

TE OGH 2022/6/30 4Ob39/22x

JUSLINE Entscheidung

🕒 Veröffentlicht am 30.06.2022

Kopf

Der Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten Univ.-Prof. Dr. Kodek als Vorsitzenden und durch die Hofräte Dr. Schwarzenbacher, Dr. Nowotny und Hon.-Prof. PD Dr. Rassi sowie die Hofrätin Mag. Istjan, LL.M., als weitere Richter in den verbundenen Markenschutzsachen der Antragstellerin K* Gesellschaft m.b.H., *, vertreten durch Ruggenthaler, Rest & Borsky Rechtsanwälte OG in Wien, wegen Eintragung der beiden Wortbildmarken Hugo Portisch JournalistInnen Preis und der Wortmarke Hugo Portisch Preis, über den Revisionsrekurs der Antragstellerin gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Wien als Rekursgericht vom 14. Dezember 2021, GZ 33 R 105/21k, 33 R 106/21g, 33 R 107/21d-3, mit dem die Beschlüsse der

Rechtsabteilung des Patentamts vom 28. Juli und vom

30. Juli 2021, GZ AM 20933/2021-2, AM 20935/2021-2 und AM 20890/21-2, bestätigt wurden, denDer Oberste Gerichtshof hat durch den Senatspräsidenten Univ.-Prof. Dr. Kodek als Vorsitzenden und durch die Hofräte Dr. Schwarzenbacher, Dr. Nowotny und Hon.-Prof. PD Dr. Rassi sowie die Hofrätin Mag. Istjan, LL.M., als weitere Richter in den verbundenen Markenschutzsachen der Antragstellerin K* Gesellschaft m.b.H., *, vertreten durch Ruggenthaler, Rest & Borsky Rechtsanwälte OG in Wien, wegen Eintragung der beiden Wortbildmarken Hugo Portisch JournalistInnen Preis und der Wortmarke Hugo Portisch Preis, über den Revisionsrekurs der Antragstellerin gegen den Beschluss des Oberlandesgerichts Wien als Rekursgericht vom 14. Dezember 2021, GZ 33 R 105/21k, 33 R 106/21g, 33 R 107/21d-3, mit dem die Beschlüsse der, Rechtsabteilung des Patentamts vom 28. Juli und vom, 30. Juli 2021, GZ AM 20933/2021-2, AM 20935/2021-2 und AM 20890/21-2, bestätigt wurden, den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Dem Revisionsrekurs wird nicht Folge gegeben.

Text

Begründung:

[1] Die Antragstellerin beantragte beim Patentamt die Eintragung der Wortbildmarken

□

□

und der Wortmarke „Hugo Portisch Preis“,

jeweils in folgenden Waren- und Dienstleistungsklassen und mit folgendem Schutzzumfang:

16 Druckereierzeugnisse; Buchbindeartikel; Fotografien; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für

Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Drucklettern; Druckstöcke; Bücher; Zeitungen; Druckereierzeugnisse, Papier- und Schreibwaren sowie Lehr- und Unterrichtsmittel; Magazine als Beilagen von Zeitungen; Gedruckte Preisverleihungs-urkunden; Gedruckte Auszeichnungen [Drucksachen].

35 Werbung; Werbung durch Werbeschriften; Werbung im Internet für Dritte; Verbreitung von Werbeanzeigen; Rundfunkwerbung; Online-Werbung; Fernsehwerbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Öffentlichkeitsarbeit; Werbung für Zeitungen; Abonnementvermittlung für Zeitungen; Vermittlung von Werbeflächen in Zeitungen; Werbung in Zeitschriften, Broschüren und Zeitungen.

