

BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 70/02

(Aktenzeichen)

Verkündet am
2. Dezember 2002

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die IR-Marke 739 045

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 2. Dezember 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Buchetmann sowie der Richterin Winter und des Richters Voit

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die international registrierte Marke 739 045

KULT

begehrt Schutz in der Bundesrepublik Deutschland für die Waren

"9 CD-Roms.

16 Publications, en particulier revues et périodiques."

Die Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamtes, besetzt mit einem Beamten des höheren Dienstes, hat nach vorangegangenem refus de protection der Marke mit Beschluss vom 5. Februar 2002 den Schutz in Deutschland verweigert. Zur Begründung ist im wesentlichen ausgeführt, die Marke sei nicht unterscheidungskräftig, da ihr in bezug auf die erfassten Waren ein glatt beschreibender Gehalt zukomme. Eine schutzbegründende Mehrdeutigkeit liege nicht vor.

Die Markeninhaberin hat Beschwerde erhoben. Sie ist der Ansicht, die Schutzfähigkeit sei schon deshalb gegeben, weil Kult regelmäßig nicht in Alleinstellung, sondern in Wortzusammensetzungen verwendet werde und unklar bleibe, worauf sich die Bezeichnung im konkreten Zusammenhang beziehe. Zudem nimmt sie auf die Schweizer Voreintragung und die indizielle Wirkung entsprechender Markeneintragungen in Deutschland Bezug.

Die Markeninhaberin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 9 IR vom
5. Februar 2002 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten des Sach- und Streitstandes wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die international registrierte Marke ist als Sachangabe zur Bezeichnung der Waren als freihaltebedürftige Angabe von der Eintragung ausgeschlossen, so dass ihr der Schutz in der Bundesrepublik Deutschland zu Recht verweigert worden ist, §§ 8 Abs. 2 Nr. 2, 107, 113 MarkenG.

Kult wird im Deutschen außer im religiösen Sinn (Verehrung einer Gottheit) auch in der Bedeutung einer übertriebenen Verehrung oder einer besonderen, übertrieben sorgfältigen Form des Umgangs mit einer Sache gebraucht (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl. 2001, CD-ROM). In diesem Sinn wird der Begriff in zahlreichen Wortzusammensetzungen verwendet, so z.B. bei Kultbuch, Kultfilm, Kultzeitschrift, Kultweine, Kultauto, Kultmotorrad etc (vgl. BPatG, GRUR 1998, 1023 – K.U.L.T.). Wie schon die von der Markenstelle übersandten Unterlagen belegen, ist aber auch der Gebrauch dieser Bezeichnung in Alleinstellung üblich, so etwa bei der Wortfolge: "Diese Zeitschrift ist Kult" oder allgemein bei der umgangssprachlichen Wendung "Kult sein".

Nach der Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind von der Eintragung solche Marken ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr (u.a.) zur Bezeichnung der Beschaffenheit, des Wertes oder sonstiger Merk-

male der Ware dienen können. Diese Vorschrift gebietet die Versagung der Eintragung auch dann, wenn die fragliche Benutzung als Sachangabe noch nicht zu beobachten ist, wenn aber eine solche Verwendung jederzeit in der Zukunft erfolgen kann (vgl. EuGH, GRUR 1999, 723 – Chiemsee; BGH GRUR 2000, 882 – Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2001, 692 – Test it). Das Markenwort Kult stellt sowohl im Hinblick auf CD-ROMs als auch im Hinblick auf Publikationen eine solche Bezeichnung dar, wobei hier dahinstehen kann, ob es sich in der Art eines Werktitels auf den jeweiligen Inhalt bezieht (vgl. BGH GRUR 2001, 1043 – Gute Zeiten-Schlechte Zeiten), also über "kultige" Gegenstände berichtet wird, oder aber der Gegenstand selbst durch die Benennung (beschreibend) als Kultgegenstand dargestellt werden soll. Im ersten Fall beschreibt Kult den Inhalt der Publikation, im zweiten Fall wird der Publikation selbst ein sie beschreibender Begriff beigelegt. In beiden Fällen liegt eine beschreibende Sachangabe vor. Hieraus folgt auch keine Mehrdeutigkeit des Markenwortes in bezug auf die Waren, die zur Überwindung des Schutzhindernisses führen könnte. Denn auch wenn die Aussage des Markenwortes einerseits beschreibend auf den in den Waren behandelten Gegenstand, andererseits aber auch als beschreibende Angabe der Waren selbst fungieren kann, steht diese Unbestimmtheit einer beschreibenden Sachangabe nicht entgegen, weil damit in der kürzest möglichen Form prägnant eine Sachaussage getroffen wird (vgl. BGH aaO – Bücher für eine bessere Welt). Diese Sachaussage bedarf auch keiner weiteren Interpretation oder weiterer Zusätze, die Voraussetzung einer das Schutzhindernis überwindenden Unschärfe wären (vgl. BGH BIPMZ 1997, 360 – à la carte). Im übrigen reicht es für die Annahme einer beschreibenden Angabe aus, wenn zumindest eine der möglichen Bedeutungen ein Merkmal der betroffenen Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (vgl. EuG MarkenR 2002, 92 - STREAM-SERVE).

