

LAAKE & MÖBIUS

RECHTSANWÄLTE

DIETER LAAKE

Rechtsanwalt

Telefon 05 11 / 73 30 60

Telefax 05 11 / 73 30 70

info@rechtsanwalt-laake.de

www.rechtsanwalt-laake.de

Rechtsanwälte Laake & Möbius • Am Ortfelde 100 • D-30916 Isernhagen NB

An das

Deutsche Patent- und Markenamt

Markenabteilungen

81534 München

RALF MÖBIUS LL.M.

Rechtsinformatik

Rechtsanwalt

Fachanwalt für IT-Recht

Informationstechnologierecht

Telefon 05 11/ 844 35 35

Telefax 03212/ 844 35 35*

*2,9 cent pro Minute

ralfmoebius@freenet.de

ralfmoebius@gmx.de

www.rechtsanwaltmoebius.de

Am Ortfelde 100

D-30916 Isernhagen NB

Gerichtsfach: 287

Isernhagen, den 20.08.2009

Registernummer: 30507066

Bei Antwort und Zahlung bitte angeben

Himmelsscheibe Marke2 - mö

Sehr geehrte Damen und Herren,

namens und im Auftrage unseres Mandanten begründen wir den von uns eingereichten Löschungsantrag gegen die Marke mit der Registernummer 30507066 wie folgt:

1. Zunächst soll die Wiedergabe der Wort/Bildmarke erfolgen, die lediglich aus der vollständigen fotografischen Wiedergabe der berühmten Himmelsscheibe von Nebra und dem beschreibenden wörtlichen Zusatz "Himmelsscheibe von Nebra" besteht:

HIMMELSSCHEIBE
VON NEBRA



2. Inhaber ist das Land Sachsen-Anhalt, vertreten durch den Ministerpräsidenten, dieser vertreten durch den Landesarchäologen des Landesamtes für Archäologie Sachsen-Anhalt, 06114 Halle.

St-Nr.: 1613008519

Bankverbindung: Sparkasse Hannover
BLZ 250 501 80 Konto-Nr. 176 320
(IBAN): DE34 2505 0180 0000 1763 20
(BIC): SPKHDE2H

a) Das Land als Markeninhaber beschreibt die Himmelsscheibe von Nebra auf ihrer Website unter http://www.lda-lsa.de/himmelsscheibe_von_nebra/ wie folgt (Anlage 1a):

Die Himmelsscheibe von Nebra ist einer der bedeutendsten archäologischen Funde des vergangenen Jahrhunderts. Sie zeigt die weltweit älteste konkrete Darstellung astronomischer Phänomene, die wir kennen. Elemente des Tag- und Nachthimmels vermischen sich vor einem abstrakten Sternennetz. Sonne und Mond werden aber nicht nur in ihrem Himmelslauf abgebildet, sondern auch erklärt. Zwischen den Horizonten erscheint ein Schiff in nächtlicher Fahrt über den Himmelsozean. Es ist hier zum ersten Mal als zentrales mythisches Symbol in Europa überliefert. Die Himmelsscheibe gibt uns einen Einblick in das Wissen unserer Vorfahren über den Weltenlauf und seine religiöse Deutung vor 3600 Jahren.

b) Unter der Website http://de.wikipedia.org/wiki/Himmelsscheibe_von_Nebra wird die Himmelsscheibe von Nebra wie folgt beschrieben (Anlage 1b):

Die Himmelsscheibe von Nebra ist eine Bronzeplatte aus der Bronzezeit mit Applikationen aus Gold, die offenbar astronomische Phänomene und Symbole religiöser Themenkreise darstellt. Sie gilt als die weltweit älteste konkrete Himmelsdarstellung und als einer der wichtigsten archäologischen Funde aus dieser Epoche. Gefunden wurde sie am 4. Juli 1999 von Raubgräbern in einer Steinkammer auf dem Mittelberg nahe der Stadt Nebra in Sachsen-Anhalt. Seit 2002 gehört sie zum Bestand des Landesmuseums für Vorgeschichte Sachsen-Anhalt in Halle.

Die annähernd kreisrunde Platte hat einen Durchmesser von etwa 32 Zentimetern und eine Stärke von 4,5 Millimetern in der Mitte bzw. 1,7 Millimetern am Rand. Das Gewicht beträgt ca. 2 Kilogramm. Die Scheibe besteht aus Bronze, einer Legierung aus Kupfer und Zinn, deren Kupferanteil nachweislich vom Mitterberg bei Mühlbach am Hochkönig in den Ostalpen stammt. Das Verhältnis der im Kupfer enthaltenen radiogenen Blei-Isotope ermöglicht diese Ortsbestimmung. Neben einem geringen Zinnanteil von 2,5 Prozent weist sie einen für die Bronzezeit typisch hohen Gehalt von 0,2 Prozent Arsen auf. Sie wurde offenbar aus einem Bronzefladen getrieben und dabei wiederholt erhitzt, um Spannungsrisse zu vermeiden bzw. zu beseitigen. Dabei verfärbte sie sich tiefbraun bis schwarz. Die heutige, von einer Korrosionsschicht aus Malachit verursachte Grünfärbung ist erst durch die lange Lagerung in der Erde entstanden.

