jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

TE OGH 2020/4/22 33R9/20s

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 22.04.2020

Kopf

Das Oberlandesgericht Wien hat als Rekursgericht ***** wegen Eintragung der Wortmarke DER STEIRERLINER über den Rekurs der Antragstellerin gegen den Beschluss der Rechtsabteilung des Patentamts vom 24.10.2019, AM 10619/2019-3, in nichtöffentlicher Sitzung den

Beschluss

gefasst:

Spruch

Dem Rekurs wird nicht Folge gegeben.

Der Wert des Entscheidungsgegenstands übersteigt EUR 30.000.

Der ordentliche Revisionsrekurs ist nicht zulässig.

Begründung

Text

Die Antragstellerin beantragte am 2.4.2019 die Eintragung der Wortmarke

DER STEIRERLINER

für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen der Klassen

16 Reisekataloge, Plakate und Flugblätter für Reisen.

39 Beförderung von Personen und Gütern, insbesondere mit Kraftfahrzeugen. Schienenfahrzeugen, Schiffen und Flugzeugen; Veranstaltung, Buchung und Vermittlung von Reisen, Exkursionen und Kreuzfahrten; Erteilung von Auskünften über Reisen und die Beförderung von Personen, Gepäck und bezüglich Tarife und Fahrplänen; Bereitstellung von Informationen, einschließlich Fahrpläne, Beförderungstarife, Abfahrtzeiten, Umsteigemöglichkeiten bei der Beförderung und Touristeninformationen; Bereitstellung von Informationen in Bezug auf Reisen und Beförderung, einschließlich Online-Bereitstellung solcher Dienstleistungen aus einer Computerdatenbank, dem Internet oder anderen weltweiten Kommunikationsnetzen und mittels SMS- oder E-Mail-Nachrichtendiensten; Ausgabe von Reisetickets; Dienstleistungen in Bezug auf die Organisation der Beförderung von Personengruppen. Einzelpersonen, Familien und den damit verbundenen Gepäckstücken und Waren; Beratung und Information in Bezug auf die Beförderung von Passagieren, die Transportinfrastruktur und integrierte Transportsysteme; Betrieb und Verwaltung von Transportinfrastruktursystemen; Tiketreservierung; Bereitstellung von computergestützten Reise- und Reservierungsdienstleistungen; Bereitstellung einer Webseite mit Tourismus-, Reise- und geografischen Informationen; Landkarten; Landkartenbildern und Reiserouten; Organisation und Vermittlung von Reiseaktivitäten; Zurverfügungstellung einer Webseite zur Abgabe von Bewertungen im Bereich Reisen; Organisation, Veranstaltung

und Vermittlung von Sprach- und Bildungsreisen; Reservierungsdienstleistungen im Zusammenhang mit Fahrzeugvermietung; Standortermittlung von Personen- oder Frachtfahrzeugen über Computer oder GPS; Vermittlung der Vermietung von Fahrzeugen; Zurverfügungstellen von Informationen zu Verkehr und Verkehrsstaus; Dienstleistungen eines Reisebüros, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, nämlich Beratung, Buchung und Erteilung von Auskünften über Reisen, auch online; Reisereservierungsdienste, auch online; Dienstleistungen eines Reisebüros und Reiseveranstalters, nämlich Organisation von Reisen; Sitzplatzreservierung für Reisen; Durchführung und Veranstaltung von Reisen; Computergestützte Auskunft über Reisen; Lieferung von Tickets, die den Inhabern das Reisen ermöglicht; Reisebürodienste für Geschäfts- und Urlaubsreisen.

41 Unterhaltung im Zusammenhang mit der Veranstaltung und Vermittlung von Reisen; Herausgabe von Druckschriften (ausgenommen von Werbetexten), insbesondere von Zeitschriften, Katalogen und Zeitungen, einschließlich in elektronischer Form auch im Internet.

43 Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen; Dienstleistungen eines Reisebüros, nämlich Reservierung und Buchung von Unterkünften; Dienstleistungen einer Reiseagentur, nämlich Reservierungen und Buchungen von Restaurants: Hotelreservierung; Zurverfügungstellung von Unterkunftsinformation sowie Dienstleistungen einer Unterkunftsbuchungsstelle für Reisende.

Mit dem angefochtenen Beschluss wies die Rechtsabteilung des Patentamts den Antrag auf Eintragung der Wortmarke ab, weil dem angemeldeten Zeichen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen die Unterscheidungskraft fehle. Die beteiligten Verkehrskreise (Durchschnittsverbraucher) verstünden im angemeldeten Zeichen im wesentlichen beliebige Transportdienstleistungen und damit verwandte Waren und Dienstleistungen, die speziell für Steirer oder die Steiermark bestimmt seien. Den Verkehrskreisen sei das Wort „LINER“ im Zusammenhang mit Transportmitteln bekannt. Die Kombination der Worte „STEIRER“ und „LINER“ sei weder eine kreative Wortschöpfung noch bilde diese Wortkombination einen neuen Sinngehalt.

