



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 90/07

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 70 110.3

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 22. Juli 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richterin Kirschneck und des Richters Eisenrauch

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortmarke

Mandelblüten Hautzart

ist für die Waren

„Klasse 3:

Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Seifen, Hautcreme (kosmetisch), Hautpflegemittel (kosmetisch), kosmetische Badezusätze, Lotionen für kosmetische Zwecke, Öle für Körper- und Schönheitspflege, Öle für kosmetische Zwecke, Reinigungsmilch für Körper- und Schönheitspflege, Schönheitsmasken, Tücher, getränkt mit kosmetischen Lotionen, Parfümeriewaren, Ölbäder, Badesalze, Duschen, Hautmilch, Hautcreme, Hautöl, Gesichtscreme, Gesichtswasser, Handcreme“

zur Eintragung in das vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet.

Mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 3 des DPMA die Anmeldung wegen der Schutzhinder-

nisse fehlender Unterscheidungskraft und einer ausschließlich aus beschreibenden Angaben bestehenden Marke gemäß §§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2, 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen. Die angemeldete Marke setze sich aus den beiden deutschen Wörtern „Mandelblüten“ und „Hautart“ zusammen. Mandelöl sowie auch die Mandelblüte selbst würden zur Herstellung von Körper- und Schönheitspflegemitteln sowie Ölen vielfach verwendet. Das weitere Markenwort „Hautart“ sei eine werbeüblich komprimierte Sachangabe, die auf die hautpflegende Wirkung von Kosmetika hinweise. In ihrer Gesamtheit vermittele die Wortmarke „Mandelblüten Hautart“ daher den angesprochenen Verkehrskreisen nur die klare und eindeutige Sachaussage, dass es sich bei den beanspruchten kosmetischen Produkten um solche mit den Wirkstoffen aus der Mandelblüte bzw. der Mandel und der Wirkung einer zart gepflegten Haut handle. Ihr fehle daher die Eignung, im Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie hat keine Anträge gestellt und mitgeteilt, ihre Beschwerde nicht zu begründen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen, insbesondere auch auf die der Anmelderin von der Markenstelle mit Amtsbescheid vom 6. Februar 2007 übermittelten Ausdrucke von Internet-Seiten betreffend die Verwendung der Bezeichnungen „Mandelblüte(n)“ und „Hautart“.

II.

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache keinen Erfolg. Nach Auffassung des Senats ist die angemeldete Marke jedenfalls wegen des Schutzhindernisses fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung in das Register ausgeschlossen.

Unterscheidungskraft im Sinn der genannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2002, 804, 806 (Nr. 35) „Philips“; GRUR 2003, 514, 517 (Nr. 40) „Linde, Winward u. Rado“; GRUR 2004, 428, 431 (Nr. 48) „Henkel“; BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 18) „FUSSBALL WM 2006“). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die Anschauung der maßgeblichen Verkehrskreise zu beurteilen (vgl. EuGH a. a. O. (Nr. 50) „Henkel“; GRUR 2004, 943, 944 (Nr. 24) „SAT.2“; BGH a. a. O. (Nr. 18) „FUSSBALL WM 2006“), wobei der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen i. d. R. so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer näheren analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl. u. a. EuGH a. a. O. (Nr. 53) „Henkel“; BGH MarkenR 2000, 420, 421 „RATIONAL SOFTWARE CORPORATION“; GRUR 2001, 1151, 1152 „marktfrisch“). Wortmarken besitzen nach der Rechtsprechung insbesondere dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 86) „Postkantoor“; BGH a. a. O. „marktfrisch“; GRUR 2001, 1153 „antiKALK“; GRUR 2005, 417, 418 „BerlinCard“; a. a. O. (Nr. 19) „FUSSBALL WM 2006“). Davon ist bei der angemeldeten Marke auszugehen.