Die Applikationen aus unlegiertem Goldblech sind in Einlegetechnik gearbeitet und wurden mehrfach ergänzt und verändert. Aufgrund der Beifunde (Bronzeschwerter, zwei Beile, ein Meißel und Bruchstücke spiralförmiger Armreife) ist zu vermuten, dass sie etwa um 1600 v. Chr. vergraben wurde, ihr Herstellungsdatum wird auf 2100 bis 1700 v. Chr. geschätzt.

Ungewöhnlich für ein archäologisches Artefakt ist die Tatsache, dass an der Scheibe in der Zeit ihrer Nutzung mehrfach Änderungen vorgenommen wurden, was anhand der Überlagerungen von Bearbeitungen rekonstruiert wurde:

* Anfänglich bestanden die Goldapplikationen aus 32 runden Plättchen, einer größeren, runden sowie einer sichelförmigen Platte. Sieben der kleinen Plättchen sind etwas oberhalb zwischen der runden und der sichelförmigen Platte eng gruppiert.

* Später wurden am linken und rechten Rand die so genannten Horizontbögen angebracht, die aus Gold anderer Herkunft bestehen, wie dessen chemische Verunreinigungen zeigen. Um Platz für die Horizontbögen zu schaffen, wurde ein Goldplättchen auf der linken Seite etwas zur Mitte versetzt, zwei auf der rechten Seite wurden überdeckt, so dass jetzt noch 30 Plättchen zu sehen sind.

* Die zweite Ergänzung ist ein weiterer Bogen am unteren Rand, wiederum aus Gold anderer Herkunft. Diese so genannte Sonnenbarke ist durch zwei annähernd parallele Linien strukturiert, an ihren Außenkanten wurden feine Schraffuren in die Bronzeplatte gekerbt.

* Als die Scheibe vergraben wurde, war sie ein drittes Mal modifiziert worden: Es fehlte bereits der linke Horizontbogen und die Scheibe war am Rand mit 40 sehr regelmäßig ausgestanzten, etwa 3 Millimeter großen Löchern versehen.

Die Himmelsscheibe von Nebra wurde hauptsächlich untersucht von dem Archäologen Harald Meller (Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie Halle), dem Astronomen Wolfhard Schlosser (Hauptobservator am Astronomischen Institut der Ruhr-Universität Bochum), dem Archäochemiker Ernst Pernicka (Archäo-Metallurge der Bergakademie Freiberg in Sachsen, Institut für Archäometrie), von Mitarbeitern des Landeskriminalamts Sachsen-Anhalt, von Christian-Heinrich Wunderlich (Herstellungstechnik, Herstellungsabfolge vom Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie in Halle), am Teilchenbeschleuniger BESSY von Mitarbeitern der Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung (BAM) in Berlin und der Archäologin und Spezialistin für Religionen der Bronzezeit Miranda J. Aldhouse-Green (Universität Wales).

Mit den oben dargelegten Untersuchungsergebnissen war es möglich, die Himmelsscheibe mit Hilfe der Beifunde zu datieren. Das archäologische Alter der Schwerter und Beile konnte anhand ihrer Stilmerkmale leicht ermittelt werden. Aus einem Vergleich mit aus Ungarn bekannten ähnlichen Schwertern schlossen die Archäologen, dass die Himmelsscheibe um 1600 v. Chr. im Boden vergraben wurde und damit ein ungefähres Alter von 3600 Jahren besitzt.

Die Radiokohlenstoffdatierung (C14-Methode) schied zur Altersbestimmung der Scheibe aus Bronze allerdings aus, da dieser Werkstoff keinen Kohlenstoff enthält, der für die Altersbestimmung hätte herangezogen werden können. Die Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung bestrahlte am Teilchenbeschleuniger BESSY die Goldauflagen mit hochintensiven Röntgenstrahlen. Ziel dieser Untersuchungen war es jedoch nicht, Aussagen über Alter oder Echtheit zu erhalten. Es wurde festgestellt, dass die Goldauflagen keine einheitliche Zusammensetzung aufweisen, so dass eine Herstellung in mehreren, zeitlich getrennten Phasen wahrscheinlich erscheint.