41 Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung); Publikation von Druckerzeugnissen; Veröffentlichung von Zeitungen; Publikation von Zeitungen; Multimediale Publikation von Zeitungen; Online-Publikation von elektronischen Zeitungen; Multimedia-veröffentlichung von Zeitschriften, Journalen und Zeitungen; Veröffentlichung von elektronischen Zeitungen, die über ein weltweites Computernetz zugänglich sind; Dienstleistungen von Online-Bibliotheken, nämlich elektronische Bibliotheks-dienstleistungen mit Zeitungen, Zeitschriften, Fotografien und Bildern über ein Online-Computernetzwerk; Organisation von Preisverleihungszeremonien; Organisation von Wettbewerben und Preisverleihungen; Veranstaltung von Wettbewerben und Preisverleihungen; Organisation und Durchführung von Preisverleihungen; Organisation von Preisverleihungszeremonien zur Anerkennung von Leistungen; Verleihung von Auszeichnungen im Bildungsbereich; Journalistische Dienstleistungen.

[2] Das Patentamt wies die Anträge jeweils für die folgenden Waren und Dienstleistungen ab:

16 Druckereierzeugnisse; Fotografien; Bücher; Zeitungen; Druckereierzeugnisse; Magazine als Beilagen von Zeitungen; Gedruckte Preisverleihungsurkunden; Gedruckte Auszeichnungen [Drucksachen].

35 Werbung; Werbung durch Werbeschriften; Werbung im Internet für Dritte; Rundfunkwerbung; Online-Werbung; Fernsehwerbung; Öffentlichkeitsarbeit; Werbung für Zeitungen; Werbung in Zeitschriften, Broschüren und Zeitungen.

41 Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung); Publikation von Druckerzeugnissen; Veröffentlichung von Zeitungen; Publikation von Zeitungen; Multimediale Publikation von Zeitungen; Online-Publikation von elektronischen Zeitungen; Multimedia-veröffentlichung von Zeitschriften, Journalen und Zeitungen; Veröffentlichung von elektronischen Zeitungen, die über ein weltweites Computernetz zugänglich sind; Organisation von Preisverleihungszeremonien; Organisation von Wettbewerben und Preisverleihungen; Veranstaltung von Wettbewerben und Preisverleihungen; Organisation und Durchführung von Preisverleihungen; Organisation von Preisverleihungszeremonien zur Anerkennung von Leistungen; Journalistische Dienstleistungen.

[3] Die Zeichen seien in Ansehung dieser Waren und Dienstleistungen nicht unterscheidungskräftig. Der Verkehr sehe darin eine Auszeichnung für journalistische Leistungen. Ihr Bestandteil „Hugo Portisch“, einer der bekanntesten und anerkanntesten Journalisten Österreichs, gebe den Zeichen ein hohes Image. Hinsichtlich der von der Abweisung erfassten Waren und Dienstleistungen sehe der Verkehr in den angemeldeten Zeichen keinen individualisierenden Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen.

[4] Das Rekursgericht bestätigte diese Entscheidung, bemaß den Wert des Entscheidungsgegenstands für jede Marke mit 30.000 EUR übersteigend und erklärte den ordentlichen Revisionsrekurs für zulässig. Personennamen fehle insoweit die Unterscheidungskraft, als sie zugleich Sachangaben für die damit bezeichneten Waren oder Dienstleistung seien. Die beteiligten Verkehrskreise würden davon ausgehen, dass die mit den fraglichen Kennzeichen versehenen Produkte wie Druckereierzeugnisse mit einem nach Hugo Portisch benannten Preis geehrt wurden und dem Werk oder der Dienstleistung eine hohe Qualität attestieren. Jedenfalls werde das Publikum aufgrund des engen sachlichen Zusammenhangs zwischen den angemeldeten Zeichen und den von der Abweisung umfassten Waren und Dienstleistungen die Zeichen nicht als individualisierende Hinweise auf ein bestimmtes Unternehmen – nämlich jenes, das den Preis stifte – verstehen. Der Name „Hugo Portisch“ trete für die von der Abweisung umfassten Waren und Dienstleistungen ausschließlich als Werbemittel auf. Ein Preis kennzeichne aus Sicht des Publikums nicht nur die Auszeichnung an sich, sondern auch ihr „Drumherum“, also etwa die Zeremonie der Preisverleihung. Damit seien die angemeldeten Zeichen aber beschreibend, weil die beteiligten Verkehrskreise den Begriffsinhalt zwanglos und ohne komplizierte Schlussfolgerungen erschließen könnten und als Hinweis auf die damit bezeichnete Ware oder Dienstleistung verstünden. Die für den gegenteiligen Standpunkt der Antragstellerin zitierten Beispiele eingetragener