Dagegen richtet sich der Rekurs der Antragstellerin aus dem Rekursgrund der unrichtigen rechtlichen Beurteilung mit dem Antrag, die Entscheidung dahingehend abzuändern, dass das Zeichen in das Markenregister eingetragen werde. In eventu wird ein Aufhebungsantrag gestellt.

Rechtliche Beurteilung

Der Rekurs ist nicht berechtigt.

1. Die Antragstellerin bekämpft sämtliche „dislozierten Feststellungen“ der Rechtsabteilung, die das angemeldete Zeichen als allgemeinen Hinweis oder Angabe im Zusammenhang mit den beantragten Waren und Dienstleistungen bezeichnen, und beantragt stattdessen die Feststellung, dass das angemeldete Zeichen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen für die beteiligten Verkehrskreise hinsichtlich ihrer betrieblichen Herkunft erkennbar sei und eine Zuordnung der Waren und Dienstleistungen zum Unternehmen der Anmelderin ermögliche.

Ob eine Marke unterscheidungskräftig ist, ist keine Tatfrage, sondern eine Rechtsfrage und muss unter Berücksichtigung aller Tatumstände nach Maßgabe der Auffassung der beteiligten Verkehrskreise beurteilt werden (RIS-Justiz RS0121895).

2. Nach § 4 Abs 1 Z 3 MSchG sind Zeichen von der Registrierung ausgeschlossen, die keine Unterscheidungskraft haben.

2.1. Ob einer Waren- oder Dienstleistungsbezeichnung Unterscheidungskraft zukommt, ist anhand des Gesamteindrucks des Zeichens zu beurteilen (RIS-Justiz RS0079038). Diese Eigenschaft kommt einer Marke zu, wenn sie unmittelbar als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der fraglichen Waren oder Dienstleistungen wahrgenommen werden kann und so die Ursprungsidentität garantiert, sodass die maßgeblichen Verkehrskreise die Waren oder Dienstleistungen des Markeninhabers ohne Verwechslungsgefahr von denen anderer betrieblicher Herkunft unterscheiden können (C-108/97, Chiemsee; C-104/00 P, EuG T-471/07, Tame it, Rn 15 mwN; RIS-Justiz RS0118396; zuletzt etwa 4 Ob 10/14w, Jimi Hendrix; 4 Ob 49/14f, My TAXI).

2.2. Fehlt die Unterscheidungskraft, so kann das Zeichen die Hauptfunktion der Marke als betrieblicher Herkunftshinweis nicht erfüllen (OBm 1/11, OXI-Effekt mwN; 4 Ob 38/06a, Shopping City mwN; RIS-Justiz RS0118396 [T7]). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft die Eintragung verhindert, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen (OBm 3/12, Lounge.at, unter Hinweis auf BGH I ZB 22/11, Starsat; OBm 1/13, Malzmeister mwN; ähnlich RIS-

Justiz RS0122383). Dies bedeutet jedoch nicht, dass eine Marke im Zweifel zuzulassen ist (vglC-104/01, Orange, Rn 58 und 59; C-64/02, Das Prinzip der Bequemlichkeit).

2.3. Ob die Unterscheidungskraft vorliegt, ist anhand der konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen, für die das Zeichen angemeldet wurde, nach objektiven Kriterien unter Berücksichtigung der Branchenüblichkeit zu prüfen (Asperger ua in Kucsko/Schumacher, marken.schutz2 § 4 Rz 57; 4 Ob 10/14w, Jimi Hendrix mwN). Abzustellen ist auf die Wahrnehmung der beteiligten Verkehrskreise, also auf den Handel und/oder den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher dieser Waren und Dienstleistungen (C-104/01, Orange, Rn 46 und 63; RIS-Justiz RS0079038 [T1]; RIS-Justiz RS0114366 [T5]).

2.4. Unterscheidungskraft haben bei Wortmarken grundsätzlich nur frei erfundene, keiner Sprache angehörende Phantasiewörter (im engeren Sinn) oder Zeichen, die zwar dem allgemeinen Sprachgebrauch angehören, jedoch mit der Ware, für die sie bestimmt sind, in keinem Zusammenhang stehen (Phantasiewörter im weiteren Sinn). Entscheidend ist, ob die Worte im Verkehr als Phantasiebezeichnungen aufgefasst werden (RIS-Justiz RS0066644).

