



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 69/09

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 307 71 219.2

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 16. März 2009 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richter Lehner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Wortmarke

Cool

für die Dienstleistungen „Organisation und Durchführung von Veranstaltungen für Werbe- und wirtschaftliche Zwecke (Events); Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Film-, Ton-, Video- und Fernsehproduktion; Organisation und Durchführung von Unterhaltungsveranstaltungen“ hat die Markenstelle mit den Beschlüssen vom 4. Juni 2008 und vom 22. August 2008, wobei letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen. Das ist damit begründet, „cool“ sei ein Trendwort der Umgangssprache, das nicht mehr übersetzt werden müsse. Dass damit sowohl Personen als auch Veranstaltungen bezeichnet würden, verleihe keine Unterscheidungskraft.

Der Erinnerungsbeschluss ist der Anmelderin am 27. August 2008 zugestellt worden.

Die Anmelderin hat am 24. September 2008 Beschwerde eingelegt und dazu vorgetragen, „cool“ sei mehrdeutig und ohne festen Begriffsinhalt. Entsprechend sei „Cool“ für Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 35 und 41 eingetragen worden.

Sie beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben und die Marke einzutragen.

Zur Ergänzung des Parteivorbringens wird auf die Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen; wegen sonstiger Einzelheiten auf den Akteninhalt.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, hat jedoch in der Sache keinen Erfolg; einer Registrierung der angemeldeten Marke steht für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jedenfalls das Schutzhindernis aus § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. „Cool“ ist nämlich ein gebräuchlicher Begriff im Sinn dieser Vorschrift.

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 - Henkel; BGH GRUR GRUR 2006, 850 - Fussball WM 2006). Wortmarken besitzen keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen oder wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die, etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien, stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden. Das ist bei „cool“ der Fall; außerdem ist „cool“ bereits in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen.

Das Wort „cool“ entstammt ursprünglich der englischen Sprache, hat aber bereits laut der 22. Aufl. des Dudens von 2000 (S. 266) Eingang ins Deutsche mit der Bedeutung „ruhig, überlegen, kaltschnäuzig“ und über die Jugendsprache als „hervorragend“ gefunden. Mit dieser Bedeutung war es sogar Trendwort der 90-er Jahre (cooler Preis, schlank ist cool; vgl. Horx, Matthias, Trendbuch, Düsseldorf, 1994). Anders als „look“ (vgl. BGH WRP 2001, 1310) muss „cool“ daher nicht (mehr) aus dem Englischen übersetzt werden, so dass seine umgangssprachliche Bedeutung in den Vordergrund gestellt und der Beurteilung der Unterscheidungskraft zu Grunde gelegt werden kann.

Die angesprochenen inländischen Verkehrskreise verstehen „cool“ im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen nur in dieser übertragenen Bedeutung und als Anpreisung (vgl. BPatG, Beschluss vom 5. April 2005, Az: 27 W (pat) 64/04; - cool; Beschluss vom 2. Oktober 2007, Az: 24 W (pat) 122/06 - cool edition).

Ob einer Registrierung des als Marke angemeldeten Wortes „cool“ auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegensteht, bedarf keiner Klärung mehr.

Soweit sich die Anmelderin auf Eintragungen von „cool“ für Dritte beruft, rechtfertigt das keine andere Beurteilung. Dies betrifft nur zum Teil reine Wortmarken. Eintragungen von entsprechenden Marken für Dritte rechtfertigen aber ohnehin keine andere Beurteilung, weil selbst Eintragungen gleicher Marken nicht zu einer Bindung führen (vgl. BGH BIPMZ 1989, 192 - KSÜD) - auch nicht unter dem Gesichtspunkt des Gleichbehandlungsgebots (Art. 3 GG), denn es gibt keinen Anspruch auf Gleichbehandlung im Unrecht. Bei der Entscheidung über die Eintragbarkeit einer Marke handelt es sich nicht um eine Ermessens-, sondern um eine gebundene Entscheidung, die jeweils einer auf den Einzelfall bezogenen Prüfung unterliegt (vgl. BGH BIPMZ 1998, 248, 249 - today; EuGH GRUR 2004, 428, Rn. 60 ff. - Henkel).

Zudem gibt es ebenso Entscheidungen, welche die Schutzfähigkeit von „cool“ verneinen; sie sind oben teilweise zitiert.

Dr. Albrecht

Lehner

Kruppa

Me