Alle diese Ergebnisse stehen in Übereinstimmung mit einem weiteren, mittels naturwissenschaftlicher Methoden gewonnenen Befund. Christian-Heinrich Wunderlich vom Landesamt für Denkmalpflege und Archäologie in Halle extrahierte etwa 0,6 Milligramm Kohlenstoff aus einem Stückchen Birkenrinde, das man an einem der drei Schwerter gefunden hatte. Das Untersuchungsergebnis mit Hilfe der Radiokohlenstoffdatierung ergab, dass das Holzstück aus der Zeit um 1600 bis 1560 v. Chr. stammt.

Im Institut für Archäometrie zu Freiberg in Sachsen wurde das Kupfer der Scheibe radiologisch und chemisch untersucht. Professor Ernst Pernicka kann mit seiner Datenbank von 50.000 vorgeschichtlichen Erzminen in Europa aus der Zusammensetzung der Metalle auf deren Herkunft schließen. Durch einen Abgleich der Ergebnisse gelangte er zu der Überzeugung, dass das für die Scheibe verwendete Kupfer aus Erzminen im heutigen Österreich (Lagerstätte vom Mitterberg bei Salzburg) stammt.

Am Teilchenbeschleuniger BESSY in Berlin hat die Bundesanstalt für Materialforschung und -prüfung die Goldauflagen der Himmelscheibe von Nebra mit SRXRF (Synchrotron Radiation Induced X-Ray Fluorescence Analysis) untersucht. Diese Untersuchungsmethode ist zerstörungsfrei und die wertvolle Scheibe konnte daher bei einer derartigen Untersuchung keinen Schaden nehmen. Hierbei war aus der chemischen Zusammensetzung der Goldauflagen auf die Herkunft des Goldes zu schließen. Als Ergebnis wurde festgestellt, dass das Gold der Auflagen wahrscheinlich aus Minen im weit entfernten Rumänien (Siebenbürgen) stammt, was als Hinweis auf die damals sehr weit verzweigten Handelswege gewertet werden kann.

Beweis: Internetausdrucke http://www.lda-lsa.de/himmelscheibe_von_nebra/ und http://de.wikipedia.org/wiki/Himmelscheibe_von_Nebra (Anlagen 1a und 1b)

3. Die angegriffene Wort/Bildmarke ist in sämtlichen für sie eingetragenen Waren und Dienstleistungen wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu löschen:

Klassen 41, 6, 9, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 26, 28, 30, 33, 34, 39 insbesondere Klasse 06: Dosen, Konservendosen, Sparbüchsen, Namensschilder, Briefkästen, Schlüsselanhänger mit Schlüsselringen (Fantasie- und Schmuckwaren), Kunstgegenstände und Nachbildungen von Kunstgegenständen aus unedlen Metallen und deren Legierungen

Klasse 09: Ton-, Bildton- und Datenträger aller Art, auch bespielt, insbesondere CDs, CDis, Disketten, DVDs, Kassetten und Videokassetten; Computersoft- und hardware und deren Teile, sowie Zubehör (soweit in Klasse 9 enthalten); Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild sowie Zubehör (soweit in Klasse 9 enthalten); Telekommunikationsgeräte, insbesondere Mobiltelefone und deren Teile sowie Zubehör (soweit in Klasse 9 enthalten), fotografische, Film- und sonstige optische Apparate und Instrumente sowie deren Teile und Zubehör (soweit in Klasse 9 enthalten); Batterien; Sonnenbrillen; Taschenrechner; Videospiele als Zusatzgeräte für Fernsehapparate; Computer- und Videospiele auf Datenträgern; Bildschirmschoner, Hintergrundbilder und andere Dateien, die Bilder enthalten, für Computer aller Art, insbesondere stationäre und tragbare Computer sowie Mobiltelefone, auf Datenträgern gespeicherte und/oder aus Datennetzen herunterladbar

Klasse 14: Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit platierte Waren, soweit sie in dieser Klasse enthalten sind, insbesondere Kunstgegenstände und Nachbildungen von Kunstgegenständen; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine, Modeschmuck; Uhren, Wecker und Zeitmeßinstrumente

Klasse 16: Papier, Pappe und Waren aus diesen Materialien (soweit in Klasse 16 enthalten); Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Broschüren, Postkarten, Plakate, Poster, Kalender, Museums- und Ausstellungsführer, Kataloge und anderes gedrucktes Material; Visitenkarten; Schreibwaren und Büroartikel (ausgenommen Möbel), insbesondere Kugelschreiber und andere Schreibgeräte sowie Radiergummis; Lehr- und Unterrichtsmaterial (ausgenommen Apparate); Papiertüten; Künstlerbedarfsartikel; Fotografien; Schreibnecessaires und deren Teile, soweit in Klasse 16 enthalten; Geschenk- und Verpackungsfolien sowie Tragetaschen aus Kunststoff

Klasse 18: Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus (soweit in Klasse 18 enthalten); Taschen aller Art, soweit in Klasse 18 enthalten; Koffer aller Art, soweit in Klasse 18 enthalten; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Reiseneccessaires und deren Teile, soweit in Klasse 18 enthalten

