihnen in Verbindung gebracht werden, sondern das Schutzhindernis gilt auch für geografische Bezeichnungen, für die vernünftigerweise in der Zukunft zu erwarten ist, dass sie mit den betreffenden Waren in Verbindung gebracht werden (EuGH a. a. O. – Chiemsee). Angezeigt ist insoweit eine realitätsbezogene Prognose, die aber nicht lediglich auf die gegenwärtigen Verhältnisse abstellt, sondern auch mögliche, nicht außerhalb jeder Wahrscheinlichkeit liegende zukünftige wirtschaftliche Entwicklungen berücksichtigt, welche eine beschreibende Verwendung der betreffenden Ortsangabe vernünftigerweise erwarten lassen (EuGH a. a. O. – Chiemsee; BGH GRUR 2003, 882, 883 – Lichtenstein; GRUR 2009, 994 – Vierlinden). Während nach früherer, insbesondere unter der Geltung des Warenzeichengesetzes ergangenen Rechtsprechung und Spruchpraxis des Deutschen Patent- und Markenamts besondere Feststellungen erforderlich waren, um von einem dem Markenschutz entgegenstehenden Freihaltungsbedürfnis ausgehen zu können, besteht nunmehr

eine Vermutung dafür, dass eine Ortsbezeichnung als geografische Herkunftsangabe in Betracht kommt (BPatG GRUR 2011, 918, 919 – STUBENGASSE MÜNSTER). Deshalb bedarf es nunmehr besonderer Anhaltspunkte dafür, dass eine Ortsangabe ausnahmsweise nicht geeignet ist, im Verkehr als Hinweis auf die geografische Herkunft der betroffenen Waren/Dienstleistungen zu dienen (BPatG GRUR 2000, 149, 150 - WALLIS).

Bei Zugrundelegung dieses rechtlichen Maßstabs steht der Eintragung der angemeldeten Marke das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen, weil sie als Angabe über die geografische Herkunft der beanspruchten Waren dienen kann. Zu diesen Waren zählen, wie sich aus der mit dem Wort „insbesondere“ eingeleiteten beispielhaften Aufzählung ergibt, auch Weine und auf der Grundlage von Weinen erzeugte weitere alkoholhaltige Getränke.

Außer den Namen von Ländern, Regionen und Städten können auch die Namen anderer Orte sowie insbesondere auch die Bezeichnungen von Gebäuden als geografische Herkunftsangaben vom Markenschutz ausgeschlossen sein, soweit sie selbst als Herstellungs- und/oder Vertriebsstätten der einschlägigen Waren ernsthaft in Betracht kommen (BGH GRUR 2012, 272 – Rheinpark-Center Neuss; GRUR 2012, 1044 – Neuschwanstein; BPatG a. a. O. – Burg Lissingen; BPatG PAVIS PROMA, 24 W (pat) 43/08, Beschluss vom 15.12.2009 – leuchtenburg). Die Burg Ravensburg in der Gemarkung der Gemeinde Sulzfeld zählt zu den bedeutendsten noch erhaltenen Burgen im Kraichgau. Sie ist außer auf der Nordseite überall sonst von Weinanbauflächen umgeben (WIKIPEDIA-Eintrag betreffend „Ravensburg(Sulzfeld)“, siehe unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Ravensburg\\_\(Sulzfeld\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Ravensburg_(Sulzfeld))). Wie die Anmelderin in ihren Einlassungen selbst herausstellt, ist die Ravensburg bereits seit dem dreizehnten Jahrhundert urkundlich erwähnt und seitdem als Ursprungsort von Qualitätsweinen bekannt. Damit steht es außer Frage, dass die relevanten Verkehrskreise, zu denen auch der mit dem Ein- und Verkauf von Weinen befasste Fachverkehr zählt, die Burg Ravensburg und das dazugehörige Weingut als Bezeichnung der geografischen Her-

kunft von Weinen kennen oder auf Grund des vorangestellten Begriffs „Weingut“ verstehen. Der Markenbestandteil „Burg“ weist die maßgeblichen Verkehrskreise zudem unmissverständlich darauf hin, dass es sich bei dem nachstehenden Zeichenbestandteil „Ravensburg“ gerade nicht um den Namen bzw. einen Namens- teil der Freiherren G... von Ravensburg handelt, sondern um die Burg Ravens burg als solche. Damit stellt das aus den Einzelbegriffen gebildete Gesamtzeichen „Weingut Burg Ravensburg“ eine Angabe dar, welche zur Bezeichnung der geo- grafischen Herkunft der beanspruchten Waren, zu denen – wie bereits ausge- führt – insbesondere Weine zählen, geeignet ist.

