



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 308/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 49 733.5

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 19. Juli 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Wortfolge

COOL PREMIUM

ist zur Eintragung in das Register angemeldet worden für die folgenden Waren der Klassen 29, 30 und 32:

„Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Fruchtmus; Eier, Milch und Milchprodukte; Speiseöl und -fette;

Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis; Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver, Salz, Senf, Essig, Saucen (Würzmittel), Gewürze, Kühleis.

Biere; Mineralwasser und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte, Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken.“

Mit Beschluss vom 6. Oktober 2004 hat die Markenstelle für Klasse 29, vertreten durch einen Regierungsangestellten des gehobenen Dienstes, diese Anmeldung zurückgewiesen mit der Begründung, dass der angemeldeten Wortkombination die gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft fehle.

Mit ihrer Beschwerde verfolgt die Anmelderin weiterhin die Eintragung der angemeldeten Wortkombination. Zur Begründung hat die Anmelderin u. a. wie folgt vortragen: Die angemeldete Wortkombination sei nicht sprachüblich, insbesondere könne sie im Deutschen lexikalisch nicht nachgewiesen werden. Es bleibe im Unklaren, was damit gemeint sei. Die Wortfolge gebe weder Auskunft über die Beschaffenheit noch über die Eigenschaften der Waren. Vielmehr sei „COOL PREMIUM“ interpretationsbedürftig und damit unterscheidungskräftig.

Zu den weiteren Einzelheiten des Vortrages der Anmelderin wird Bezug genommen auf die Akten des patentamtlichen Verfahrens und des Beschwerdeverfahrens.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 29 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 6. Oktober 2004 aufzuheben.

Einen Antrag auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin nicht gestellt, auch nicht hilfsweise.

Mit richterlicher Verfügung vom 13. März 2006 hat der erkennende Senat die Anmelderin darauf hingewiesen, dass angesichts der im Deutschen weit verbreiteten Verwendung der Wörter „cool“ und „premium“ die angemeldete Wortkombination ohne Weiteres und ausschließlich als Warenanpreisung im Sinne „angesagter Produkte von hochwertiger Qualität“ erkannt und verstanden werden könnte. Dazu wurde auf den Beschluss des Senats vom 27. März 1998 28 W (pat) 294/97 hingewiesen. Im Übrigen werde der Senat prüfen müssen, ob die Anmeldung auch im Hinblick auf die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) zu zusammengesetzten Wörtern - z. B. zu dem Wort BIOMILD - zurückgewiesen werden müsse. Das sei jedenfalls dann der Fall, wenn beide Wörter für die Waren glatt beschreibend wären und auch in ihrer Kombination nicht über die bloße

Summe beider Begriffe hinausgehen könnten. Dieser Verfügung war eine Kopie des zitierten Beschlusses des erkennenden Senats beigelegt. Die Anmelderin hat sich zu diesem Zwischenbescheid nicht geäußert.

II

Die gem. § 165 Abs. 4 und 5 MarkenG a. F. zulässige Beschwerde bleibt in der Sache ohne Erfolg, weil einer Eintragung der angemeldeten Wortfolge das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht.