Klasse 20: Möbel, Spiegel und Rahmen; Kunstgegenstände, Nachbildungen von Kunstgegenständen und andere Waren aus Holz, Wachs, Gips, Bernstein, Meerscham, Kork, Rohr, Binsen und Kunststoff (soweit in Klasse 20 enthalten); Dekorationsartikel aller Art (soweit in Klasse 20 enthalten), insbesondere Windspiele

Klasse 21: Geräte und Behälter für Haushalt und Küche (soweit in Klasse 21 enthalten); Käämme, Schwämme, Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Glaswaren, Porzellan, Steingut und Keramikerzeugnisse (soweit in Klasse 21 enthalten); Toilettennecessaires und deren Teile, soweit in Klasse 21 enthalten

Klasse 24: Web- und Textilwaren (soweit in Klasse 24 enthalten), insbesondere Hand- und Taschentücher; Bett- und Tischdecken; Gardinen; Textiltapeten; Fahnen und Wimpel (nicht aus Papier)

Klasse 25: Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen

Klasse 26: Anstecker, Broschen als Kleidungszubehör, Buttons, Knöpfe, Haken, Schließen und Schnallen für Bekleidungsstücke; Haarbänder und anderer Haarschmuck

Klasse 28: Spiele, Spielzeug, einschl. Computer- und Videospiele, ausgenommen als Zusatzgeräte für Fernsehapparate, Turn- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten); Christbaumschmuck und Christbaumständer; Spielkarten

Klasse 30: feine Backwaren, Konditorwaren, Kekse, Zwieback, Gebäck (auch als Knabbererzeugnisse unter Verwendung von Nüssen und/oder Kartoffeln), Lebkuchen, Petits

Fours, Pfefferkuchen, Waffeln, Pasteten (Gebäck), Biskuits, Baisers; Knabbererzeugnisse aus Gebäck; Süßwaren, Süßigkeiten, Bonbons, schokolierte Kaffeebohnen, Geleefrüchte, Karamellen, Lakritze, Lakritzstangen, Lakritzkonfekt, Pastillen, Pfefferminzbonbons, Popcorn; Schokolade, Konfekt, Pralinen, Trüffel und andere Waren aus Schokolade; schokoliertes, dragiertes oder glasiertes Obst; Zucker, Kandiszucker für Speisezwecke, Zuckerwaren, Zuckermanteln und andere Waren aus Zucker, soweit in Klasse 30 enthalten; Nußkonfekt, kandierte Nüsse und andere Waren aus Nüssen, soweit in Klasse 30 enthalten; Marzipan, Marzipanrohmasse und andere Waren aus Marzipan, soweit in Klasse 30 enthalten; Snack-Riegel und kleine Imbisse als Zwischenmahlzeiten in der Hauptsache bestehend aus Schokolade und/oder Nüssen und/oder Müsli und/oder Keksen; Eiscremen, Speiseeis, Sorbets; Kaugummi (nicht für medizinische Zwecke); Kaffee; Tee; Honig; Getränke auf der Basis von Kaffee und/oder Tee und/oder Schokolade und/oder Kakao; Salz; Essig; Salatsaucen und andere Saucen (als Würzmittel und als Basis für die Zubereitung von Speisen); Gewürze
Klasse 33: Weine, alkoholreduzierte Weine und alkoholfreie Weine; alkoholhaltige Getränke (ausgenommen Biere), insbesondere Liköre, Brenntweine, Schnäpse, Brände, Whisky, Wodka, alkoholische Fruchtgetränke und Alkohol enthaltene Mischgetränke
Klasse 34: Tabak; Zigarren, Zigarillos und Zigaretten; Raucherartikel, insbesondere Tabakbeutel, Tabakdosen, Tabakpfeifen, Zigarettenfilter, Zigarettenmundstücke, Zigarettenpapier, Zigarettenspitzen (nicht aus Edelmetall), Zigarrenabschneider, Zigarrenetuis, -kästen, -kisten (nicht aus Edelmetall), -spitzen (nicht aus Edelmetall); Streichhölzer, Feuerzeuge für Raucher; Aschenbecher, nicht aus Edelmetall
Klasse 39: Buchung, Durchführung, Veranstaltung, Organisation und Reservierung von Reisen, auch mittels Computer, online und sonstiger elektronischer Medien; Personenbeförderung; Reiseleitung; Führungen durch Museen, Ausgrabungsstätten, Ausstellungen und andere, kulturell und/oder historisch relevante Örtlichkeiten
Klasse 41: Unterhaltung; Musik-, Theater- und Zirkusdarbietungen; Live-Veranstaltungen; Durchführung von Lotterien und Preisausschreiben; Musik-, Film-, Rundfunk-, Fernsehproduktion; Videofilmproduktion; Produktion von multimedialen Werken für Dritte (Film- und Tonstudio); Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Broschüren, Postkarten, Plakaten, Postern, Kalendern, Museums- und Ausstellungsführern, Katalogen und anderem gedrucktem Material, auch elektronisch über Datennetze; sonstige sportliche und kulturelle Aktivitäten; Veranstaltung und Organisation von Seminaren, Kongressen, Konferenzen, Ausstellungen und Präsentationen für kulturelle Zwecke; Betrieb von Museen, Durchführung von Ausstellungen zu kulturellen Zwecken; Darbietung von Kunstgegenständen zu kulturellen Zwecken; digitaler Bilderdienst; Erziehung und Unterricht; Beratung in kulturellen Angelegenheiten; Vermittlung von Eintrittskarten für Museen, Ausstellungen und andere kulturelle Veranstaltungen.

