



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 133/02

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 53 582.1

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. Dezember 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Prof. Dr. Hacker und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Die Wortfolge

HAUPTSACHE SCHÖNES HAAR

ist als Marke für die Waren und Dienstleistungen

„Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarpflege- und Haarbehandlungsmittel;

Druckereierzeugnisse, Zeitschriften, Werbematerial aus Papier und Pappe, Zeitungen;

Werbung für Haarpflegemittel“

zur Eintragung in das Register angemeldet.

Auf die Beanstandung der Markenstelle hat die Anmelderin dargelegt, daß zwar der beschreibende Aussagegehalt des Spruches „HAUPTSACHE SCHÖNES HAAR“ auf der Hand liege. Auf den zweiten Blick erschließe sich dem Betrachter aber ein Wortspiel. Zum einen werde der Begriff „Hauptsache“ im Sinne einer umgangssprachlichen Redewendung wie z.B. in „Hauptsache Dir ist nichts passiert!“ verwendet. Zum andern bedeute das veraltete Wort „Haupt“ soviel wie „Kopf“.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, daß es sich bei der angemeldeten Wortfolge um eine produktbeschreibende Aussage handle. Die beanspruchten Waren der Klasse 3 würden dahingehend beschrieben, daß sie zur Verschönerung der Haare bestimmt seien. Im Hinblick auf die Waren der Klasse 16 und die Dienstleistung

„Werbung für Haarpflegemittel“ erschöpfe sich die angemeldete Marke in einem Hinweis auf den Gegenstand, mit dem sich diese Waren und Dienstleistungen beschäftigten. Das Wortspiel „Haupt-/Kopf-“ werde vom Verkehr nicht erkannt. Die Auffassung der Anmelderin beruhe insoweit auf einer unzulässigen analysierenden Betrachtungsweise. Die Unterscheidungskraft einer Marke könne nicht mit Sinngehalten begründet werden, die sich dem Betrachter erst auf den zweiten Blick erschließen.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Wie schon im Verfahren vor der Markenstelle beruft sie sich auf eine schutzbegründende Mehrdeutigkeit der angemeldeten Wortfolge. Ersetze man das Wort „Haupt“ durch „Kopf“, so ergebe sich der Slogan „KOPFSACHE SCHÖNES HAAR“. Insoweit sei dann das „schöne Haar“ entweder „Sache“ des physischen Kopfes oder eine „Sache“ der mentalen Einstellung bzw. Cleverness. Im übrigen sei die angemeldete Marke nicht sprachüblich gebildet.

Die Anmelderin beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Die Markenstelle hat die Anmeldung zu Recht wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Von fehlender Unterscheidungskraft einer Wortmarke ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs u.a. dann auszugehen, wenn der Marke ein im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zugeordnet werden kann (vgl. BGH WRP 2003, 1429, 1430 „Cityservice“; GRUR 2003, 342 „Winnetou“ m.w.N.).

Hiervon ist auch bei spruchartigen Wortfolgen auszugehen (vgl. BGH GRUR 2001, 1047, 1048 „LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER“; GRUR 2000, 323 „Partner with the Best“; GRUR 2000, 321, 322 „Radio von hier“). Auch soweit eine Wortmarke in bezug auf die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen als inhaltsbeschreibender Werktitel aufgefaßt werden kann, steht das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft einer Eintragung entgegen (vgl. BGH GRUR 2003, 342, 343 „Winnetou“; GRUR 2002, 1070, 1072 „Bar jeder Vernunft“; GRUR 2001, 1043, 1045 „Gute Zeiten – Schlechte Zeiten“; GRUR 2001, 1042, 1043 „REICH UND SCHOEN“). Nach diesen Grundsätzen kann der angemeldeten Marke die erforderliche Unterscheidungskraft nicht zuerkannt werden.

Die Wortfolge „HAUPTSACHE SCHÖNES HAAR“ ist sprachlich korrekt gebildet. Bereits die Markenstelle hat in ihrem Erinnerungsbeschluß unter Bezugnahme auf Beispiele aus der Werbung darauf hingewiesen, daß die Verwendung des Begriffs „Hauptsache“ (im Sinne von „das Wichtigste“) zusammen mit einem Sachbegriff allgemein geläufig ist. Auch die mit der Terminladung übersandte Internet-Recherche des Senats hat eine Reihe von Beispielen für die Kombination der Begriffe „Hauptsache“ und „schönes Haar“ ergeben. Hierauf wird Bezug genommen.

Inhaltlich erschöpft sich die angemeldete Marke in einer produktbeschreibenden Angabe. In bezug auf die beanspruchten Waren der Klasse 3 weist die Wortfolge „HAUPTSACHE SCHÖNES HAAR“ lediglich darauf hin, daß die so gekennzeichneten Waren der Verschönerung der Haare dienen. Im Hinblick auf die Waren der Klasse 16 kommt die angemeldete Marke darüber hinaus als inhaltsbeschreibender Werktitel in Betracht. Auch die Dienstleistung „Werbung für Haarpflegemittel“ wird lediglich ihrem Inhalt nach beschrieben.

Mit der von der Anmelderin behaupteten Mehrdeutigkeit kann die Schutzfähigkeit der angemeldeten Marke nicht begründet werden. Wie der Erstprüfer zu Recht ausgeführt hat, beruht die Auffassung der Anmelderin auf einer unzulässigen analysierenden Betrachtungsweise. Nach der ständigen Rechtsprechung des

Bundesgerichtshofs ist davon auszugehen, daß der Verkehr ein Zeichen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rn. 71 m.w.N.). Demnach ist es nicht zulässig, die Unterscheidungskraft eines Zeichens mit Überlegungen zu verneinen, die sich dem angesprochenen Verkehr nicht ohne weiteres erschließen. Umgekehrt kann aber auch die Schutzfähigkeit eines Zeichens nicht mit mehrdeutigen Sinngehalten begründet werden, die sich für den Betrachter allenfalls „auf den zweiten Blick“ ergeben (vgl. Ströbele/Hacker, aaO, § 8 Rn. 73 m.w.N.).

Ströbele

Kirschneck

Hacker