Marken stünden dem schon deshalb nicht entgegen, weil Markeneintragungen grundsätzlich keine präjudizielle Wirkung für andere Verfahren entfalteten.

[5] Dagegen richtet sich der Revisionsrekurs der Antragstellerin mit dem Antrag, die Marken im angemeldeten Umfang einzutragen.

[6] Der Revisionsrekurs ist zur Klarstellung der Rechtslage zulässig, aber nicht berechtigt.

Rechtliche Beurteilung

[7] 1.1. Personennamen sind grundsätzlich unterscheidungskräftig, auch wenn sie verbreitet sind. Ihnen fehlt die Unterscheidungskraft nur insoweit, als sie zugleich Sachangaben für die damit bezeichneten Waren oder Dienstleistungen sind (RS0126550).

[8] 1.2. In der Entscheidung 4 Ob 10/14w (Jimi Hendrix; siehe auch 4 Ob 9/14y, Jimi Hendrix II) wurde ausgesprochen, dass das Zeichen „Jimi Hendrix“ im Zusammenhang etwa mit Tonträgern oder Musikinstrumenten als Information über die Ware, aber nicht als Hinweis auf deren Herkunft zu sehen sei. Der Name werde als bloßes Werbemittel aufgenommen, nicht aber als markenmäßiger Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren oder Dienstleistungen, zumal ein unmittelbarer Sachzusammenhang zwischen dem Zeichen und dem Lebensbild des Namensträgers bestehe. [8] 1.2. In der Entscheidung 4 Ob 10/14w (Jimi Hendrix; siehe auch 4 Ob 9/14y, Jimi Hendrix römisch zwei) wurde ausgesprochen, dass das Zeichen „Jimi Hendrix“ im Zusammenhang etwa mit Tonträgern oder Musikinstrumenten als Information über die Ware, aber nicht als Hinweis auf deren Herkunft zu sehen sei. Der Name werde als bloßes Werbemittel aufgenommen, nicht aber als markenmäßiger Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren oder Dienstleistungen, zumal ein unmittelbarer Sachzusammenhang zwischen dem Zeichen und dem Lebensbild des Namensträgers bestehe.

[9] 2.1. Nach der Literatur spricht ein unmittelbarer Sachzusammenhang zwischen dem Zeichen und den jeweiligen Waren und Dienstleistungen im Sinn einer Aussage über die Waren oder Dienstleistungen gegen die Annahme einer Unterscheidungskraft (Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 § 4 Rz 57). [9] 2.1. Nach der Literatur spricht ein unmittelbarer Sachzusammenhang zwischen dem Zeichen und den jeweiligen Waren und Dienstleistungen im Sinn einer Aussage über die Waren oder Dienstleistungen gegen die Annahme einer Unterscheidungskraft (Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 Paragraph 4, Rz 57).