2.5. Die Eintragung einer Marke, die aus mehreren Worten zusammengesetzt ist, ist nach denselben Kriterien zu prüfen wie herkömmliche Wortmarken (RIS-Justiz RS0122385 [T1]). Sie ist dann nicht schützbar, wenn der Satz oder Satzteil nur eine beschreibende Aussage über die Dienstleistung enthält (vgl 17 Ob 21/11d, echte Berge: als Synonym für prächtige, hohe Berge nicht unterscheidungskräftig). Anderes gilt, wenn die Wortfolge eine interpretationsbedürftige Aussage enthält (vgl Obm 1/12, Die grüne Linie mwN; 17 Ob 15/07s, we will rock you: unterscheidungskräftig für Ton- und Videoaufzeichnungen; VwGH 2009/03/0020, Doc around the clock: unterscheidungskräftig für ärztliche Dienstleistungen). Im Falle eines zusammengesetzten Zeichens ist zu prüfen, ob die Wortverbindung ein zusätzliches Merkmal – eine grafische oder inhaltliche Änderung – aufweist, das das Zeichen in seiner Gesamtheit geeignet erscheinen lässt, die betroffenen Dienstleistungen von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden (C-104/00 P, Companyline, Rn 23).

2.6. Ob Begriffe, die einer Fremdsprache entnommen sind, unterscheidungskräftig sind, hängt davon ab, ob ihre Kenntnis im Inland im Prioritätszeitpunkt so weit verbreitet war, dass der inländische Verkehr einen die Kennzeichnungsfunktion ausschließenden Sinngehalt erkennen konnte (4 Ob 7/05s = wbl 2005, 387, car care; 4 Ob 28/06f, Firekiller; 17 Ob 21/07y, Anti-Aging-Küche; 4 Ob 11/14t, EXPRESSGLASS). Das kann selbst dann zutreffen, wenn die Bezeichnung in der Fremdsprache selbst nicht gebräuchlich ist (4 Ob 277/04w, Powerfood; 4 Ob 28/06f, Firekiller; 4 Ob 38/06a, Shopping City). Englisch ist als wichtigste Handelssprache in Österreich die geläufigste Fremdsprache (Koppensteiner, Markenrecht4 84 mwN; RIS-Justiz RS0066456; 4 Ob 36/14v, selective/line).

3. Auf dieser Grundlage ist dem angemeldeten Zeichen die Unterscheidungskraft abzusprechen. Das Rekursgericht hält die bekämpfte Begründung der angefochtenen Entscheidung für zutreffend, sodass vorweg auf sie verwiesen werden kann (§ 139 PatG iVm § 37 Abs 3 MSchG und § 60 Abs 2 AußStrG).

3.1. Die Antragstellerin stützt sich im Rekurs zusammengefasst darauf, dass das Wort „Steirerliner" eine ungewöhnliche – aus einem deutschen und englischen Wortteil – zusammengesetzte Wortneuschöpfung sei. Ziehe man noch den vorangestellten Artikel „Der" hinzu, werde die Originalität des angemeldeten Zeichens noch deutlicher. Es bedürfe mehrerer gedanklicher Zwischenschritte um die unter dem angemeldeten Zeichen zu kennzeichnenden Waren und Leistungen zu erahnen.

3.2. Beteiligte Verkehrskreise sind im vorliegenden Fall alle Personen, die als Erwerber der Ware in Betracht kommen, also der Handel und/oder der normal informierte und angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher dieser Waren oder Dienstleistungen (vgl auch RIS-Justiz RS0079038 [T1]).

3.3. Das Verständnis einer Wortmarke hat nicht abstrakt, sondern konkret nach den in der Markenanmeldung beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen zu erfolgen (RIS-Justiz RW0000784).

DER STEIRERLINER setzt sich aus den Wörtern „Steirer" und „Liner" zusammen. Durch ihre Verbindung entsteht keine eigenartige sprachliche Neubildung, die anders verstanden würde als die Summe ihrer Bestandteile und daher geeignet wäre, als (betrieblicher) Herkunftshinweis zu wirken. „Steirer" wird auch in der Verbindung mit „Liner" als Hinweis auf die geografische Herkunft und nicht auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen verstanden;

auch die Bedeutung des englischen Begriffs „Liner“, der auch den österreichischen Verkehrskreisen als Bezeichnung für Linienfahrzeuge, Linien- und Passagierschiffe oder auch Verkehrsflugzeuge geläufig ist, bleibt gleich (vgl 4 Ob 158/05x, Steirerparkett).

