

# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 132/00

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
16. Oktober 2001

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 300 25 734.1

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 16. Oktober 2001 unter Mitwirkung des Richters Dr. Hacker als Vorsitzenden sowie des Richters Dr. Schmitt und der Richterin Werner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Bezeichnung

## **Pussytime**

ist als Marke für die Waren und Dienstleistungen

„Seifen, Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; pharmazeutische Erzeugnisse, Präparate für die Gesundheitspflege; diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Desinfektionsmittel; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, belichtete Filme, Tonfilme, Diapositive, Videokassetten, Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate, magnetische und optische Ton- und Datenträger; ärztliche und gesundheitliche Instrumente und Apparate (einschließlich künstlicher Gliedmaßen), hygienische Gummiwaren, Massagegeräte; Druckschriften, Zeit-

schriften, Bücher, Photographien, Lehrmittel (ausgenommen Apparate), auch als Unterrichtsmittel geeignet, Spielkarten; Telekommunikation; Unterhaltung, Filmverleih, Filmvorführungen"

zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die mit einem Beamten des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und Verstoßes gegen die guten Sitten zurückgewiesen. Das der englischen Sprache entnommene Wort „pussy“ sei ein Vulgärausdruck für „Vulva“ iSv „Muschi“ oder „Möse“ und in dieser Bedeutung dem inländischen Publikum, soweit es an sexuellen oder pornographischen Inhalten interessiert sei, bekannt. Das englische Wort „time“ bedeute in Wortzusammensetzungen der vorliegenden Art die Zeit, in der man sich mit etwas, hier der „Muschi“ oder „Möse“, beschäftige. Die Wortverbindung „Pussytime“ stelle sich insoweit als „branchenüblich“ gefaßte Sachumschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen in ihrem Bezug zur Vulva dar, nicht aber als individualisierender Hinweis auf die betriebliche Herkunft dieser Waren und Dienstleistungen. Darüber hinaus sei davon auszugehen, daß zumindest ein erheblicher Teil des potentiellen Publikums die Marke für grob geschmacklos oder sexuell anstößig halte.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Zur Begründung trägt er vor, daß das Wort „pussy“ mehrere Bedeutungen habe und z.B. auch für „Miezekatze“ oder „Puderdose“ stehen könne. Darüber hinaus sei die angemeldete Marke mit der Zusammenschreibung der Wörter „pussy“ und „time“ sprachunüblich gebildet. Schließlich seien nicht alle Interpretationen des Markenwortes „Pussytime“ anstößig.

Der Anmelder beantragt,

1. den angefochtenen Beschluß der Markenstelle aufzuheben;
2. die Rückzahlung der Beschwerdegebühr anzuordnen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde bleibt in der Sache ohne Erfolg. Die angemeldete Marke ist sowohl wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) als auch wegen Verstoßes gegen die guten Sitten (§ 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG) von der Eintragung ausgeschlossen.

1. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes sind wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) u.a. solche Marken von der Eintragung in das Markenregister ausgeschlossen, die im Hinblick auf die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Sinngehalt aufweisen (vgl. BGH GRUR 2001, 1043, 1044 „Gute Zeiten – Schlechte Zeiten“; GRUR 2001, 1042 „REICH UND SCHOEN“). Das ist hier der Fall.

Die angemeldete Marke ist erkennbar aus dem englischen Wort „pussy“, einem vulgärsprachlichen Ausdruck für „Vulva“ im Sinne von „Muschi, Möse“, und dem weiteren englischen Wort „time“ zusammengesetzt. Die Markenstelle

ist daher zutreffend davon ausgegangen, daß ein nicht unerheblicher Teil des Verkehrs, insbesondere die an sexuellen oder pornographischen Inhalten interessierten Kundenkreise, das Markenwort „Pussytime“ in Anlehnung an vergleichbar gebildete Begriffe wie „tea-time“ oder „business-time“ ohne weiteres als beschreibende Angabe im Sinne von „Zeit für die Möse“ oder „Zeit für die Muschi“ verstehen.