[10] 2.2. Namen berühmter Persönlichkeiten können aber auch schlichtweg eine Inhaltsangabe hinsichtlich bestimmter Waren und ein Hinweis auf den inhaltlichen Bezug von Dienstleistungen sein. Dies etwa bei Lady Diana – Königin der Herzen Das Musical angenommen (PBI 2003, 108), welches Zeichen nach der zitierten Entscheidung des Patentamts den beteiligten Verkehrskreisen den unmittelbaren, ohne komplizierte Gedankenverbindungen geschaffenen Eindruck hervorrief, dass es ein Musical zum Thema habe, das rund um das Leben der verstorbenen Ex-Frau des britischen Thronfolgers spielte, bzw als Angabe über den darin behandelten Themenkreis, nicht aber als Merkmal für die betriebliche Herkunft (Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 § 4 Rz 117, FN 338). [10] 2.2. Namen berühmter Persönlichkeiten können aber auch schlichtweg eine Inhaltsangabe hinsichtlich bestimmter Waren und ein Hinweis auf den inhaltlichen Bezug von Dienstleistungen sein. Dies etwa bei Lady, Diana – Königin der Herzen Das Musical angenommen (PBI 2003, 108), welches Zeichen nach der zitierten Entscheidung des Patentamts den beteiligten Verkehrskreisen den unmittelbaren, ohne komplizierte Gedankenverbindungen geschaffenen Eindruck hervorrief, dass es ein Musical zum Thema habe, das rund um das Leben der verstorbenen Ex-Frau des britischen Thronfolgers spielte, bzw als Angabe über den darin behandelten Themenkreis, nicht aber als Merkmal für die betriebliche Herkunft (Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 Paragraph 4, Rz 117, FN 338).

[11] 2.3. Namen berühmter Personen können als Marke geschützt werden, wenn dieser Name in keiner sachlichen Beziehung zu den geschützten Waren oder Dienstleistungen steht, also die Berühmtheit des Namens nicht gerade auf dem betreffenden Sachgebiet liegt. Werden etwa Waren der Klasse 30 (Back- und Konditorwaren) mit der Marke „Anton Bruckner“ bezeichnet, so werden die beteiligten Verkehrskreise nicht annehmen, dass diese Waren in einem Zusammenhang mit den Leistungen dieser berühmten Persönlichkeit stehen (NA 11.3.1997, PBI 1998, 64 – Anton Bruckner; Grünzweig, Markenrecht [13. Lfg 2021] § 4 MarkSchG). [11] 2.3. Namen berühmter Personen können als Marke geschützt werden, wenn dieser Name in keiner sachlichen Beziehung zu den geschützten Waren oder Dienstleistungen steht, also die Berühmtheit des Namens nicht gerade auf dem betreffenden Sachgebiet liegt. Werden

etwa Waren der Klasse 30 (Back- und Konditorwaren) mit der Marke „Anton Bruckner“ bezeichnet, so werden die beteiligten Verkehrskreise nicht annehmen, dass diese Waren in einem Zusammenhang mit den Leistungen dieser berühmten Persönlichkeit stehen (NA 11.3.1997, PBl 1998, 64 – Anton Bruckner; Grünzweig, Markenrecht [13. Lfg 2021] Paragraph 4, MarkSchG).

[12] 3.1. Auch in der deutschen Literatur wird vertreten, dass Namen zur Unterscheidung von Personen und ihren geschäftlichen Betätigungen grundsätzlich unterscheidungskräftig sind, außer das Publikum erblickt im beanspruchten Namen eine Sachangabe; wenn nämlich das Zeichen zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen hinreichend direkten und konkreten Bezug aufweist, der es dem betreffenden Publikum ermöglicht, unmittelbar und ohne weitere Überlegung eine Beschreibung ihrer Merkmale zu erkennen (Eichelberger in Kur/v. Bomhardt/Albrecht, BeckOK Markenrecht19 § 8 Rn 309, 311 mwN). [12] 3.1. Auch in der deutschen Literatur wird vertreten, dass Namen zur Unterscheidung von Personen, und ihren geschäftlichen Betätigungen grundsätzlich unterscheidungskräftig sind, außer das Publikum erblickt im beanspruchten Namen eine Sachangabe; wenn nämlich das Zeichen zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen hinreichend direkten und konkreten Bezug aufweist, der es dem betreffenden Publikum ermöglicht, unmittelbar und ohne weitere Überlegung eine Beschreibung ihrer Merkmale zu erkennen (Eichelberger in Kur/v. Bomhardt/Albrecht, BeckOK Markenrecht19 Paragraph 8, Rn 309, 311 mwN).

