

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 65/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 395 33 180.3

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 31. Oktober 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Dr. Hacker und der Richterin Werner

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Januar 1998 und vom 18. Dezember 1998 aufgehoben.

Gründe

I.

Die Marke

The Care Company

war ursprünglich zur Eintragung in das Register angemeldet für die folgenden Waren der Klasse 3

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

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren er- gangen ist, zurückgewiesen mit der Begründung, daß es der angemeldeten Marke an der erforderlichen Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG fehle. Im Bereich der Körper- und Schönheitsmittel habe sich - neben dem Deutschen - auch das Englische für die Beschreibung und Bewerbung der angebotenen Waren durchgesetzt. Jedes Wort der Mehrwortmarke gehöre zum englischen

Grundwortschatz und sei den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres bekannt. In ihrer Gesamtheit enthalte die angemeldete Marke einen beschreibenden Hinweis darauf, daß das Herkunftsunternehmen eine allgemeine Betriebsstelle zur Herstellung pflegender Mittel sei. Über diesen Hinweis hinaus weise die Marke keinen phantasievollen Überschuß auf, der sie unterscheidungskräftig machen könnte.

Gegen diese Beschlüsse richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie hat im Laufe des Beschwerdeverfahrens das Warenverzeichnis der angemeldeten Marke eingeschränkt auf die Waren "Parfümerien".

Hinsichtlich dieser verbleibenden Waren beantragt die Anmelderin (sinngemäß),

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Januar 1998 und vom 18. Dezember 1998 aufzuheben.

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

II.

Auf die zulässige Beschwerde der Anmelderin sind die angegriffenen Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts aufzuheben, weil der Eintragung der angemeldeten Marke nach der Beschränkung des Warenverzeichnisses die absoluten Eintragungshindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG nicht mehr entgegenstehen.

An der angemeldeten Marke besteht kein Freihaltungsbedürfnis iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG; denn sie stellt keine konkrete, unmittelbare Angabe über die

Beschaffenheit oder über sonstige Merkmale der jetzt noch beanspruchten "Parfümerien" dar, die für die Mitbewerber der Anmelderin freigehalten werden müßte. Wie die Markenstelle festgestellt hat, setzt sich die angemeldete Marke aus Wörtern des englischen Grundwortschatzes zusammen, die für die angesprochenen Verkehrskreise ohne weiteres verständlich sind. Das Wort "The" ist im Englischen der bestimmte Artikel. "Care" heißt ua "Behandlung, Pflege" und ist im Bereich englisch-sprachiger Warenbezeichnungen und -beschreibungen für in Deutschland vertriebene Kosmetika zu einem Standardausdruck für "Pflege, Pflegemittel" geworden. Als Verb bedeutet es neben "pflegen, behandeln" ua auch "sorgen für, sich kümmern um" (vgl Pons Collins, Großwörterbuch Deutsch/ Englisch, Englisch/Deutsch, Neubearbeitung 1999, S 1149, 1150, Webster's Third New International Dictionary of the English Language unabridged, 1986, S 338). "Company" bedeutet ua "Handelsgesellschaft, Firma". Die Zusammenstellung dieser drei Wörter zu "The Care Company" ist sprachregelmäßig gebildet (vgl zB den Ausdruck "steel company"). Gleichwohl läßt sich der Marke "The Care Company" keine konkrete Begrifflichkeit zuordnen, die in Bezug auf die jetzt noch beanspruchten "Parfümerien" einen beschreibenden Inhalt hätte. Insofern die Marke als ein Hinweis auf ein Herkunftsunternehmen aufgefaßt werden könnte, das sich auf kosmetische Pflegemittel spezialisiert hat, ist dem schon deswegen keine konkrete Warenbeschreibung zu entnehmen, weil der markenrechtliche Begriff der "Parfümerien" nach ständiger Rechtsprechung nur Parfüms und Duftwässer erfaßt, die in erster Linie auf Wohlgeruch abzielen. Das folgt aus der Systematik der amtlichen Klasseneinteilung und aus deren Gesamtzusammenhang sowie aus der Aufschlüsselung der kosmetischen Artikel in der Klasse 3 (vgl Richter/Stoppel, Die Ähnlichkeit von Waren und Dienstleistungen, 11. Aufl, 1998, S 257, linke Spalte unten unter Hinweis auf die Senatsentscheidungen 24 W (pat) 128/94 und 24 W (pat) 259/94). "Parfümerien" gehören daher nicht zu den Körperpflegemitteln, zu deren Beschreibung der englische Ausdruck "care" verwendet werden könnte. Insofern die Marke möglicherweise werbende Anklänge enthält, etwa in dem Sinne von "das Unternehmen, das sich kümmert", bezieht sich diese Werbung nicht auf die konkret beanspruchten

Waren, sondern auf eine bestimmte Haltung des Herkunftsunternehmens und kommt deswegen nicht als beschreibende Angabe iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG in Betracht.

Die angemeldete Wortkombination "The Care Company" verfügt auch über die erforderliche Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Daß sich der Marke keine konkrete Angabe über die Beschaffenheit oder über sonstige Merkmale der beanspruchten "Parfümerien" entnehmen läßt, wurde bereits bei der Prüfung eines möglichen Freihaltungsbedürfnisses festgestellt. Es sind auch keine anderen Umstände erkennbar, die gegen die Herkunftsfunktion der Marke sprechen. Vielmehr weist die angemeldete Marke ausdrücklich auf das Herkunftsunternehmen hin wobei die damit verbundene inhaltliche Aussage jedoch unbestimmt und vage ist. Denn es bleibt offen, ob ein Unternehmen gemeint ist, das Mittel zur Körper- und Schönheitspflege herstellt, oder ob an erster Stelle auf eine fürsorgliche Haltung dieses Unternehmens gegenüber seinen Kunden oder auf einen guten Service hingewiesen werden soll. Diese Interpretationsbedürftigkeit verleiht der angemeldeten Marke jedenfalls das geringe Maß an Phantasie und Eigenart, das sie unterscheidungskräftig macht.

Aus diesen Gründen sind auf die Beschwerde der Anmelderin die angegriffenen Beschlüsse aufzuheben.

Ströbele

Hacker

Werner

Wf