Wie bereits die Markenstelle in dem angegriffenen Beschluss zutreffend festgestellt und die Anmelderin nicht in Frage gestellt hat, sind die beiden Elemente der angemeldeten Wortkombination „cool“ und „premium“ - für sich genommen - jedes für die angesprochenen weitesten deutschen Verkehrskreise ohne Weiteres verständlich und als solche glatte Warenanpreisungen ohne Unterscheidungskraft. In seiner ursprünglichen Bedeutung „kühl“ gehört das Wort „cool“ zum englischen Grundwortschatz und ist insoweit in Deutschland ohne Weiteres verständlich. Daneben hat sich „cool“ als ein wichtiger Begriff der Jugendsprache etabliert. „Cool“ ist alles, was gerade angesagt ist. Jemand, der alles im Griff hat, über den Dingen steht und sich in jeder Situation gelassen gibt, ist „cool“ (für alle: Lexikon der aktuellen Begriffe, 1000 Schlüsselwörter zum Verständnis der Welt von heute, 1997, S. 223). Über diesen Weg hat das Wort, lexikalisch nachweisbar, Eingang in die allgemeine deutsche Umgangssprache gefunden, wo es „lässig“ und „gelassen“, „risikolos, sicher“ oder auch „der Idealvorstellung entsprechend“ bedeuten kann (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl., 2003, S. 342). „Premium“ ist ein englischer Ausdruck für Spitzenqualität (vgl. PONS, Großwörterbuch Englisch-Deutsch, vollständige Neuentwicklung, 2002, S. 687), ist in entsprechender Bedeutung als deutsches Adjektiv lexikalisch nachweisbar (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl., 2003, S. 1238) und wird seit Jahren in der deutschen Werbesprache verwandt.

Bei dieser Ausgangslage stellt sich auch die Kombination aus beiden Wörtern im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren als reine Warenanpreisung im Sinne von „angesagten Produkten in Spitzenqualität“ dar, die nur als solche verstanden werden kann, nicht dagegen als betriebliches Herkunftszeichen im Sinne des Markenrechts. Dem steht nicht entgegen, dass sich die Wortkombination lexikalisch nicht nachweisen lässt und auch zu einer Verwendung dieser konkreten Wortfolge in der Werbesprache keine Feststellungen getroffen werden konnten. Denn der warenanpreisende Charakter der Wortfolge ist ohne Weiteres erkennbar. Nach den englischen Sprachregeln stellt sich die Wortkombination als ein Hauptwort i. S. v. „Spitzenqualität“ dar (vgl. Pons, Großwörterbuch, Englisch-Deutsch, a. a. O.), dem das Eigenschaftswort „cool“ sprachregelmäßig vorangestellt wurde. Nach Maßgabe der deutschen Sprachregeln stellt sich die Wortfolge als eine Verbindung von zwei anpreisenden Eigenschaftswörtern dar. Dass diese beiden Wörter weder durch ein Komma getrennt, noch durch die Wörter „and“ oder „und“ verbunden sind, ist für die Verständlichkeit unschädlich, weil solche Häufungen werbeüblich sind (vgl. den Beschluss des erkennenden Senats vom 27. März 1998 28 W (pat) 294/97 zu der Anmeldung der Wortmarke „CLASSIC PREMIUM“).

Vorliegend handelt es sich auch nicht um einen derjenigen Fälle, in denen durch eine Wortkombination ein neuer Gesamtbegriff entsteht, dessen Bedeutung hinreichend von dem abweicht, was durch eine bloße Zusammenfügung der in den kombinierten Wörtern enthaltenen sachlichen Angaben ausgedrückt werden würde (vgl. EuGH GRUR 2004, 680 ff., 681 Rnr. 41 - BIOMILD). Vielmehr geht der sachliche Gehalt der Wortkombination „COOL PREMIUM“ nicht über die Summe ihrer beiden Wortbestandteile hinaus. Sowohl die einzelnen Wort-Bestandteile als auch deren Kombination erschöpfen sich in einer allgemein gehaltenen Anpreisung der guten Qualität der beanspruchten Waren. In diesem entscheidenden Punkt unterscheidet sich die angemeldete Wortkombination von einer Reihe der von der Anmelderin zitierten erfolgreichen Anmeldungen von Wortkombinationen. Im Übrigen stellt die Frage der Schutzfähigkeit eine Rechtsfrage dar, die für jede

Anmeldung gesondert zu prüfen ist. Möglicherweise fehlerhafte Voreintragungen entfalten keine Bindungswirkung für die Beurteilung anderer Anmeldungen (BGH GRUR 1989, 420, 421 - K-SÜD).

gez.

Unterschriften