[13] 3.2. Ebenso wird in der Rechtsprechung des EuGH Personennamen, die gleichzeitig Sachangaben darstellen, für die so bezeichneten Waren und Dienstleistungen die Unterscheidungskraft abgesprochen (EuGH C-404/02, Nichols, Rn 30; vgl auch Ingerl/Rohnke, dMarkenG3 § 8 Rz 147 mwN). Ähnlich der deutsche BGH, der mit der Begründung, dass einem Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft fehle, wenn es sich in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen in einer beschreibenden Sachangabe erschöpfe, die Eintragung der Marlene-Dietrich-Bildmarke ablehnte (BGH I ZB 21/06, Marlene-Dietrich-Bildnis). Denn in einer bloßen Sachangabe sähen die angesprochenen Verkehrskreise keinen Hinweis auf die Herkunft der betreffenden Waren oder Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen. [13] 3.2. Ebenso wird in der Rechtsprechung des EuGH Personennamen, die gleichzeitig Sachangaben darstellen, für die so bezeichneten Waren und Dienstleistungen die Unterscheidungskraft abgesprochen (EuGH C-404/02, Nichols, Rn 30; vergleiche auch Ingerl/Rohnke, dMarkenG3 Paragraph 8, Rz 147 mwN). Ähnlich der deutsche BGH, der mit der Begründung, dass einem Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft fehle, wenn es sich in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen in einer beschreibenden Sachangabe erschöpfe, die Eintragung der Marlene-Dietrich-Bildmarke ablehnte (BGH I ZB 21/06, Marlene-Dietrich-Bildnis). Denn in einer bloßen Sachangabe sähen die angesprochenen Verkehrskreise keinen Hinweis auf die Herkunft der betreffenden Waren oder Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen.

[14] 3.3. Auch der kennzeichenmäßige Einsatz eines berühmten Namens als bloßes Werbemittel hindert nach der Rechtsprechung die Eintragungsfähigkeit des damit versehenen Zeichens (vgl BPatG 29 W [pat] 35/06, Ringelnatz, wonach Namen bekannter Personen häufig eingesetzt werden, um im Wege des Imagetransfers die Attraktivität der beworbenen Produkte und Dienstleistungen zu steigern, damit aber nicht für die Person als Warenhersteller oder Dienstleistungserbringer stünden, sondern vor allem für die positiven Assoziationen, die der Verkehr mit dieser Person verbinde). [14] 3.3. Auch der kennzeichenmäßige Einsatz eines berühmten Namens als bloßes Werbemittel hindert nach der Rechtsprechung die Eintragungsfähigkeit des damit versehenen Zeichens vergleiche BPatG 29 W [pat] 35/06, Ringelnatz, wonach Namen bekannter Personen häufig eingesetzt werden, um im Wege des Imagetransfers die Attraktivität der beworbenen Produkte und Dienstleistungen zu steigern, damit aber nicht für die Person als Warenhersteller oder Dienstleistungserbringer stünden, sondern vor allem für die positiven Assoziationen, die der Verkehr mit dieser Person verbinde).

[15] 3.4. Das BPatG hat der Wortbildmarke „Reklame Filmpreis“ nur unter Berücksichtigung der konkreten Merkmale in der graphischen Gestaltung die Eintragungsfähigkeit zuerkannt und ihr nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen (Beck RS 2014, 12868).