a) Der fortwährenden Eintragung der angemeldeten Wort/Bildmarke steht deren mangelnde Eignung entgegen, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden, weil die Himmelscheibe von Nebra erkennbar ein vor etwa 4000 Jahren hergestelltes archäologisches Fundstück ist, und damit augenscheinlich überhaupt nichts mit Dienstleistungen eines Unternehmens der Neuzeit zu tun hat. Folglich kann die Marke vom Verkehr auch nicht als geeignetes Kennzeichen zur Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen eines anderer Unternehmens aufgefaßt werden, § 3 MarkenG.

b) Der angegriffenen Marke fehlt die konkrete Eignung im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Als rein beschreibende Wiedergabe eines bedeutenden Kulturgutes wird die Himmelscheibe von Nebra vom Verkehr nicht als betrieblicher Herkunftshinweis erfaßt.

Die Unterscheidungskraft einer Marke ist im Hinblick auf jede der Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, zu beurteilen, wobei es auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise ankommt (EuGH, Urt. v. 7.10.2004 – C-136/02 P, Slg. 2004, I-9165 = GRUR Int. 2005, 135 Tz. 19 – Maglite; Urt. v. 16.9.2004 – C-404/02, Slg. 2004, I-8499 = GRUR Int. 2005, 42 Tz. 23 – Nichols; Urt. v. 7.7.2005 – C-353/03, Slg. 2005, I-6135 = GRUR 2005, 763 Tz. 25 = WRP 2005, 1159 – Nestlé/Mars). Maßgeblich für die Beurteilung dieser Schutzhindernisse sind nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften die Auffassung der relevanten Verkehrskreise und der Bezug des Zeichens zu den konkret mit dem Verzeichnis beanspruchten Waren und Dienstleistungen.

Dabei ist auf die mutmaßliche Wahrnehmung eines normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen (vgl. EuGH, Urt. v. 16.9.2004 – C-329/02 P, Slg. 2004, I-8317 = GRUR Int. 2005, 44 Tz. 24 – SAT 2; EuGH GRUR Int. 2005, 135 Tz. 19 – Maglite). Unterscheidungskraft i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG (Art. 3 Abs. 1 lit. b MarkenRL) ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefaßt zu werden, das die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR Int. 2005, 135 Tz. 29 – Maglite; BGHZ 159, 57, 62 – Farbige Arzneimittelkapsel; BGH, Beschl. v. 16.12.2004 – I ZB 12/02, GRUR 2005, 417, 418 = WRP 2005, 490 – BerlinCard, m. w. N.).

Enthalten die Wort- oder Bildbestandteile einer Marke einen beschreibenden Begriffsinhalt, der lediglich als solcher erfaßt wird, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen.

Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, daß der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (vgl. BGHZ 167, 278 Tz. 19 – FUSSBALL WM 2006, m. w. N.). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, daß der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfaßt und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (vgl. BGH, Beschl. v. 23.10.1997 – I ZB 18/95, GRUR 1998, 465, 468 = WRP 1998, 492 – BONUS).

Die Eignung, Waren oder Dienstleistungen ihrer Herkunft nach zu unterscheiden, kommt ferner solchen Angaben nicht zu, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der

deutschen Sprache bestehen, die etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. BGHZ 167, 278 Tz. 19 – FUSSBALL WM 2006; BGH, Beschl. v. 28.8.2003 – I ZB 6/03, GRUR 2003, 1050, 1051 = WRP 2003, 1429 – Cityservice; Beschl. v. 22.1.2009 – I ZB 34/08 Tz. 27 – My World, m. w. N.).