Das in der angemeldeten Marke der Angabe „Burg Ravensburg“ vorangestellte Wort „Weingut“ führt vom Charakter einer geografischen Herkunftsangabe nicht weg, sondern konkretisiert die Ortsbezeichnung lediglich in ihrer beschreibenden Aussage dahingehend, dass so bezeichnete Waren von (irgend)einem Weingut stammen, das in, an oder in unmittelbarer Nähe der Burg Ravensburg gelegen ist. Derartige, die beschreibende geografische Aussage lediglich konkretisierende zu- sätzliche Angaben können die Schutzfähigkeit nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht begründen (BGH a. a. O. – Rheinpark-Center Neuss; GRUR 2012, 276 - Institut der Norddeutschen Wirtschaft e.V.; OLG Frankfurt MarkenR 2011, 187, 188 – Flugplatz Speyer; BPatG PAVIS PROMA, 24 W (pat) 75/08, Beschluss vom 30.3.2010 – KANZLEI WESERBERGLAND).

Dass die Weinanbauflächen rund um die Burg Ravensbrug und das als Burg Ravensburg“ bezeichnete Weingut sich derzeit im alleinigen Besitz bzw. Eigentum der Anmelderin befinden, vermag das Allgemeininteresse an der Freihaltung der angemeldeten Marke als geografische Herkunftsangabe nicht auszuräumen. Bei der Beurteilung der Frage, ob eine Angabe zur Bezeichnung der geografischen Herkunft der beanspruchten Waren dienen kann, ist – wie bereits ausgeführt wor- den ist – nicht nur auf die aktuellen Verhältnisse abzustellen, sondern es sind auch mögliche, nicht außerhalb jeder Wahrscheinlichkeit liegende zukünftige Ent- wicklungen hinreichend zu berücksichtigen (EuGH a. a. O. – Chiemsee; BGH

a. a. O. - Lichtenstein bzw. Vierlinden). Auch wenn sich lediglich spekulative Prognosen weiterhin verbieten, darf bei der Abwägung zwischen Allgemein- und Individualinteressen trotzdem nicht einseitig zugunsten des Individualinteresses des Markenanmelders entschieden werden, weil das absolute Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG vorrangig im Lichte des jeweiligen Allgemeininteresses der (potentiellen) Mitbewerber des Anmelders auszulegen ist (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 11. Auflage, § 8 Rn. 337 und 416).

Wie die Markenstelle bereits dem Grundsatz nach zutreffend festgestellt hat, können sich die aktuellen Eigentumsverhältnisse am Weingut Burg Ravensburg sowie an den Weinanbauflächen im Umfeld der Burg Ravensburg jederzeit ändern, was ebenso auf die Inhaberschaft an der angemeldeten Marke zutrifft. Dies vermag auch die Anmelderin nicht auszuschließen, auch wenn sie derzeit keine konkreten Pläne zur Änderung der Eigentumssituation hegt. Im konkreten Fall erhellt die Tatsache, dass sich die Eigentumsverhältnisse am Weingut Burg Ravensburg nach dem eigenen Vortrag der Anmelderin erst im Jahre 2010 geändert haben, in besonderem Maße, dass sich auch die aktuelle Monopolstellung der Anmelderin künftig jederzeit ganz oder teilweise dadurch ändern kann, dass das Eigentum an dem Weingut Burg Ravensburg und/oder seinen Weinanbauflächen ganz oder teilweise an Dritte weiterveräußert und übertragen wird. Jedenfalls können entsprechende Änderungen für die Zukunft nicht mit der nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erforderlichen hinreichenden Wahrscheinlichkeit ausgeschlossen werden. In jedem Fall spricht die in vergleichsweise naher Vergangenheit stattgefundene Änderung gegen die von der Anmelderin vorgebrachte Kontinuität der Eigentums- und Besitzverhältnisse seit dem dreizehnten Jahrhundert. Bei der aktuellen Besitzerin von Weingut und Weinanbauflächen auf bzw. an der Burg Ravensburg handelt es sich auch nicht um ein seit dem Mittelalter nachweisbares Adelsgeschlecht, sondern um eine Gemeinschaft bürgerlichen Rechts, welche aus einer Beteiligungs- und einer Investmentgesellschaft besteht. Unter Berücksichtigung der Schnelllebigkeit, die das moderne Wirtschaftsleben beherrscht, ist es nicht unwahrscheinlich, dass sich bestimmte, die behauptete aktuelle Monopolstellung