[16] 3.5. Das Zeichen „Balthasar-Neumann-Preis“ wurde als nicht unterscheidungskräftig für Veranstaltungen auf dem Gebiet des Bauwesens qualifiziert (BPatG 27 W [pat] 9/09). Die angesprochenen Verkehrskreise würden hinsichtlich der Dienstleistungen „Auslobung eines Preises zur Auszeichnung von Personen; Organisation, Durchführung und Veranstaltung von Preisverleihungen zur Auszeichnung von Personen; Veranstaltung von Wettbewerben zur Auszeichnung der technischen und gestalterischen Qualität der Zusammenarbeit verschiedener am

Bau beteiligter Disziplinen an einem Bauwerk“ nicht ein individualisierendes betriebliches Herkunftszeichen, sondern vielmehr einen inhaltsbeschreibenden Hinweis auf den Gegenstand der Dienstleistungen, nämlich auf eine ganz bestimmte Preisverleihung bzw einen ganz bestimmten Wettbewerb sehen, die nach dem genannten bekannten Architekten benannt seien.

[17] 3.6. Einen weniger strengen Maßstab legte das BPatG bei der Marke „Egon-Erwin-Kisch-Preis“ an (BPatG 27 W [pat] 162/09 Kisch-Preis). Preis-Bezeichnungen enthielten mit einem Namen einer lebenden oder historischen Persönlichkeit eine betriebliche Hinweiswirkung, soweit nicht der Name die preiswürdige Leistung unmittelbar beschreibe. Ein „Kisch-Preis“ müsse nicht für journalistische Leistungen stehen, sondern könne aufgrund der Biografie Kischs auch für Verdienste um Studentenverbände, die mit ihrem ehemaligen Mitglied werben wollen, stehen. Werde für diese Spezifizierung statt einer Sachangabe („Filmpreis“ etc) ein an sich kennzeichnungskräftiger Personennamen gewählt, werde auch der Preis und damit die ihn verleihende Organisation spezifiziert. Preise würden nämlich nicht wie Schiffe, ICE-Züge oder Ähnliches auch auf solche Städte- und Personennamen „getauft“, bei denen niemand annehme, dass der Name den Hersteller oder Reiseanbieter bezeichne, sondern wie Modelinien (zB „Almsieck Kollektion“) oder Lebensmittel (zB „Müller-Milch“), bei denen Namen eine auch markenmäßig individualisierende Bedeutung besäßen. Würde man Markennamen mit einem Personennamen als Bestandteil nur eine ehrende bzw erinnernde Funktion zubilligen, würde das den Namensschutz in unbilliger Weise einschränken. Allerdings fehle der angemeldeten Bezeichnung bezüglich der bespielten Datenträger sowie der Bücher die Unterscheidungskraft und insoweit sei sie auch beschreibend, weil sie nach Art eines Sachtitels geeignet sei, den gedanklichen Inhalt zu beschreiben. Nur bei den verlegerischen Tätigkeiten sei keine Inhaltsbeschreibung gegeben.

[18] 3.7. Der „Adolf Loos Preis“ wurde für Bücher und sonstige Medien als eintragungsfähig qualifiziert (BPatG 27 W [pat] 533/12). Das Zeichen sei eine offene Bezeichnung, bei der es ausreiche, dass sie auch in nicht beschreibender Weise verwendet werden könne. Anders als etwa beim Oscar, dem Nobel- oder dem Friedenspreis der Stadt Aachen handle es sich auch nicht um einen bekannten Preis, dessen Geschichte und Bedeutung erwarten ließe, dass er Thema von Berichten werde oder bereits sei.

[19] 4. Im vorliegenden Fall führen folgende Erwägungen zum Ergebnis, dass die streitgegenständlichen Zeichen beschreibend und somit nicht als Marken eintragungsfähig sind:

