

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 196/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 398 68 631.9

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. Mai 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Dr. Hacker und der Richterin Werner

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 5. Mai 1999 aufgehoben.

G r ü n d e

I.

Die Marke

PERFECT DAY

ist für die folgenden Waren der Klasse 3 zur Eintragung in das Register angemeldet worden:

"Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer, Zahnputzmittel, Seifen".

Ein Beamter des höheren Dienstes der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung mit Beschluß vom 5. Mai 1999 zurückgewiesen mit der Begründung, daß es der angemeldeten Marke iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehle. Der Ausdruck "PERFECT DAY" erschöpfe sich im Bereich der Kosmetikbranche, innerhalb derer der Kommunikation mit den Verbrauchern hohe Bedeutung zukomme, darin, den Adressaten ein Gefühl der Zufriedenheit zu vermitteln und sie dadurch für die angebotenen Waren einzunehmen. "PERFECT DAY" bedeute in ohne weiteres verständlicher Form "perfekter Tag" im Sinne von "erfüllter Tag" und artikuliere damit unmittelbar das Anliegen der Konsumenten.

Gegen diesen Beschluß richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie hält die angemeldete Marke für unterscheidungskräftig. Die Marke "PERFECT DAY" enthalte weder eine konkrete Warenbeschreibung noch eine allgemeine Anpreisung zu Werbezwecken. Eine Deutung von "PERFECT DAY" als das Versprechen, bei Verwendung der angebotenen Waren einen perfekten, erfüllten Tag zu erleben,

setze auf der Seite der Verbraucher Analysen und Assoziationen voraus, die beim Konsum der angebotenen Masseartikel idR nicht angestellt würden.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluß der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 5. Mai 1999 aufzuheben.

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

II.

Auf die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist der Beschluß der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 5. Mai 1999 aufzuheben; denn der angemeldeten Wortmarke steht keines der absoluten Eintragungshindernisse des § 8 Abs 2 MarkenG entgegen, insbesondere verfügt die Marke über die erforderliche Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Die angemeldete Wortmarke "PERFECT DAY" setzt sich aus zwei Wörtern des englischen Grundwortschatzes zusammen und bedeutet ins Deutsche übersetzt "perfekter Tag" oder "vollkommener Tag". Da in der Bundesrepublik Deutschland Grundkenntnisse des Englischen idR allgemein vorausgesetzt werden können und im Bereich der Kosmetika neben dem Deutschen das Englische zur zweiten Werbesprache geworden ist, die inhaltliche Bedeutung der angemeldeten Marke für die angesprochenen Verkehrskreise ohne weiteres verständlich.

Der Ausdruck "perfekter, vollkommener Tag" enthält jedoch keine konkreten sachlichen Informationen über die Beschaffenheit, Bestimmung oder sonstige Merkmale der unter dieser Marke angebotenen Waren iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG. Im Zusammenhang mit diesen Waren ist das Markenwort "PERFECT DAY"

deswegen nicht Freihaltungsbedürftig im Sinne der genannten Vorschrift (vgl. BGH GRUR 1999, 1093, 1094 "FOR YOU").

Die angemeldete Marke verfügt auch über die erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG.

Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke inne-wohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen Waren anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden (st. Rspr.; vgl. zB BGH MarkenR 2000, 99, 100 "St. Pauli Girl"; GRUR 2000, 231, 232 "FÜNFER").

Nicht unterscheidungskräftig sind zunächst beschreibende Angaben, die vom Verkehr auch nur als solche aufgefaßt werden. Wie bereits bei der Prüfung des Freihaltungsbedürfnisses festgestellt, liegt ein solcher Fall nicht vor.

Ebenfalls nicht unterscheidungskräftig sind gebräuchliche Wörter der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, die vom Verkehr stets nur als solche und nicht als betriebliches Unterscheidungskennzeichen verstanden werden (vgl. BGH GRUR 1999, 1093, 1094 f "FOR YOU"; GRUR 1999, 1096, 1097 "ABSOLUT"), sowie Ausdrücke, die lediglich als Anpreisungen oder Werbeaussagen allgemeiner Art aufgefaßt werden können (vgl. BGH MarkenR 2000, 50, 51 "Partner with the Best"; MarkenR 2000, 48, 49 "Radio von hier"). Als solche bloße Werbeaussagen kommen - neben abgegriffenen Schlagwörtern wie "Turbo" oder "Mega" - vor allem Ausdrücke oder Wendungen in Betracht, bei denen es sich zwar einerseits nicht um warenbeschreibende Sachangaben handeln mag, bei denen aber andererseits ein lediglich die Ware anpreisender Charakter so im Vordergrund steht, daß der Gedanke fernliegt, es könnte sich - über eine Werbeaussage hinaus - um eine individuelle Herkunftskennzeichnung handeln. Auch diese Voraussetzungen treffen auf die angemeldete Marke nicht zu. Möglicherweise kann der Gedanke an einen "vollkommenen Tag" bei potentiellen Käufern angenehme

Gefühle auslösen. Ob sich diese Gefühle aber noch in einen hinreichend engen Zusammenhang mit den unter der angemeldeten Marke angebotenen Waren bringen lassen, erscheint als sehr zweifelhaft. Es mag sein, daß Konsumenten wirksame Kosmetika für eine Voraussetzung körperlichen Wohlbefindens halten. Es gibt aber kein allgemeines Einvernehmen darüber, daß körperliches Wohlbefinden einen Tag bereits "vollkommen" macht. Die Frage, welche Umstände oder Ereignisse für einen "PERFECT DAY" notwendig sind, entscheidet sich vielmehr nach den persönlichen Wertvorstellungen und Philosophien des einzelnen, die ganz verschieden sein können und es auch sind. Die angemeldete Wortkombination ist also im Hinblick auf die angemeldeten Waren nicht auf den ersten Blick sinnfällig und hat deswegen hinreichend Eigenart, um die erforderliche, auch nur geringe Unterscheidungskraft zu begründen.

Aus diesen Gründen ist der Beschwerde stattzugeben und der angegriffene Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

Dr. Ströbele

Dr. Hacker

Werner

prä