Das Wort „pussy“ weist allerdings, rein lexikalisch betrachtet, mehrere Bedeutungen auf. Außer „Muschi, Möse“ kann es auch „Miezekatze“ oder „Puderdose“ heißen. Diese Mehrdeutigkeit verschafft der angemeldeten Marke aber noch nicht die erforderliche Unterscheidungskraft. Zwar ist in der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes anerkannt, daß mehrdeutigen Wortmarken die Unterscheidungskraft in der Regel nicht abgesprochen werden kann (vgl. BGH GRUR 2002, 64, 65 „INDIVIDUELLE“; GRUR 2001, 1150, 1151 „LOOK“ m.w.Nachw.). Insoweit darf aber nicht auf eine bloß lexikalische Betrachtung abgestellt werden. Entscheidend ist vielmehr, ob die Marke gerade im Hinblick auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen mehrdeutig ist. Daran fehlt es hier. Bei den von der Anmeldung erfaßten Waren und Dienstleistungen kann es sich durchgängig um solche handeln, die einen mehr oder weniger deutlichen Bezug zu den weiblichen Geschlechtsorganen aufweisen. Insoweit rückt die vulgärsprachliche Bedeutung von „pussy“ im Sinne von „Muschi, Möse“ in den Vordergrund. Daß unter die allgemeinen Begriffe des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen der angemeldeten Marke auch Waren und Dienstleistungen fallen können, bei denen ein beschreibender Bezug des Wortes „pussy“ nicht festzustellen ist, ist insoweit ohne Belang (vgl. BGH, Beschluß vom 5. Juli 2001, I ZB 8/99 „AC“, zur Veröffentlichung vorgesehen).

Beizutreten ist der Markenstelle auch in der Annahme, daß ein nicht unerheblicher Teil des Verkehrs in der Lage ist, das Wort „pussy“ in dem genannten vulgärsprachlichen Sinne zu verstehen. Dem steht nicht entgegen, daß es sich um ein Wort der englischen Umgangssprache handelt. So ist bereits das

Reichsgericht in einem Urteil vom 3. Juni 1927 von einer „großen Verbreitung der Elementarkenntnisse der englischen Sprache in Deutschland“ ausgegangen (RGZ 117, 215, 221 „Eskimo Pie“). Angesichts der allgegenwärtigen Durchsetzung der deutschen Umgangssprache mit Anglizismen kann daher ohne weiteres angenommen werden, daß das Markenwort „Pussytime“ in dem Sinne verstanden wird, in dem es gemeint ist. Dafür spricht auch die mit der Anmeldung getroffene Wortwahl selbst. Ein Wort wie „Pussytime“ wählt man, um verstanden zu werden, nicht um den Kunden im Unklaren zu lassen.

Schließlich weist das Wort „Pussytime“ auch keine sprachliche Regelwidrigkeit auf, die ihm die erforderliche Unterscheidungskraft vermitteln könnte. Ob die Zusammenschreibung der Wörter „Pussy“ und „time“ eine Regelwidrigkeit darstellt, erscheint fraglich, kann aber dahinstehen, weil sie jedenfalls so geringfügig wäre, daß sie neben dem deutlich im Vordergrund stehenden beschreibenden Sinngehalt nicht ins Gewicht fiele (vgl. BGH GRUR 2001, 1153 „anti Kalk“).

2. Der Markenstelle ist des weiteren darin zuzustimmen, daß die angemeldete Marke auch wegen Verstoßes gegen die guten Sitten nicht eintragbar ist (§ 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG). Von diesem Ausschlußtatbestand ist allerdings nur sehr zurückhaltend Gebrauch zu machen, vor allem wenn es um mögliche Verstöße gegen das Schamgefühl geht, da die Auffassung breiter Verkehrskreise in diesem Bereich von einer weitgehenden Liberalisierung geprägt ist (Althammer/Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl. 2000, § 8 Rn. 268). Andererseits ist aber dem Eindruck entgegenzuwirken, daß Marken mit diskriminierendem, insbesondere frauendiskriminierendem Inhalt staatlichen Schutz erfahren. Daher sind Marken, die Frauen als beliebig verfügbare Sexualobjekte darstellen oder dies suggerieren, von der Eintragung auszuschließen (vgl. BPatG Mitt 1985, 215 „Schlüpferstürmer“; s. auch BGH GRUR 1995, 592, 594 „Busengrapscher“). Dies trifft auch auf die vorliegende Marke zu.

3. Für eine Rückzahlung der Beschwerdegebühr besteht kein Anlaß (§ 71 Abs. 3 MarkenG). Soweit der Anmelder rügt, daß sich die Markenstelle nicht mit seinem Vortrag zur Mehrdeutigkeit des Wortes „pussy“ auseinandergesetzt habe, rechtfertigt dies die Rückzahlung nicht, da eine ausdrückliche Berücksichtigung dieses Vorbringens keine andere Entscheidung in der Sache zur Folge hätte haben können (vgl oben 1.; Althammer/Ströbele, aaO § 71 Rn. 38).

Dr. Hacker

Dr. Schmitt

Werner

Bb