

# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 153/99

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 396 30 877.5**

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) in der Sitzung vom 29. November 2000 durch den Vorsitzenden Richter Meinhardt, den Richter Baumgärtner und den Richter Guth

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 13. April 1999 aufgehoben.

## **G r ü n d e**

### **I**

Die Wortmarke

"CYBER'S PLACE"

soll für die Dienstleistungen

"Beherbergung und Verpflegung von Gästen; Zur Verfügungstellung von Datennetzen, Online-Systemen, Audio- und Videosystemen im Rahmen des Entertainment von Gästen in einem Gaststättenbetrieb"

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluß vom 13. April 1999 zurückgewiesen, weil der angemeldeten Marke jegliche Unterscheidungskraft fehle. Es handele sich um eine glatt beschreibende Angabe. Die Anmeldemarke bestehe aus den Bestandteilen "CYBER'S" und "PLACE". "Cyber" sei eine gebräuchliche Fachbezeichnung für eine mittels Computer erzeugte dreidimensionale virtuelle Welt und werde in zahlreichen zusammengesetzten Begriffen wie "CyberBar, Cyber Cops, Cyber Ban-

king, Cyberdollar" oder "Cyberspace" verwendet. "Place" sei ein Bestandteil des englischen Grundwortschatzes und bedeute soviel wie "Platz, Ort, Stelle, Stätte". Der Verkehr werde daher die Marke lediglich als leicht verständlichen, schlagwortartigen unmittelbar beschreibenden Hinweis darauf auffassen, daß die angemeldeten Dienstleistungen an einem Ort angeboten werden, an dem mittels Computer eine dreidimensionale virtuelle Welt erlebt werden könne bzw. daß die Dienstleistungen den Zugang zu einer dreidimensionalen virtuellen Welt ermöglichen, der von einem bestimmten Ort aus angeboten werde. Von der Anmelderin entgegengehaltene eingetragene Marken mit dem Bestandteil "Cyber" gäben keinen Hinweis auf die Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke, denn sie enthielten schutzfähige Bestandteile. Außerdem könnten selbst Paralleleintragungen nicht zu einer Selbstbindung des Deutschen Patent- und Markenamts führen. Da der Marke jegliche Unterscheidungskraft fehle, könne dahingestellt bleiben, ob der Eintragung auch ein Freihaltungsbedürfnis entgegenstehe.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Die angemeldete Marke sei sprachlich unkorrekt gebildet. Die Hinzufügung des Genitiv-s zu dem Wort "CYBER" sei sprachunüblich, weil in der englischen Sprache diese Form ausschließlich für Personen, nicht aber für Gegenstände oder Sachen verwendet werde. Durch die Hinzufügung des "s" erfolge eine Personifizierung im Sinne eines Personennamens. Im übrigen werde für eine nähere Definition des Wortes "place" in der englischen Sprache "of" verwendet ("place of"). Aufgrund dieser sprachregelwidrigen Bildung wirke die Marke fantasievoll. Sie enthalte auch keine klare Aussage, weil die Wortteile vieldeutig seien und sich zu den angemeldeten Dienstleistungen kein eindeutiger gedanklicher Bezug ergebe. Es gebe daher keinen Anhaltspunkt für ein bestehendes Freihaltungsbedürfnis oder fehlende Unterscheidungskraft, zumal zahlreiche vergleichbare Marken in das Markenregister eingetragen worden seien.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Wegen weiterer Einzelheiten wird auf die Akten Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig und in der Sache auch begründet.

An der angemeldeten Marke läßt sich weder ein Freihaltungsbedürfnis feststellen noch fehlt ihr jegliche Unterscheidungskraft (§§ 8 Abs. 2 Nr. 2 und 1 MarkenG).