Soweit der Anmelder vorträgt, Kult habe in Alleinstellung keinen hinreichend deutlichen Aussagewert, diesen erlange es erst in Verbindung mit einem weiteren Wort, z.B. Kultfilm, Kultbuch etc., kann dem nicht gefolgt werden. Marken sind

stets im Zusammenhang mit den Waren zu beurteilen, für die sie angemeldet sind (BGH GRUR 1994, 730 - VALUE). Wird aber die Marke zur Anpreisung eines Buches oder einer CD-ROM verwendet, so ergibt sich aus dieser Verwendung unmittelbar der beschreibende Bezug dahin, dass dieses Medium als Kultmedium bezeichnet wird. Auf welchen Gegenstand sich Kult beziehen soll, wird nämlich durch diesen selbst angegeben, die zusätzliche Benennung desselben wäre ein reiner Pleonasmus.

Soweit der Anmelder vorträgt, Kult beschreibe einen Gegenstand nicht von vornherein, vielmehr müsse ihm dieses Prädikat vom Verkehr "verliehen" werden, wobei völlig unbestimmt und dem Einfluß des Anmelders entzogen sei, ob und wann das Publikum ein Buch, oder ein anderes Medium zum Kult "erhebe", ist dies für die Entscheidung ohne Belang. Wie in der mündlichen Verhandlung an Hand mehrerer Beispiele erörtert worden ist, wird allen möglichen Gegenständen, insbesondere aber den hier maßgebenden schriftlich oder elektronisch gespeicherten Medien das Prädikat Kult verliehen. Es handelt sich dabei gleichsam um ein Prädikat, mit dem vereinfacht ausgedrückt wird, dass ein bestimmter Gegenstand beim Publikum besonders gut angekommen ist, also von diesem verehrt wird. Das Prädikat "Kult" ist auch nicht auf gleichsam zur Historie gewordene Gegenstände beschränkt, sondern wird mitunter sehr schnell "verliehen" und ist deshalb auch für aktuelle Waren aussagekräftig. Insoweit geht die ursprünglich religiöse Bedeutung von Kult, die sich seit jeher häufig auch auf bestimmte Gegenstände bezog, nahezu nahtlos auf Begriffe des modernen Lebens über. Entscheidend ist auch nicht, ob sich mit Kult ohne weiteres eine ganz konkrete Art der sich dahinter versteckenden Verehrung erkennen lässt, sondern nur, daß sich damit kurz und prägnant eine solche - übertrieben erscheinende - besondere Anerkennung der Ware ausdrücken lässt. Solche, allgemein eine Ware anpreisenden Ausdrücke können nicht zugunsten einzelner Unternehmen monopolisiert werden (vgl. hierzu Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl. § 8 Rdn 115).

Auch die von der Markeninhaberin angeführten Voreintragungen entfalten keine Indizwirkung hinsichtlich der Schutzfähigkeit der hier zur prüfenden Bezeichnung, zumal die von der Anmelderin angeführten Marken zum Teil Bildmarken; zum Teil Marken mit Zusätzen sind.

Auch aus der Voreintragung der Marke in der Schweiz ergibt sich hier nichts anderes. Einmal entfaltet eine Eintragung grundsätzlich keine Bindungswirkung, da die Frage der Schutzfähigkeit eine Rechtsfrage ist (vgl. Althammer/Ströbele, MarkenG, 6. Aufl., § 8 Rdn 85). Zum anderen ist im Schweizer Recht im Streitfall den Zivilgerichten eine erneute Überprüfung der Schutzfähigkeit einer Klagemarke zugewiesen, was sich in der Intensität der Prüfung durch die Eintragungsbehörden auswirkt (vgl. Althammer/Ströbele, aaO, § 8 Rdn 87, Fußnote 272).

Dr. Buchetmann

Winter

Voit

Hu