



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 228/03

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 302 21 453.4

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 26. Oktober 2005 durch den Vorsitzenden Richter Prof. Dr. Hacker und die Richter Viereck und Kruppa

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamtes - Markenstelle für Klasse 41 - vom 24. April 2003 aufgehoben.

Gründe

I.

Die am 2. Mai 2002 beim Deutschen Patent- und Markenamt angemeldete Wortmarke

KUBA

war zunächst für folgende Waren und Dienstleistungen bestimmt:

"Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Mess-, Signal-, Kontroll-, Unterrichtsapparate und -instrumente, soweit in Klasse 9 enthalten; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung, Wiedergabe von Ton und Bild, einschließlich Bildtelefone, Lautsprecherboxen; CD-Player, CD-ROMS; CD's (für Ton und Bild), Disketten, Entstörgeräte (Elektrizität), Radios für Fahrzeuge, Fernsehapparate, Fernsprechapparate, Kassettenabspielgeräte, Kopfhörer, Mikrophone, Mobiltelefone, geldbetätigte Musikboxen, Plattenspieler, Radios, Videorecorder, Schallplatten, Magnetaufzeichnungsträger, Videospiele als Zusatzgeräte für Fernsehapparate, Tonträger, Videobänder, Videokameras, Videokassetten; Datenverarbeitungsgeräte und Computer sowie Peripheriegeräte zu Computern (soweit in

Klasse 9 enthalten); Werbung, Geschäftsführung, Organisation und Veranstaltung von Messen und Ausstellungen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Dienstleistungen bezüglich der Freizeitgestaltung; Veranstaltung und Leitung von Kolloquien; Organisation und Veranstaltung von Kongressen, Konferenzen und Seminaren; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Betrieb von Museen (Darbietung, Ausstellungen); Unterhaltung; Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung und Unterhaltung)".

Mit Beschluss vom 24. April 2003 hat die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamtes durch einen Beamten des gehobenen Dienstes die Anmeldung zurückgewiesen. Die angemeldete Marke sei als geographische Herkunftsangabe freihaltungsbedürftig; zudem lasse sie die erforderliche Unterscheidungskraft vermissen. Für einen Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen komme "KUBA" bereits heute als Herkunftsort in Betracht, wobei dies insbesondere für den Tourismus gelte. Soweit eine Herkunft aus Kuba für andere Waren und Dienstleistungen derzeit nicht nachgewiesen werden könne, sei eine künftige Entwicklung in dieser Richtung nicht auszuschließen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. An der Bezeichnung "KUBA" bestehe für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen kein Freihaltebedürfnis. Es sei wenig wahrscheinlich, dass die beteiligten inländischen Verkehrskreise annehmen könnten, die betreffenden Waren/Dienstleistungen würden aus Kuba stammen. Aufgrund der über Kuba verhängten Wirtschaftssanktionen und der extrem schwachen Wirtschaftslage in Kuba erwarte der inländische Verkehr nicht, dass die streitgegenständlichen Waren und Dienstleistungen aus Kuba nach Deutschland exportiert bzw in Deutschland angeboten würden. Die Bezeichnung "KUBA" weise auch die erforderliche Unterscheidungskraft auf.

Im weiteren Verlauf des Beschwerdeverfahrens hat die Anmelderin das Verzeichnis der Dienstleistungen wie folgt beschränkt:

"Betrieb von Museen (Darbietung, Ausstellungen) für den Bereich
Tonmöbel".

II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig und begründet. Für die jetzt noch beanspruchte Dienstleistung stehen einer Registrierung der angemeldeten Wortmarke keine Schutzhindernisse nach § 8 Abs 2 MarkenG entgegen.

1. Die Marke "KUBA" ist für die jetzt noch streitgegenständliche Dienstleistung nicht gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG als Merkmalsbezeichnung von der Eintragung ausgeschlossen. Nach dieser Bestimmung sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr ua zur Bezeichnung der Beschaffenheit und der geographischen Herkunft der beanspruchten Waren dienen können.

Die Regelung des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass produktbeschreibende Angaben von allen frei verwendet werden können. Im Vordergrund stehen dabei die Interessen der Mitbewerber auf dem Markt. Die Monopolisierung einer beschreibenden Angabe zugunsten eines einzigen Unternehmens ist deshalb nicht zulässig (EuGH GRUR 1999, 723, 725 - Chiemsee Nr 25). Einer Registrierung von geographischen Bezeichnungen steht aber auch das Allgemeininteresse entgegen, welches insbesondere darauf beruht, dass diese nicht nur die Qualität und andere Eigenschaften der betreffenden Warengruppen anzeigen, sondern auch die Vorlieben der Verbraucher in anderer Weise beeinflussen können, etwa dadurch, dass diese eine Verbindung zwischen den Waren und einem Ort herstellen, mit dem sie positiv besetzte Vorstellungen verbinden (EuGH Chiemsee aaO, Nr 26). Mithin kommt bei der Prüfung, ob ein

geographischer Begriff als Produktmerkmalsbezeichnung in Betracht kommt (und nicht nur bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG), dem Verständnis und den Vorstellungen der Endverbraucher ebenfalls Bedeutung zu. Nur, wenn die konkret beanspruchten Waren mit dem betreffenden Ort oder mit den Eigenschaften der als solche erkennbaren geographischen Region vernünftigerweise weder gegenwärtig noch in absehbarer Zukunft in Verbindung gebracht werden können, scheidet das Eintragungsverbot des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG aus (EuGH Chiemsee, aaO, Nr 31; Ullmann, GRUR 1999, 666, 672). Dagegen ist nicht erforderlich, dass ein konkretes, aktuelles oder ernsthaftes Freihaltebedürfnis im Sinne der früheren deutschen Rechtsprechung besteht (EuGH Chiemsee, aaO, Nr 35; vgl auch Senatsbeschluss GRUR 2004, 685, 689 - Lotto).

Ausgehend von diesen Grundsätzen besteht nach der Auffassung des Senats kein Freihaltungsinteresse an der Bezeichnung "KUBA" für die Dienstleistung "Betrieb von Museen (Darbietung, Ausstellung) für den Bereich Tonmöbel". Zwar wird dem von dieser Dienstleistung angesprochenen inländischen Verkehr das Land Kuba bekannt sein. Vernünftigerweise wird jedoch der Besucher eines inländischen Museums für den Bereich Tonmöbel weder gegenwärtig noch zukünftig ernsthaft einen Bezug zu dem Land Kuba erwarten.

2. Für die noch streitgegenständliche Dienstleistung weist die Marke "KUBA" keinen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt auf. Es kann daher nicht festgestellt werden, dass der angesprochene Verkehr die Marke nicht als betriebliches Unterscheidungsmittel versteht.

Dr. Hacker

Viereck

Kruppa

br/Pü