Der Eingangswortbestandteil „Mandelblüten“, die allgemein geläufige Bezeichnung für die Blüten des Mandelbaums, weist für die beteiligten Verkehrskreise erkennbar auf die stoffliche Beschaffenheit der beanspruchten kosmetischen Erzeugnisse hin. In der Kosmetik findet zwar in erster Linie das Öl der Mandel, das Mandelöl, wegen seiner wertvollen Inhaltsstoffe Verwendung (vgl. hierzu die Internetseite www.rosavelle.de/wissenswertes... = Bl. 10 der Markenakte). Worauf die

Markenstelle zutreffend hingewiesen hat, kommen jedoch auch die Mandelblüten als solche bzw. ihre Bestandteile als Inhaltsstoffe von Körperpflegemitteln, Parfümeriewaren und ätherischen Ölen in Betracht. Pflanzen und deren Blüten, wie z. B. Kamillenblüten, Ringelblumen, Rosenblüten, Veilchen u. a., werden als Wirk- oder Aromasubstanzen seit alters her in der Körperpflege benutzt. Schon deshalb ist es naheliegend, dass sich hierfür auch Mandelblüten eignen. Deren tatsächliche Verwendung in kosmetischen Produkten belegen i. Ü. die von der Markenstelle recherchierten Internet-Fundstellen (vgl. hierzu auf den folgenden Internet-Seiten: www.douglas.de... = Bl. 11 der Markenakte: „Braukmann Face Emosie Mandelblüten Creme ...“; www.naturhaus-kaiser.de... = Bl. 12 der Markenakte: „Parfüm-Öl - Mandelblüte - 10 ml ... Duft: Mandelblüte“; www.ciao.de/Erfahrungsberichte/...: „Alverde Pflege-Dusche Mandelblüte Kardamon...“).

Das weitere Markenwort „Hautart“ bezeichnet in werbesprachüblicher Terminologie die Wirkung der betreffenden Mittel als solche, die zur Haut zart sind bzw. die die Haut zart machen. In diesem beschreibenden Sinn wird der Begriff „Hautart“ von dritten Unternehmen ebenfalls benutzt (vgl. hierzu auf den folgenden von der Markenstelle recherchierten Internet-Seiten: www.ciao.de/... = Bl. 14 der Markenakte: „Dr. Theiss Nachtkerzen Hautart Balsam ...“; www.beautyjunkies.de/... = Bl. 15 der Markenakte: „Franziskus - Hautart Körperöl...“; www.pcent.de/aldifan/... = Bl. 16 der Markenakte: „LACURA NATURKOSMETIK KÖRPERPFLEGE ... Hautart-Körperbalsam mit Aprikosen-Mandelöl ...“).

Auch in ihrer Gesamtheit ergibt die angemeldete Wortmarke kein auf die Herkunft der Waren aus einem bestimmten Unternehmen hinweisendes Unterscheidungs- mittel. Zwar schließt allein der Umstand, dass die beiden in der Marke enthaltenen Wörter je für sich betrachtet wegen ihres beschreibenden Charakters keine Unterscheidungskraft haben, nicht aus, dass die Kombination insgesamt unterscheidungskräftig sein kann. Die bloße Aneinanderreihung von beschreibenden Be-

standteilen ohne Vornahme einer ungewöhnlichen Änderung, insbesondere syntaktischer oder semantischer Art, die einen hinreichend weit von der bloßen Zusammenfügung der Bestandteile abweichenden Gesamteindruck entstehen lässt, führt jedoch grundsätzlich nicht zu einem unterscheidungskräftigen, sondern wiederum nur zu einem ausschließlich aus beschreibenden Angabe bestehenden Zeichen (vgl. EuGH GRUR 2004, 680, 681 (Nr. 39) „BIOMILD“; GRUR 2006, 229, 230 (Nr. 29) „BioID“; GRUR 2008, 608, 611 (Nr. 69) „EUROHYPO“). Vorliegend erschöpft sich die Folge der beiden Wörter „Mandelblüten Hautart“ in ihrer aufzählenden Aneinanderreihung ohne sprachliche Besonderheiten und ohne dass ein Gesamtbegriff entstehen würde, der in seinem Aussagegehalt von der Zusammenfügung der beiden beschreibenden Produktinformationen abweicht.

Nachdem mithin bereits das Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft greift, kann dahingestellt bleiben, ob die angemeldete Marke darüber hinaus auch wegen des Schutzhindernisses einer beschreibenden Angabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist.

Dr. Ströbele

Eisenrauch

Kirschneck

Bb