

13. Begriff des Warenzeichens. Kann ein längeres Schriftstück als Warenzeichen angesehen werden? Ist betreffs fremder Waren die Auffassung des fremden Rechtes maßgebend?

I. Civilsenat. Urtr. v. 3. November 1886 i. S. F. S. & Co. bezw. F. G. B. S. & S. (Kl.) w. F. L. B. M. (Bekl.) Rep. I. 293/86.

I. Landgericht Bremen.

II. Oberlandesgericht Hamburg.

Aus den Gründen:

„Der Gewerbetreibende kann ein Interesse daran haben, daß die von ihm verfertigten oder feilgehaltenen Waren schon für die äußerliche Betrachtung sich von den Waren anderer Gewerbetreibenden deutlich unterscheiden. Dieses Interesse erkennt das Gesetz an, nicht zwar in dem Umfange, daß es dem Gewerbetreibenden die Ausschließlichkeit des Gebrauches einer jeden für die Erkennbarkeit seiner Ware gewählten äußeren Gestaltung Schutz gewährt, sondern so, daß es das „Warenzeichen“, die „Marke“, schützt.

Diesen Begriff definiert das Gesetz nicht. Auch §. 3 Abs. 2 des Markenschutzgesetzes enthält keine solche Definition. Durch diese Bestimmung wird gewissen Arten von Warenzeichen, abgesehen von bestimmten Ausnahmen, die Eintragsfähigkeit entzogen, aber der gesetzliche Begriff des Warenzeichens wird damit nicht beschränkt. Auch die der Regel nach von der Eintragung ausgeschlossenen Zeichen werden in Abs. 2 und ebenso in Abs. 1, welcher die Ausnahmen, in welchen dieser Ausschluß nicht stattfindet, festsetzt, „Warenzeichen“ genannt. Vgl. auch die §§. 9. 10 und §. 14 „mit einem nach Maßgabe dieses Gesetzes zu schützenden Warenzeichen“.

Aus dem Gesetze ist unmittelbar zu entnehmen, daß dasselbe von solchen Zeichen handelt, welche „zur Unterscheidung eines Gewerbe-

treibenden von den Waren eines anderen Gewerbetreibenden auf den Waren oder deren Verpackung angebracht werden“ (§. 1). Hierdurch steht soviel fest, daß die Form, Farbe, überhaupt die äußere Gestaltung der Ware oder deren Verpackung, nicht als Warenzeichen im Sinne des Gesetzes erscheint. Im übrigen kann die Begriffsbestimmung nur aus dem allgemeinen Sprachgebrauche, wie derselbe sich entsprechend den Bedürfnissen des Verkehrs und der dadurch bedingten Übung ausgebildet hat, entnommen werden. Dabei ist noch besonders im Auge zu behalten, daß es sich nicht um eine die Ware charakterisierende Eigenschaft beliebigen Ursprunges, nicht um ein aus irgend einem Grunde vorhandenes Kennzeichen, sondern um ein gerade in der Absicht, eine Ware als von anderen verschieden deutlich und sicher erscheinen zu lassen, willkürliches angebrachtes Zeichen, um ein Merkzeichen handelt.

Vgl. Grimm, Deutsches Wörterbuch unter den Worten: Marke Nr. 2, marken, Merk, merken Nr. 2, Merkzeichen.

Damit ist aber als eine notwendige Eigenschaft der Marke gegeben, daß sie einen sofort seinem ganzen Umfange nach erkennbaren, mit einem Blicke erfassbaren Inhalt habe. Das Zeichen kann begrifflich auch ausschließlich in Buchstaben oder Worten bestehen, aber eine längere schriftliche Ausführung, wenngleich ihr Inhalt sich auf die betreffende Ware bezieht, wird nie als Warenzeichen, als Marke aufgefaßt werden können.

Dieser negative Satz genügt als Grundlage für die Beurteilung des vorliegenden Falles. Es bedarf daher einer weiteren Untersuchung des positiven Begriffes des Warenzeichens nicht.

Von der Klägerin zur Eintragung angemeldet und der Anmeldung gemäß ins zuständige Register eingetragen wurde ein längeres Schriftstück, welches auf der Umhüllung der die Ware enthaltenden Flasche abgedruckt werden sollte, nicht bloß das in der Mitte des Schriftstückes zwischen zwei Medailenseiten stehende Faksimile der Firma. Eingetragen ist also nicht etwa ein nur nach §. 3 Abs. 2 a. a. D. nicht eintragungsfähiges Warenzeichen, sondern überhaupt kein Warenzeichen. Darum ist die Eintragung eine rechtlich irrelevante, aus welcher der Anmeldende kein Recht ableiten kann.

Da die vorstehende Ausführung lediglich auf den Begriff des Warenzeichens, welcher dem ganzen Markenschutzgesetze zu Grunde liegt,

gestützt ist, so kann gegen dieselbe aus §. 20 dieses Gesetzes nichts entnommen werden. Es kann hier unerörtert bleiben, inwieweit für die Beurteilung der von Gewerbetreibenden, welche im Inlande keine Handelsniederlassung besitzen, zur Eintragung angemeldeten Warenzeichen die besonderen Bestimmungen der ausländischen Rechtes maßgebend sind, soviel ist jedenfalls anzuerkennen, daß in Deutschland nur solche Eintragungen überhaupt zulässig sind, welche Warenbezeichnungen zum Gegenstande haben, die unter den Begriff des Warenzeichens fallen, von welchem, wie vorstehend entwickelt ist, das Markenschutzgesetz in §. 1 ausgeht. Gewährt das fremde Recht anderen Warenbezeichnungen gleichen Schutz, wie den Warenzeichen, so ist, auch wenn die Voraussetzungen des §. 20 vorliegen, diese Bestimmung für Deutschland gleichgültig, denn das Markenschutzgesetz schützt überhaupt nur „Warenzeichen“, und auch §. 20 handelt nur von solchen. Aber auch wenn das fremde Recht, beziehentlich der fremde Sprachgebrauch den Begriff des Warenzeichens, der Marke, weiter fassen sollte als das deutsche Gesetz beziehentlich der deutsche Sprachgebrauch, bleiben das deutsche Gesetz und der deutsche Sprachgebrauch doch immer maßgebend.

Die vorstehenden Ausführungen ergeben, daß der Berufungsrichter, wengleich er darin gefehlt haben mag, daß er den zweiten Absatz des §. 3 des Markenschutzgesetzes auf den vorliegenden Fall angewendet hat, dennoch von dem richtigen Grundgedanken ausgeht, wenn er den Versuch, eine Druckschrift der vorliegenden Art zum Warenzeichen machen zu wollen, als einen „Mißbrauch von vornherein“ charakterisiert, durch welchen der „Begriff der Marke völlig verflüchtigt“ würde. In diesem Ausspruche würde aber, wenn hierzu überhaupt ein Bedürfnis vorhanden sein sollte, auch eine genügende thatsächliche Feststellung zu finden sein, daß die vorliegende Druckschrift nicht unter den Begriff des Warenzeichens, wie er oben entwickelt ist, falle.

Die Entscheidung des Berufungsrichters enthält daher, insofern sie von diesem Grunde getragen wird, keinen rechtsgrundfählichen Verstoß, und es erscheint insbesondere nicht als ein Mangel, daß nicht erörtert ist, ob das eingetragene Schriftstück nach dem betreffenden fremden Rechte als Marke zu betrachten sei oder gleichen Schutz wie eine solche genieße.“