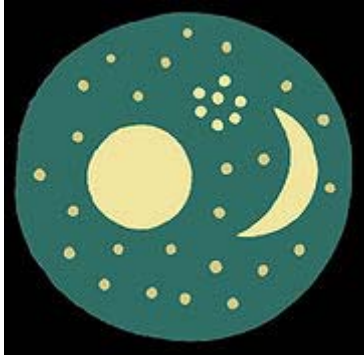
Von diesen Grundsätzen ausgegangen verfügt die eingetragene Marke nicht über die erforderliche Unterscheidungskraft, weil der Verkehr ohne weiteres und ohne Unklarheiten den lediglich beschreibenden Begriffsinhalt der Marke ohne Herkunftsbezug erfaßt.

Ferner fehlt der angegriffenen Marke auch unabhängig von einem für bestimmte Waren oder Dienstleistungen beschreibenden Begriffsinhalt die Unterscheidungskraft, weil sich die Zusammensetzung "Himmelsscheibe von Nebra" schon als solche nicht als Unterscheidungsmittel eignet, denn die "Himmelsscheibe von Nebra" als einer der bedeutendsten archäologischen Funde des vergangenen Jahrhunderts wird vom Verkehr generell nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen verstanden.

Die Bezeichnung "Himmelsscheibe von Nebra" und/oder deren identische Abbildung hat für alle Dosen, Konservendosen, Sparbüchsen, Namensschilder, Briefkästen, Schlüsselanhänger mit Schlüsselringen (Fantasie- und Schmuckwaren), Kunstgegenstände und Nachbildungen von Kunstgegenständen aus unedlen Metallen und deren Legierungen, Ton-, Bildton- und Datenträger aller Art, auch bespielt, insbesondere CDs, CDIs, Disketten, DVDs, Kassetten und Videokassetten; Computersoft- und hardware und deren Teile, sowie Zubehör; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild sowie Zubehör; Telekommunikationsgeräte, insbesondere Mobiltelefone und deren Teile sowie Zubehör, fotografische, Film- und sonstige optische Apparate und Instrumente sowie deren Teile und Zubehör; Batterien; Sonnenbrillen; Taschenrechner; Videospiele als Zusatzgeräte für Fernsehapparate; Computer- und Videospiele auf Datenträgern; Bildschirmschoner, Hintergrundbilder und andere Dateien, die Bilder enthalten, für Computer aller Art, insbesondere stationäre und tragbare Computer sowie Mobiltelefone, auf Datenträgern gespeicherte und/oder aus Datennetzen herunterladbar, Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit platierte Waren, insbesondere Kunstgegenstände und Nachbildungen von Kunstgegenständen; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine, Modeschmuck; Uhren, Wecker und Zeitmeßinstrumente, Papier, Pappe und Waren aus diesen Materialien; Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Broschüren, Postkarten, Plakate, Poster, Kalender, Museums- und Ausstellungsführer, Kataloge und anderes gedrucktes Material; Visitenkarten; Schreibwaren und Büroartikel, insbesondere Kugelschreiber und andere Schreibgeräte sowie Radiergummis; Lehr- und Unterrichtsmaterial; Papiertüten; Künstlerbedarfsartikel; Fotografien; Schreibnecessaires und deren Teile, Geschenk- und Verpackungsfolien sowie Tragetaschen aus Kunststoff, Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, Taschen aller Art, Koffer aller Art, Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Reiseneccessaires und deren Teile, Möbel, Spiegel und Rahmen; Kunstgegenstände, Nachbildungen von Kunstgegenständen und andere Waren aus Holz, Wachs, Gips, Bernstein, Meerscham, Kork, Rohr, Binsen und Kunststoff; Dekorationsartikel aller Art, insbesondere Windspiele, Geräte und Behälter für Haushalt und Küche; Käämme, Schwämme, Bürsten; Glaswaren, Porzellan, Steingut und Keramikerzeugnisse;