Ein gegenwärtiges oder zukünftiges Freihaltungsbedürfnis an der angemeldeten Marke ist für die angemeldeten Dienstleistungen nicht ersichtlich. Die angemeldete Wortmarke stellt keinen hinreichend konkreten sprachüblich beschreibenden Hinweis auf die beanspruchten Dienstleistungen dar. Nach den Ermittlungen des Senats ergeben sich keine hinreichenden Anhaltspunkte, daß dieses Wort für die Dienstleistungen gegenwärtig als sprach- und werbeübliche Sachangabe dient oder in Zukunft dienen könnte. Es ist bereits fraglich, ob sich der Übersetzung der angemeldeten Marke mit "Cyberplatz, Cyberort", die nur als Bezeichnung für ein bestimmtes Etablissement nachweisbar ist, ein hinreichend konkreter Begriffsinhalt entnehmen läßt, weil die Wortfolge sich außer der von der Markenstelle angenommenen Bedeutung ebenso als "Ort im Cyberspace" oder als Bezeichnung für einen virtuellen Platz (etwa in einer "Cybercity") interpretieren läßt. Entscheidend ist aber, daß durch die Benutzung des sächsischen Genitis "Cyber" wie ein Name wirkt. Die Genitivbildung mit Apostroph und "s" wird in der modernen englischen Sprache meist nur in Zusammenhang mit Personen, Tieren oder Personifizierungen verwendet (vgl. dazu Bartels, Röhr, THE ENGLISH COMPANION'S MODERN GRAMMAR, 16. Aufl. Seite 44 ff.). Einen Platz im Cyberspace oder einen Platz, an dem man in den Cyberspace gehen kann, würde man sprachüblich dagegen als "Cyber Place" bezeichnen, oder allenfalls als

"Place of cyber". Dies bestätigt auch eine Internet-Recherche des Senats. Diese Internet-Recherche ergab keine Treffer, die hinreichend deutliche Hinweise auf eine Verwendung von "Cyber's" als beschreibende Angabe - etwa im Sinne einer Person, die sich mit dem Cyberspace beschäftigt - oder als Bestandteil beschreibender Ausdrücke darstellen. Zwar kommt "Cyber's" gelegentlich in zusammengesetzten Begriffen wie "Cyber's Homepage, Cyber's Best, Cyber's Book, Cyber's weather, Cyber's Chat Page, Cyber's Calendar" etc. vor. "Cyber's" ist in diesen Fundstellen jedoch wohl als Bezeichnung für einen bestimmten Inhaber der entsprechenden Websites zu verstehen. Konkrete Anhaltspunkte, daß es sich um eine allgemeine Bezeichnung für eine Person, die sich mit Cyberspace befaßt, handelt, sind jedenfalls aus dem Kontext nicht ersichtlich. Hingegen finden sich im Internet zahlreiche beschreibende Begriffe wie "CyberKids, Cyberrights, Cyber Patrol, cyber gaming", bei denen die Wortbildung ohne Genitiv-s erfolgt. Auch in den gängigen Wörterbüchern wie "Abel: Cybersl@ng", "Loskant, Das neue Trendwörterlexikon", "Duden-Wörterbuch der Szenensprachen", in Lexika oder in Fachzeitschriften sind nur auf diese Weise, also ohne Genitiv-s gebildete Begriffe nachweisbar, nicht aber der Markenbestandteil "Cyber's". Der Verkehr, dem diese Sprachregeln für die Genitivbildung mit Apostroph, die in ähnlicher Form im Deutschen, z.B. bei Etablissementsbezeichnungen, gelten, bekannt sind, hat daher keinen Anlaß, in der Marke eine rein beschreibende Angabe sehen. Es ist auch nicht ersichtlich, daß dieser Markenbestandteil sich in Zukunft zu einer Sachangabe entwickeln könnte.

Bei dieser Ausgangslage ist die erforderliche Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) ebenfalls gegeben. Da nicht belegt werden kann, daß der Verkehr mit der angemeldeten Marke in Bezug auf die Dienstleistungen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt (vgl. BGH MarkenR 1999, 347, 348 f "ABSOLUT"; BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES") verbindet, fehlen hinreichende Anhaltspunkte dafür, daß der Verkehr die Marke als reinen Sachhinweis und nicht als betriebliche Herkunftskennzeichnung auffassen wird (vgl. BGH GRUR 1997, 627, 628 "à la carte"). Es handelt sich

auch nicht um einen sonst gebräuchlichen Ausdruck der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, der vom Verkehr - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solcher und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (vgl. BGH MarkenR 1999, 347, 348 f "ABSOLUT"; BGH WRP 1999, 1169, 1171 "FOR YOU"; WRP 1999, 1167, 1168 "YES").

Meinhardt

Baumgärtner

Guth

CI