

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 91/99

(Aktenzeichen)

Verkündet am
2. Mai 2000

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 397 36 095.9

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 2. Mai 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richter Dr. Schmitt und Hotz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Bezeichnung

DOUBLE ACTION

ist als Marke für die Waren

"Mittel zur Körper- und Schönheitspflege insbesondere Parfümerien, Seifen, Desodorierende Mittel, Lotionen, Cremes, Schaum- und Duschbäder, Haarpflege- und Haarbehandlungsmittel"

sowie für die Dienstleistung

"Forschung auf dem Gebiet der Körperpflege"

zur Eintragung in das Register angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat durch einen Prüfer des höheren Dienstes die Anmeldung teilweise zurückgewiesen, nämlich für sämtliche Waren. Die angemeldete Bezeichnung sei nicht unterscheidungskräftig und daher gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Sie bestehe aus den beiden zum Grundwortschatz der englischen Sprache zählenden Wortteilen "DOUBLE" und "ACTION" mit den Bedeutungen "doppelt, verdoppeln, Doppel-" bzw "Tat, Wirkung". Es sei daher davon auszugehen, daß entscheidungserhebliche Teile des Verkehrs den Sinn dieser Wörter wie "doppelte Wirkung, Doppelwirkung" richtig erfassen würden. Bei diesem Sinngehalt würden die angesprochenen Verkehrskreise die Bezeichnung direkt mit den

beanspruchten Waren in Verbindung bringen, zumal bei einschlägigen Produkten ein Trend zu verzeichnen sei, daß nicht nur eine Wirkung angestrebt werde, sondern gleichzeitig mehrere, zB eine doppelte Wirkung wie "reinigen und glätten der Haut".

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Hinsichtlich der mit der Ladung zugestellten Werbeanzeige, in der ein Produkt ua mit der Aufschrift "DOUBLE ACTION" dargestellt ist, trägt sie vor, die Tatsache, daß ein Dritter so etwas benutze, heiße noch lange nicht, daß eine solche Marke nicht schutzfähig sei; hierzu verweist sie auf verschiedene Voreintragungen.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die Beschwerde ist zulässig, aber nicht begründet. Der angemeldeten Marke fehlt jedenfalls die erforderliche Unterscheidungskraft, so daß sie nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist.

Unterscheidungskraft in diesem Sinne ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Waren (oder Dienstleistungen) eines Unternehmens gegenüber solchen andere Unternehmen aufgefaßt zu werden (stRspr, vgl zuletzt BGH GRUR 2000 231, 232 "FÜNFER"; MarkenR 2000, 48 "Radio von hier").

Nicht unterscheidungskräftig sind insbesondere Bezeichnungen, bei denen es sich um beschreibende Angaben handelt, die vom Verkehr auch nur als solche aufgefaßt werden. Um eine solche handelt es sich bei der angemeldeten Marke. Hierbei ist von der Tatsache auszugehen, daß auf bestimmten Warengebieten, zu denen auch der hier betroffene Bereich der Parfümerien und Kosmetika gehört, das Englische zur dominierenden Werbesprache geworden ist (vgl hierzu schon BPatGE 13, 245, 249 "Dreamwell/Dreamwave"). Hierbei gehen die Hersteller und Anbieter solcher Waren offensichtlich selbst davon aus, daß die angesprochenen Verkehrskreise Ausdrücke und Wendungen der englischen Sprache hinreichend verstehen. Insofern wäre es daher nicht realitätsgerecht, die Unterscheidungskraft fremdsprachiger und deutscher Markenwörter wesentlich verschieden zu beurteilen (vgl BPatG Beschluß vom 5. 11. 1996, 24 W (pat) 125/95 "Kid Care").

Die Markenstelle ist daher zutreffend davon ausgegangen, daß die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Marke lediglich als eine beschreibende Angabe dahingehend verstehen, daß die beanspruchten Waren eine doppelte Wirkung entfalten (vgl hierzu Duden Oxford, Großwörterbuch Englisch-Deutsch, S 217 "double" und S 38 "action"). Ein derartiges Verständnis wird den angesprochenen Verkehrskreisen zudem durch die aktuelle Werbung vermittelt, wie zB in der vom Senat der Anmelderin zugesandten Kopie einer Werbeanzeige, die ein Produkt mit der Aufschrift (ua) "DOUBLE ACTION" zeigt, wobei die Bedeutung der doppelten Wirkung konkretisiert wird mit den Bezeichnungen "SHAMPOOING + APRES - SHAMPOOING.

Soweit die Anmelderin auf die anderen Bedeutungen des Begriffs "ACTION" wie "Aktion, Tat, Handlung" verweist, ist anzumerken, daß bei mehreren möglichen Bedeutungen eines Begriffs der angesprochene Verkehr durchaus in der Lage ist, diejenige Bedeutung zu übernehmen, die dem entsprechenden Sachzusammenhang gerecht wird; dies ist hier der Begriff "Wirkung".

Die von der Anmelderin desweiteren angeführten Voreintragungen vermeintlich vergleichbarer Marken rechtfertigen die Eintragung der angemeldeten Marke ebenfalls nicht. Der Registerstand ist für die Beurteilung der Schutzfähigkeit einer Marke grundsätzlich unbeachtlich (ständige Rechtsprechung; siehe zB BGH BIPMZ 1998, 248, 249 "Today").

Nach alledem war die Beschwerde zurückzuweisen.

Dr. Ströbele

Dr. Schmitt

Hotz

E.