Toilettennecessaires und deren Teile, Web- und Textilwaren, insbesondere Hand- und Taschentücher; Bett- und Tischdecken; Gardinen; Textiltapeten; Fahnen und Wimpel, Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen, Anstecker, Broschen als Kleidungszubehör, Buttons, Knöpfe, Haken, Schließen und Schnallen für Bekleidungsstücke; Haarbänder und anderer Haarschmuck, Spiele, Spielzeug, einschl. Computer- und Videospiele, ausgenommen als Zusatzgeräte für Fernsehapparate, Turn- und Sportartikel; Christbaumschmuck und Christbaumständer; Spielkarten, feine Backwaren, Konditorwaren, Kekse, Zwieback, Gebäck (auch als Knabbererzeugnisse unter Verwendung von Nüssen und/oder Kartoffeln), Lebkuchen, Petits Fours, Pfefferkuchen, Waffeln, Pasteten (Gebäck), Biskuits, Baisers; Knabbererzeugnisse aus Gebäck; Süßwaren, Süßigkeiten, Bonbons, schokolierte Kaffeebohnen, Geleefrüchte, Karamellen, Lakritze, Lakritzstangen, Lakritzkonfekt, Pastillen, Pfefferminzbonbons, Popcorn; Schokolade, Konfekt, Pralinen, Trüffel und andere Waren aus Schokolade; schokoliertes, dragiertes oder glasiertes Obst; Zucker, Kandiszucker für Speisezwecke, Zuckerwaren, Zuckermandeln und andere Waren aus Zucker, Nußkonfekt, kandierte Nüsse und andere Waren aus Nüssen, Marzipan, Marzipanrohmasse und andere Waren aus Marzipan, Snack-Riegel und kleine Imbisse als Zwischenmahlzeiten in der Hauptsache bestehend aus Schokolade und/oder Nüssen und/oder Müsli und/oder Keksen; Eiscremen, Speiseeis, Sorbets; Kaugummi, Kaffee; Tee; Honig; Getränke auf der Basis von Kaffee und/oder Tee und/oder Schokolade und/oder Kakao; Salz; Essig; Salatsaucen und andere Saucen als Würzmittel und als Basis für die Zubereitung von Speisen; Gewürze, Weine, alkoholreduzierte Weine und alkoholfreie Weine; alkoholhaltige Getränke, insbesondere Liköre, Brenntweine, Schnäpse, Brände, Whisky, Wodka, alkoholische Fruchtgetränke und Alkohol enthaltene Mischgetränke, Tabak; Zigarren, Zigarillos und Zigaretten; Raucherartikel, insbesondere Tabakbeutel, Tabakdosen, Tabakpfeifen, Zigarettenfilter, Zigarettenmundstücke, Zigarettenpapier, Zigarettenspitzen, Zigarrenabschneider, Zigarrenetuis, -kästen, -kisten, -spitzen; Streichhölzer, Feuerzeuge für Raucher; Aschenbecher, die Buchung, Durchführung, Veranstaltung, Organisation und Reservierung von Reisen, auch mittels Computer, online und sonstiger elektronischer Medien; Personenbeförderung; Reiseleitung; Führungen durch Museen, Ausgrabungsstätten, Ausstellungen und andere, kulturell und/oder historisch relevante Örtlichkeiten, Unterhaltung; Musik-, Theater- und Zirkusdarbietungen; Live-Veranstaltungen; Durchführung von Lotterien und Preisausschreiben; Musik-, Film-, Rundfunk-, Fernsehproduktion; Videofilmproduktion; Produktion von multimedialen Werken für Dritte (Film- und Tonstudio); Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften, Broschüren, Postkarten, Plakaten, Postern, Kalendern, Museums- und Ausstellungsführern, Katalogen und anderem gedrucktem Material, auch elektronisch über Datennetze; sonstige sportliche und kulturelle Aktivitäten; Veranstaltung und Organisation von Seminaren, Kongressen, Konferenzen, Ausstellungen und Präsentationen für kulturelle Zwecke; Betrieb von Museen, Durchführung von Ausstellungen zu kulturellen Zwecken; Darbietung von Kunstgegenständen zu kulturellen Zwecken; digitalem Bilderdienst; Erziehung und Unterricht; Beratung in kulturellen Angelegenheiten; Vermittlung von Eintrittskarten für Museen, Ausstellungen und anderen kulturelle Veranstaltungen schon dann keinerlei Unterscheidungskraft, wenn mit diesen lediglich die “Himmelscheibe von Nebra” in ihrem Urzustand wiedergeben wird.

Gleiches gilt selbstverständlich auch für die folgenden Darstellungen von den verschiedenen Zuständen der Himmelscheibe von Nebra in den vergangenen Jahrtausenden:



Erster Zustand: Links der Vollmond, rechts der zunehmende Mond, oberhalb dazwischen die Plejaden.



Zweiter Zustand: Ergänzung um die Horizontbogen für Sonnenauf- und untergang. Einzelne Sterne wurden versetzt bzw. überdeckt.



Dritter Zustand: Ergänzung um die Sonnenbarke.



Heutiger Zustand: Der linke Horizontbogen fehlte schon, als die Scheibe vergraben wurde, die Lochungen am Rand waren bereits vorhanden.

Für den normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher liegt es auf der Hand und bedarf es daher keiner gesonderten Ausführungen, daß mit der “Himmelsscheibe von Nebra” gekennzeichnete Waren keine Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen verbunden werden.

Darstellungen berühmter Kulturgegenstände werden vom Verkehr nicht als Hinweis auf die Herkunft der gekennzeichneten Waren aus einem bestimmten Unternehmen verstanden, sondern nur als blickfangartige Hervorhebungsmittel aufgefaßt. Das gilt insbesondere für die Wiedergabe des weltberühmten und dem angesprochenen Publikum ohne weiteres bekannten Kunstwerks, bei dem ein Bezug zu einem bestimmten Warenhersteller oder -händler ohnehin fernliegt, sich vielmehr lediglich der genannte Werbeeffect aufdrängt. Eine insoweit möglicherweise bestehende allgemeine Werbekraft begründet aber nicht gleichzeitig auch die markenrechtlich erforderliche Unterscheidungskraft im Sinne einer betrieblichen Herkunftsbezeichnung.

