



BUNDESPATEENTGERICHT

30 W (pat) 546/11

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 059 295.8

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 29. November 2012 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, der Richterin Winter und des Richters am Amtsgericht Backes

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Zur Eintragung als Wortmarke in das Markenregister angemeldet ist die Bezeichnung

KILLERCUBE

für die Waren und Dienstleistungen

„Klasse 9:

Magnete;

Klasse 35:

Dienstleistungen des Einzel-/Großhandels mit folgenden Waren:

Magnete.“

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 7. Juli 2011 zurückgewiesen, weil dem Zeichen jegliche Unterscheidungskraft fehle. Es sei sprachüblich gebildet und werde von den angesprochenen Verkehrskreisen im Sinne eines „tollen Würfels“, eines „Wahnsinnswürfels“ bzw. eines „Superwürfels“, der für eine würfelförmige oder würfelförmig zusammengefügte Ware stehe, verstanden. Eine eventuelle Mehrdeutigkeit und mögliche andere Bedeutungen des Zeichens seien unerheblich, da

es ausreiche, wenn nur eine seiner möglichen Bedeutungen beschreibend sei. Dahinstehen könne, ob auch ein Freihaltungsbedürfnis bestehe.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie hat die Beschwerde nicht begründet. Im Amtsverfahren war sie der Ansicht, das Zeichen sei für die genannten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend. Es handele sich um eine lexikalisch nicht belegte und zumindest für die deutschen Verkehrskreise ungewöhnliche Wortbildung, die mehrdeutig sei und nicht in dem von der Markenstelle benannten Sinn verstanden werde.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss der Markenstelle aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist in der Sache nicht begründet, weil die angemeldete Marke wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist. Die Markenstelle hat die Anmeldung deshalb zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR 2008, 608, 611 Rn. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2010, 825, 826 Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2010, 935 Rn. 8 - Die Vi-

sion; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren bzw. Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235 Rn. 45 - Standbeutel; GRUR 2006, 229, 230 Rn. 27 - BioID; GRUR 2008, 608, 611 Rn. 66 - EUROHYPO; BGH GRUR 2008, 710 Rn. 12 - VISAGE; GRUR 2009, 949 Rn. 10 - My World; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2010, 825, 826 Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2009, 411 Rn. 8 - STREETBALL; GRUR 2009, 778, 779 Rn. 11 - Willkommen im Leben; GRUR 2009, 949 f. Rn. 10 - My World; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 - FUSSBALL WM 2006).

Hiervon ausgehend besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 Rn. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2012, 270, 271 Rn. 11 - Link economy; GRUR 2009, 952, 953 Rn. 10 - DeutschlandCard; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - antiKALK). Darüber hinaus besitzen auch solche Zeichen keine Unterscheidungskraft, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2010, 1100 Rn. 23 - TOOOR!; GRUR 2006, 850, 855 Rn. 28 f. - FUSSBALL WM 2006).

2. Nach diesen Grundsätzen fehlt dem angemeldeten Wort „KILLERCUBE“ in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Die beanspruchten Waren und Dienstleistungen richten sich an allgemeine Verkehrskreise, also auch an den Einzel- und Zwischenhandel und an eine jugendliche Zielgruppe. Denn bei den von der Anmeldung erfassten „Magneten“ kann es sich auch um Spielmagneten handeln. Das hat die Markenstelle zutreffend erkannt. Die genannten Adressaten werden die Wortbestandteile „KILLER“ und „CUBE“ als aus dem Englischen stammende und in den inländischen Sprachgebrauch aufgenommene Begriffe verstehen. „Killer“ ist in Deutschland als Substantiv für „Mörder/Auftragsmörder“ und aufgrund der fortschreitenden Gebräuchlichkeit englischer Begriffe inzwischen auch als Adjektiv im Sinne von „toll“, „umwerfend“ oder „besonders gut“ bekannt. Das ist durch die von der Markenstelle mit dem angegriffenen Beschluss übersandten Fundstellen hinreichend belegt, in denen z. B. von „Killer - Outfit“, „Killer - Schuhen“, „Killer - Sudoku“ oder „Killer - Tipps“ die Rede ist. Das Wort „cube“ ist in Deutschland spätestens seit dem Bekanntwerden von „Rubik's Cube“ in den frühen 1980er Jahren als englisches Wort für Würfel geläufig. Zudem wird es auch aufgrund seiner Nähe zu den Raummaßen Kubikmeter und Kubikzentimeter in diesem Sinne verstanden. Die Kombination beider Wortbestandteile führt nicht zu einer anderen Wahrnehmung des gesamten Zeichens. Sie wirkt vielmehr verstärkend dahin, dass das Zeichen als „Superwürfel“ oder als „Wahnsinnswürfel“ im Sinne eines „besonders tollen Würfels“ verstanden wird. Magnete können würfelförmig und/oder würfelförmig zusammengefügt sein. Das trifft insbesondere für kleinere Magnete zu, die dem persönlichen Gebrauch bzw. als Spielzeug dienen. Das Zeichen wird deshalb - wie von der Markenstelle zutreffend dargelegt - von den angesprochenen Verkehrskreisen in Hinblick auf die beanspruchten Waren anpreisend - beschreibend verstanden. Auf die behauptete Mehrdeutigkeit und mögliche weitere Bedeutungen des Zeichens kommt es nicht an. Es reicht aus, wenn nur eine der möglichen Bedeutungen des Zeichens beschreibend ist und so verstanden wird - das Zeichen wird dann nicht auch als Herkunftshinweis verstanden (vgl.: Ströbele/Hacker, MarkenR, 10. Aufl., § 8 Rdn. 113 m. w. N.). Im Übrigen ist der Bezug zu den beanspruchten Waren zu sehen. Diese legen

gerade die genannte, beschreibende Bedeutung nahe (vgl.: Ströbele/Hacker a. a. O.). Deshalb kann auch dahinstehen, ob „KILLERCUBE“ lexikalisch nachweisbar oder gar eine Neuschöpfung der Anmelderin ist.

Der Verkehr wird „KILLERCUBE“ auch hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 35 nicht als Unterscheidungsmittel ansehen. Das folgt aus dem engen sachlichen Zusammenhang der „Dienstleistungen des Einzel-/Großhandels mit folgenden Waren: Magnete“ zu den Waren „Magnete“. Diese sind ausschließlicher Gegenstand der beanspruchten Dienstleistungen. Deshalb besteht ein enger beschreibender Bezug, obgleich das Zeichen die beanspruchten Dienstleistungen nicht unmittelbar beschreibt (vgl.: BGH GRUR 2009, 949 Rn. 20 - My World; Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rdn. 68, 70).

Die Beschwerde ist deshalb zurückzuweisen.

Hacker

Winter

Backes

CI