begründende Rechte, in der Zukunft ändern. Ferner ist bei der Abwägung zwischen Allgemein- und Individualinteressen zu berücksichtigen, dass (potentiellen) Mitbewerbern der Anmelderin nach § 50 Abs. 2 S. 2 MarkenG nur für die Dauer von zehn Jahren seit dem Tag der Eintragung einer Marke die Möglichkeit offensteht, einen Antrag auf Löschung der Marke wegen absoluter Schutzhindernisse zu stellen, so dass nach dieser Zeitspanne sich ergebende Rechtsänderungen voll zu Lasten der Mitbewerber gehen würden. Unter Berücksichtigung dieser allgemeinen Grundsätze sowie der Umstände des vorliegenden Einzelfalls steht der Eintragung der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

2. Der angemeldeten Marke fehlt für die beanspruchten Waren zudem jegliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Zeichen und Angaben, welche die beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen inhaltlich, z. B. auch ihrer geografischen Herkunft nach, beschreiben, fehlt die Eignung, sie ihrer betrieblichen Herkunft nach zu individualisieren (EuGH a. a. O. – Postkantoor; GRUR 2004, 680 – BIOMILD; BGH GRUR 2009, 952 - DeutschlandCard). Für die rechtliche Beurteilung ist insoweit unmaßgeblich, dass die Anmelderin derzeit die alleinige Eigentümerin der Burg Ravensburg bzw. des Weinguts Burg Ravensburg ist; denn die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist von der Person des Anmelders grundsätzlich unabhängig (BGH GRUR 2006, 503 – Casino Bremen).

3. Auch der Hinweis der Anmelderin auf Voreintragungen – ihrer Auffassung nach – vergleichbarer Marken rechtfertigt keine andere Beurteilung. Die Frage der Schutzfähigkeit von Markenmeldungen ist individuell und nach dem speziellen Einzelfall zu beurteilen. Inländische und ausländische Voreintragungen von Marken vermögen keine für den zu entscheidenden Fall rechtlich bindende Wirkung zu entfalten (EuGH GRUR 2009, 667 – Bild.T-Online u. ZVS). Ob identische oder ähnliche Zeichen als Marken eingetragen worden sind, ist für die rechtliche Beurteilung einer späteren Anmeldung unmaßgeblich, weshalb auch ein näheres Eingehen auf Voreintragungen in keinem Fall angezeigt ist (BGH GRUR 2011,

230 - SUPERgirl; GRUR 2014, 376 – grill meister). Ob und inwieweit die für die Eintragung der von der Anmelderin angeführten Marken zuständigen Markenstellen des Deutschen Patent- und Markenamts die oben dargelegte neuere Rechtsprechung zur Schutzfähigkeit geografischer Angaben hinreichend in ihre Erwägungen mit einbezogen haben, kann angesichts der Tatsache, dass die Eintragung von Marken ohne jede Begründung erfolgt, auch gar nicht beurteilt werden. Der Beschwerde der Anmelderin musste nach alledem der Erfolg versagt bleiben.

**Rechtsmittelbelehrung**  
**(bei zulassungsfreier Rechtsbeschwerde)**

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. 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 einzulegen.

Dr. Fuchs-Wisseemann ist  
in den Ruhestand getre-  
ten und daher an der  
Unterzeichnung gehin-  
dert.  
Reker

Dr. Himmelmann

Reker

Bb