Die Himmelsscheibe von Nebra wird vom Verkehr nicht als Unterscheidungsmittel für die Herkunft der betreffenden Waren und Dienstleistungen verstanden, weshalb ihr jegliche Unterscheidungskraft i. S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt, denn für die Feststellung der Unterscheidungskraft eines Zeichens ist darauf abzustellen, ob es dem durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen ermöglicht, diese auch ohne analysierende und vergleichende Betrachtungsweise sowie ohne besondere Aufmerksamkeit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH, Urt. v. 12.2.2004 – C-218/01; Slg. = GRUR 2004, 428 Tz. 53 – Henkel). Geht der Durchschnittsverbraucher aber aufgrund von auf der Hand liegenden Annahmen von einem beschreibenden Begriffsinhalt aus, so fehlt dem Zeichen die Eignung, vom Verkehr als Hinweis auf die Herkunft der so gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen verstanden zu werden.

Schließlich besteht die angegriffene Marke auch ausschließlich aus Zeichen und Angaben, die im Verkehr zur Bezeichnung der Himmelsscheibe von Nebra selbst dienen. Eine Angabe, die im Verkehr als bloße Inhaltsbeschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen kann, muß der Markenschutz versagt bleiben.

Sämtliche Nachbildungen, Abwandlungen oder Darstellungen der Himmelscheibe von Nebra als eine der bedeutendsten archäologischen Funde des vergangenen Jahrhunderts bezeichnen lediglich die Himmelscheibe von Nebra selbst, so daß deren Nennung oder Abbildung gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als bedeutendes Kulturgut auch nicht dem Wirtschaftsverkehr durch eine Markeneintragung entzogen werden kann.

Besonders deutlich wird die Rechtswidrigkeit der Markeneintragung des Landes Sachsen-Anhalt und der damit verbundene Versuch, mit Hilfe des Markenrechts einen der bedeutendsten archäologischen Funde des vergangenen Jahrhunderts nicht nur dem Wirtschaftsverkehr zu entziehen sondern sogar der wissenschaftlichen Diskussion und dem allgemeinen Kultur- und Bildungswesen, weil die Verwendung der Himmelscheibe von Nebra sogar für die Veranstaltung und Organisation von Seminaren, Kongressen, Konferenzen, Ausstellungen und Präsentationen für kulturelle Zwecke; Betrieb von Museen, Durchführung von Ausstellungen zu kulturellen Zwecken, Darbietung von Kunstgegenständen zu kulturellen Zwecken, digitalem Bilderdienst, Erziehung und Unterricht, Beratung in kulturellen Angelegenheiten, Vermittlung von Eintrittskarten für Museen, Ausstellungen und anderen kulturellen Veranstaltungen blockiert werden soll. Nach heutigem Stand würde sogar die Abbildung der Himmelscheibe von Nebra in Schulbüchern, Diavorträgen oder historischen Ausstellungen die Gefahr mit sich bringen, vom Land Sachsen-Anhalt auf Verletzung von Markenrechten in Anspruch genommen zu werden.

Ein insoweit unter Bezug auf § 23 MarkenG denkbarer Einwand des Landes Sachsen-Anhalt, die weiterhin bestehenden Möglichkeiten eines nicht markenmäßigen Gebrauchs der angemeldeten Darstellung begründeten deren Eintragungsfähigkeit, wäre ohne Wirkung, denn ob und inwieweit § 23 MarkenG, der nach seiner Funktion und Stellung im Gesetz unmittelbar auf den Verletzungsprozeß zugeschnitten ist, überhaupt in markenrechtlichen Eintragsverfahren herangezogen werden kann, unterliegt tiefgreifenden Bedenken (vgl. dazu im einzelnen Althammer/Ströbele, a. a. O., § 8 Rdn. 54). Allenfalls könnte durch § 23 Nr. 2 MarkenG ein mögliches Freihaltungsbedürfnis an beschreibenden Angaben im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG reduziert sein. Dagegen ist es für die vorliegend bedeutsame Tatsache, daß der Verkehr die angemeldete Abbildung nicht als betriebskennzeichnenden Herkunftshinweis ansieht bedeutungslos, inwieweit eine nicht markenmäßige Verwendung der Himmelscheibe von Nebra durch die Eintragung der Marke behindert würde.

Rechtsanwälte Laake & Möbius
Rechtsanwalt Dieter Laake für
Rechtsanwalt Ralf Möbius LL.M.
Rechtsinformatik
Fachanwalt für IT-Recht
Informationstechnologierecht