

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 205/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
23. Mai 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 396 34 360.0

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 23. Mai 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Hotz und der Richterin Werner

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 6. April 1998 und vom 4. Mai 1999 aufgehoben.

Gründe

I

Die Marke

siehe Abb. 1 am Ende

ist ursprünglich für verschiedene Waren der Klassen 3 und 5 angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung gem § 37 Abs 1 iVm § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen mit der Begründung, daß es der Marke an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehle.

Dagegen hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie hat in der mündlichen Verhandlung das Warenverzeichnis wie folgt eingeschränkt:

"Mittel zur Schönheitspflege, Parfümerien, kosmetische Seifen".

Hinsichtlich dieser verbleibenden Waren beantragt die Anmelderin,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

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

II

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin ist nach der erfolgten Einschränkung des Warenverzeichnisses auch begründet. Nunmehr stehen die absoluten Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG einer Eintragung der angemeldeten Marke nicht mehr entgegen.

Die angemeldete Marke ist im Hinblick auf das jetzige Warenverzeichnis nicht iSv § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG Freihaltungsbedürftig, weil sie keine konkreten sachlichen Informationen über die Beschaffenheit, den Bestimmungszweck oder sonstige Merkmale der unter dieser Marke jetzt noch angebotenen Waren enthält. Die Marke setzt sich zusammen einerseits aus den Wortbestandteilen "GANZ, SCHÖN, GESUND", die in einer durchlaufenden Zeile stehen, und andererseits aus zwei kleineren Sternzeichen, von denen jeweils einer in dem Zwischenraum zwischen den drei Wortbestandteilen steht. Größe und sonstige Gestaltung dieser Sternchen sind werbetypisch und weisen keine besonderen Eigentümlichkeiten auf; insbesondere bewirken sie keine graphische Verfremdung des Gesamteindrucks der angemeldeten Marke ins Bildhafte (vgl. BGH GRUR 1991, 136, 137 "NEWMAN"). Bei dieser Sachlage liegt es am nächsten, die angemeldete Marke als wörtliche Aussage "ganz schön gesund" im Sinne von "beträchtlich, besonders gesund" zu verstehen. Im Hinblick auf die jetzt noch im Warenverzeichnis verbliebenen Waren enthält der Ausdruck "ganz schön gesund" bereits deswegen keine beschreibenden Inhalte, weil diese Waren weder für die Gesundheitspflege bestimmt noch dafür geeignet sind.

Aber auch dann, wenn man in den Wortbestandteilen der angemeldeten Marke eine reine Aufzählung der Begriffe "ganz", "schön" und "gesund" sieht, liegt darin keine Warenbeschreibung. Im Hinblick auf "Parfümerien" und "kosmetische Seifen" ist das offensichtlich, weil beide Warentypen nicht dazu bestimmt sind, auf die Schönheit oder auf die Gesundheit der Anwender einzuwirken. Aber auch für "Mittel zur Schönheitspflege" enthält die angemeldete Marke - bei dieser Lesart -

keine Warenbeschreibung. Denn der Begriff "schön" ist nur ein Teil der Aufzählung, zu der auch die Begriffe "ganz" und "gesund" gehören. Für die Eignung der angemeldeten Marke als konkrete Warenbeschreibung kommt es jedoch auf die Gesamtheit der Marke an wobei die vollständige Aufzählung "ganz", "schön" und "gesund" keine eindeutige Beschreibung für "Mittel zur Schönheitspflege" ergibt.

Die angemeldete Marke verfügt auch über die erforderliche Unterscheidungskraft iSv § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Nicht unterscheidungskräftig sind zunächst beschreibende Angaben, die vom Verkehr auch als solche aufgefaßt werden. Wie bereits bei der Prüfung des Freihaltungsbedürfnisses festgestellt, liegt ein solcher Fall nicht vor.

Ebenfalls nicht unterscheidungskräftig sind solche 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"). Bei diesen Fällen kommt es entscheidend darauf an, ob es aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise nahe liegt, das jeweilige Markenwort an erster Stelle auf die Ware selbst zu beziehen, während der Gedanke an eine individuelle Herkunftsbezeichnung nach den Gepflogenheiten der Werbung und der aktuellen Umgangssprache fernliegt. Auch diese Voraussetzungen treffen auf die angemeldete Marke nach der Beschränkung des Warenverzeichnisses nicht zu; denn ihr fehlen solche begrifflichen Inhalte und Anklänge, die sich ohne weiteres auf die angebotenen Waren beziehen ließen. Vielmehr ist die angemeldete Marke ein Zeichen, das im Hinblick auf die Waren, für die es noch bestimmt ist, nicht sofort sinnfällig ist und deswegen hinreichend Eigenart hat, um die erforderliche (geringe) Unterscheidungskraft zu begründen.

Aus diesen Gründen ist der Beschwerde der Anmelderin stattzugeben.

Dr. Ströbele

Hotz

Werner

Bb

Abb. 1



GANZ * SCHÖN * GESUND