[20] 4.1. Hugo Portisch war ein österreichischer Journalist, der vor allem durch seine Bücher und Fernsehsendungen zu zeitgeschichtlichen und politischen Themen bekannt wurde. Seine Dokumentarfilmreihen Österreich I und Österreich II wurden große Erfolge. Durch seine Art, komplizierte politische und wirtschaftliche Zusammenhänge auch für interessierte Laien verständlich zu erklären, wurde er zu einem der bedeutendsten Journalisten in Österreich nach dem Zweiten Weltkrieg (https://de.wikipedia.org/wiki/Hugo_Portisch). [20] 4.1. Hugo Portisch war ein österreichischer Journalist, der vor allem durch seine Bücher und Fernsehsendungen zu zeitgeschichtlichen und politischen Themen bekannt wurde. Seine Dokumentarfilmreihen Österreich römisch eins und Österreich römisch zwei wurden große Erfolge. Durch seine Art, komplizierte politische und wirtschaftliche Zusammenhänge auch für interessierte Laien verständlich zu erklären, wurde er zu einem der bedeutendsten Journalisten in Österreich nach dem Zweiten Weltkrieg (https://de.wikipedia.org/wiki/Hugo_Portisch).

[21] Hugo Portisch stand somit für eine bestimmte Art des Journalismus, nämlich zeitgeschichtliche Darstellungen für ein breites Publikum.

[22] 4.2.1. Gemäß § 4 Abs 1 Z 4 MSchG sind Zeichen von der Registrierung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft oder der Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Ware oder Dienstleistung dienen können. [22] 4.2.1. Gemäß Paragraph 4, Absatz eins, Ziffer 4, MSchG sind Zeichen von der Registrierung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft oder der Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Ware oder Dienstleistung dienen können.

[23] 4.2.2. Zweck dieser Bestimmung ist, zu verhindern, dass als Marken Zeichen oder Angaben eingetragen werden, die wegen ihrer Übereinstimmung mit der üblichen Art und Weise, die betroffenen Waren oder Dienstleistungen oder

ihre Merkmale zu bezeichnen, die Funktion, das sie vertreibende Unternehmen zu identifizieren, nicht erfüllen könnten und die daher nicht die Unterscheidungskraft besitzen, die diese Funktion voraussetzt (vgl. EuGH Rs C-383/99 P, Baby-dry [ECLI:EU:C:2001:461]). [23] 4.2.2. Zweck dieser Bestimmung ist, zu verhindern, dass als Marken Zeichen oder Angaben eingetragen werden, die wegen ihrer Übereinstimmung mit der üblichen Art und Weise, die betroffenen Waren oder Dienstleistungen oder ihre Merkmale zu bezeichnen, die Funktion, das sie vertreibende Unternehmen zu identifizieren, nicht erfüllen könnten und die daher nicht die Unterscheidungskraft besitzen, die diese Funktion voraussetzt (vergleiche EuGH Rs C-383/99 P, Baby-dry [ECLI:EU:C:2001:461]).

[24] 4.2.3. Als rein beschreibend im Sinne des § 4 Abs 1 Z 4 MSchG gelten Zeichen, deren Begriffsinhalt von den beteiligten Verkehrskreisen zwanglos und ohne komplizierte Schlussfolgerungen oder Gedankenoperationen erschlossen werden kann und die als beschreibender Hinweis auf die Art der Tätigkeit des betreffenden Unternehmens verstanden werden (RS0066456 [T8]). [24] 4.2.3. Als rein beschreibend im Sinne des Paragraph 4, Absatz eins, Ziffer 4, MSchG gelten Zeichen, deren Begriffsinhalt von den beteiligten Verkehrskreisen zwanglos und ohne komplizierte Schlussfolgerungen oder Gedankenoperationen erschlossen werden kann und die als beschreibender Hinweis auf die Art der Tätigkeit des betreffenden Unternehmens verstanden werden (RS0066456 [T8]).