Zu den Ausführungen der Antragstellerin im Rekurs, dass dem Begriff „Liner“ neben dieser Bedeutung auch noch andere Bedeutungen zukommen, ist auszuführen, dass ein Wortzeichen bereits dann von der Eintragung auszuschließen ist, wenn es zumindest in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (C-326/01, Universaltelefonbuch).

3.4. Der EuGH setzte in der Entscheidung Biomild (C-265/00) Grenzen zu weitläufigen Interpretationsmöglichkeiten in Bezug auf die sprachliche Unüblichkeit und/oder Ungewöhnlichkeit einer Wortzusammensetzung: „Eine Marke, die sich aus einer sprachlichen Neuschöpfung mit mehreren Bestandteilen zusammensetzt, von denen jeder Merkmale der Waren oder Dienstleistungen beschreibt, für die die Eintragung beantragt wird, hat selbst einen die Merkmale dieser Waren oder Dienstleistungen beschreibenden Charakter, es sei denn, dass ein merklicher Unterschied zwischen der Neuschöpfung und der bloßen Summe ihrer Bestandteile besteht; dies setzt voraus, dass die Neuschöpfung aufgrund der Ungewöhnlichkeit der Kombination in Bezug auf die genannten Waren oder Dienstleistungen einen Eindruck erweckt, der hinreichend weit von dem abweicht, der bei bloßer Zusammenfügung der ihren Bestandteilen zu entnehmenden Angaben entsteht, und somit über die Summe dieser Bestandteile hinausgeht. Es spielt keine Rolle, ob es Synonyme gibt, mit denen dieselben Merkmale der beantragten Waren oder Dienstleistungen bezeichnet werden können.“

Ausgehend davon ist bei der im Eintragungsverfahren immer anzustellenden Prognose für die Registrierbarkeit zu prüfen, ob die Marke – nun vor allem und in erster Linie ihren Schutzumfang ins Kalkül ziehend – einen relevanten Interpretationsaufwand erfordert oder ihr die Unterscheidungskraft fehlt.

3.5.

Das Rekursgericht schließt sich vor dem Hintergrund dieser Erwägungen der Einschätzung des Patentamts an, dass die beteiligten Verkehrskreise durch das beantragte Zeichen primär und ohne Erfordernis des Nachdenkens oder Kombinierens an Transportmittel (Busse, Schiffe, Flugzeuge) oder an mit einem Transportmittel zu unternehmende Reisen und die damit im Zusammenhang stehenden Reiseleistungen (wie beispielsweise Informationen zur Reise, deren Planung und Buchung bis hin zu ihrer Durchführung und aller damit verbundenen Leistungen wie Übernachtung, Verpflegung und Unterhaltung) verstehen werden. Sie werden aber auch an Leistungen im Zusammenhang mit der Vermietung von Fahrzeugen denken. Von einer ungewöhnlichen Wortverbindung (s C-383/99, Baby Dry, ÖBl 2002, 43) geht das Rekursgericht entgegen dem Rechtsmittelvorbringen in Bezug auf die beanspruchten Waren- und Dienstleistungsklassen daher nicht aus.

Das Zeichen ist dafür in seiner Zusammensetzung weder eigentümlich noch in der Bedeutung vage, sondern das Verständnis wird jeweils ohne längeren Denkprozess und ohne Unklarheiten gewonnen. Berücksichtigt man den vorangestellten Artikel enthält die aus nicht kennzeichnungskräftigen Wortbestandteilen zusammengesetzte Marke auch in ihrer Gesamtheit keinen Aussagegehalt, der über die Bedeutung dieser Bestandteile hinausgeht (zu dieser Prüfung vgl etwa C-37/06 P, BioID; C-104/00, COMPANYLINE).

Das Patentamt hat daher den Antrag auf Registrierung zu Recht abgewiesen.

4 . Ob ein Zeichen Unterscheidungskraft besitzt, richtet sich nach den Umständen des Einzelfalls, weshalb dieser Rechtsfrage keine über den Einzelfall hinausgehende Bedeutung zukommt (RIS-Justiz RS0111880). Mangels Vorliegens einer erheblichen Rechtsfrage von der Qualität des § 62 Abs 1 AußStrG war der ordentliche Revisionsrekurs deshalb nicht zuzulassen.

Angesichts der Bedeutung des Markenschutzes im Wirtschaftsleben war jedoch nach § 59 Abs 2 AußStrG auszusprechen, dass der Wert des Entscheidungsgegenstands EUR 30.000 übersteigt.

Schlagworte

Gewerblicher Rechtsschutz - Markenschutz; DER STEIRERLINER,

Textnummer

EW0001038

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OLG0009:2020:03300R00009.20S.0422.000

Im RIS seit

13.07.2020

Zuletzt aktualisiert am

13.07.2020

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

© 2025 JUSLINE

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

www.jusline.at