[25] 4.3. Die verfahrensgegenständlichen Kennzeichen weisen allesamt auf einen nach Hugo Portisch benannten (Journalisten-)Preis hin. Die damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen (im Wesentlichen Druckereierzeugnisse, Werbung, Wettbewerbe, Preisverleihungen, Publikationen) werden dadurch vom Publikum ohne komplizierte Schlussfolgerungen oder Gedankenoperationen einer bestimmten Art von journalistischer Tätigkeit zugeordnet. Die als Marken angemeldeten Kennzeichen sind damit im Sinne von § 4 Abs 1 Z 4 MSchG rein beschreibend. [25] 4.3. Die verfahrensgegenständlichen Kennzeichen weisen allesamt auf einen nach Hugo Portisch benannten (Journalisten-)Preis hin. Die damit gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen (im Wesentlichen Druckereierzeugnisse, Werbung, Wettbewerbe, Preisverleihungen, Publikationen) werden dadurch vom Publikum ohne komplizierte Schlussfolgerungen oder Gedankenoperationen einer bestimmten Art von journalistischer Tätigkeit zugeordnet. Die als Marken angemeldeten Kennzeichen sind damit im Sinne von Paragraph 4, Absatz eins, Ziffer 4, MSchG rein beschreibend.

[26] 4.4. Im Unterschied dazu mag etwa „Müller-Milch“ deswegen als Herkunftshinweis dienen, weil „Müller“ nicht für eine besondere Art der Milchgewinnung oder -zubereitung steht und somit in der Kennzeichnung keine Beschreibung des Produkts liegt.

[27] 4.5. Die Beurteilung des Rekursgerichts ist daher zu teilen, dass das Publikum die gegenständlichen Zeichen nicht als individualisierende Hinweise auf ein bestimmtes Unternehmen verstehen werden, weil ein unmittelbarer Sachzusammenhang zwischen den Zeichen und dem Lebensbild des Namensträgers besteht, auch wenn dessen Wirken nicht „monothematisch“ gewesen sein mag, ist er doch zumindest überwiegend für seine journalistischen Leistungen im Zusammenhang mit zeitgeschichtlichen Themen bekannt.

[28] 5. Der Senat sieht auch keinen Anlass, von der Rechtsprechung abzugehen, dass Markeneintragungen grundsätzlich keine präjudizielle Wirkung auf andere Verfahren haben (RS0125405 [T4]; vgl. auch EuGH C-39/08, GRUR 2009, 667), ist doch jedes Kennzeichen individuell zu beurteilen. Wenn die Antragstellerin damit argumentiert, dass sich der Senat in 4 Ob 90/20v zumindest kritisch mit den „voreingetragenen“ Marken auseinandergesetzt habe, ist dem zu erwidern, dass darin lediglich darauf hingewiesen wurde, dass die vom Antragsteller herangezogenen Entscheidungen nicht einschlägig sind und die Bezugnahme darauf keine erhebliche Rechtsfrage aufwirft. [28] 5. Der Senat sieht auch keinen Anlass, von der Rechtsprechung abzugehen, dass Markeneintragungen grundsätzlich keine präjudizielle Wirkung auf andere Verfahren haben (RS0125405 [T4]; vergleiche auch EuGH C-39/08, GRUR 2009, 667), ist doch jedes Kennzeichen individuell zu beurteilen. Wenn die Antragstellerin damit argumentiert, dass sich der Senat in 4 Ob 90/20v zumindest kritisch mit den „voreingetragenen“ Marken auseinandergesetzt habe, ist dem zu erwidern, dass darin lediglich darauf hingewiesen wurde, dass die vom Antragsteller herangezogenen Entscheidungen nicht einschlägig sind und die Bezugnahme darauf keine erhebliche Rechtsfrage aufwirft.

[29] Die Eintragungsanträge sind daher nicht berechtigt; dem Revisionsrekurs der Antragstellerin ist somit nicht Folge zu geben.

Schlagworte

Hugo Portisch, Hugo Portisch Preis, Hugo Portisch Journalistinnenpreis

Textnummer

E135578

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OGH0002:2022:0040OB00039.22X.0630.000

Im RIS seit

29.07.2022

Zuletzt aktualisiert am

25.05.2023

Quelle: Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, <http://www.ogh.gv.at>

© 2026 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at