



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 115/03

---

(AktENZEICHEN)

Verkündet am  
27. April 2004

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 302 52 201.8**

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 27. April 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richter Prof. Dr. Hacker und Guth

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I.**

Die Wortmarke

#### **DAILY RESULTS**

soll für die Waren

"Seifen, Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, kosmetische Haarlotionen, kosmetische Mittel zur Reinigung, Pflege und Verschönerung der Haare, Zahnputzmittel; Deodorants für den persönlichen Gebrauch"

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung nach vorheriger Beanstandung mit Beschluß vom 5. Februar 2003 durch eine Beamtin des höheren Dienstes zurückgewiesen, weil dem angemeldeten Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft fehle und es sich um eine beschreibende Angabe handele (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG).

Die angemeldete Marke setze sich aus den englischen Wörtern "DAILY" (= täglich) und "RESULTS" (= Ergebnisse, Resultate) zusammen, die zum Grundwortschatz der Welthandelsprache Englisch gehörten und von großen Teilen der angesprochenen inländischen Verkehrskreise ohne weiteres verstanden würden. Es handele sich um eine für die angemeldeten Waren unmittelbar beschreibende Angabe ohne betriebskennzeichnenden Charakter, die lediglich besage, daß diese tägliche Resultate bzw. Erfolge zeigten, etwa tägliche Säuberung bzw. Reinheit

des Körpers, täglich frischen Duft, täglich sauberes, luftiges, lockeres Haar, täglich saubere, gesunde Zähne, tägliche Desodorierung des Körpers.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die damit begründet wird, es sei bereits fraglich, ob die hier angesprochenen breiten Verkehrskreise der Endverbraucher, die über keine besonderen Spezialkenntnisse verfügten, überhaupt die Bedeutung der angemeldeten Kennzeichnung erkennen würden. Auch sei ein inhaltlicher Zusammenhang zwischen dem Begriffsinhalt der Wortfolge und kosmetischen Mitteln nicht erkennbar. Es gebe Mittel, die ihre Wirkung erst nach längerer Anwendung entfalteteten. Bei anderen Produkten trete die Wirkung immer gleich dann ein, wenn man sie verwende, so daß diese Produkte keiner täglichen Ergebniskontrolle unterlägen. Auch würden viele Kosmetika nicht täglich angewendet. Im übrigen könnte die von der Markenstelle angenommene Bedeutung nur nach längeren, verwickelten Überlegungen erschlossen werden.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Gerichtsakte, das Ergebnis einer Internet-Recherche des Senats, die der Anmelderin übersandt worden ist, sowie auf die Amtsakte 302 52 201.8/3 Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die angemeldete Marke ist gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, da ihr die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt.

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs sind Wortmarken nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft von der Eintragung ausgeschlossen, wenn ihnen entweder ein im Hinblick auf die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Sinngehalt zukommt oder es sich um ein gängiges Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr stets nur als solches und nicht als individuelles Kennzeichnungsmittel verstanden wird (st. Rspr, vgl. BGH MarkenR 2002, 338 "Bar jeder Vernunft"; BGH GRUR 2003, 1050 "Cityservice"). Es ist nicht erforderlich, daß die Verwendung des konkreten Ausdrucks für die betroffenen Waren bereits nachweisbar ist (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1152 "marktfrisch").

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat und die Anmelderin nicht bestreitet, stellt das Markenwort "DAILY" das englische Wort für "täglich" und "RESULTS" den englischen Ausdruck für "Resultate, Ergebnisse" dar (Grund- und Aufbauwortschatz Englisch, Ernst Klett Verlag; DUDEN OXFORD Großwörterbuch Englisch, 2. Aufl.; PONS Großwörterbuch Englisch – Deutsch, 2002, jeweils Stichwörter "daily" und "result"). Die Wortfolge wird auch von breiten deutschen Kreisen in der Bedeutung "tägliche Resultate, tägliche Ergebnisse" verstanden werden. Es handelt sich um Wörter des englischen Grundwortschatzes, die stark an die entsprechenden deutschen Ausdrücke anklingen und gelegentlich im deutschen Sprachgebrauch, etwa in Beschreibungen und in der Werbung vorkommen (vgl. Pogarell, Schröder, Wörterbuch überflüssiger Anglizismen, 2001, Stichwörter "daily" und "result"). Der Ausdruck ist auch entsprechend vergleichbaren zusammengesetzten Begriffen wie "Daily Soap" oder "Daily Talk" sprachüblich gebildet.

Die angemeldete Kennzeichnung stellt für die von der Anmeldung betroffenen Waren eine werbliche Sachangabe dar. Wie die Recherchen des Senats ergeben haben und allgemein bekannt ist, wird in der Werbung für Parfümerien und Mittel zur Körper- und Schönheitspflege häufig darauf hingewiesen, daß diese zur täglichen Anwendung bestimmt sind oder daß deren Anwendung täglich sichtbare und

spürbare Ergebnisse bringt. Es liegt daher nahe, damit zu werben, daß die Produkte immer wieder zuverlässig wirken, dh. Tag für Tag, bei jeder Anwendung immer wieder, die gleichen (guten) kosmetischen, pflegenden und/oder regenerativen Wirkungen haben. Dies gilt für sämtliche Waren der Anmeldung. Hinsichtlich Parfümeriewaren und ätherischen Ölen bietet sich ein solcher Hinweis an, um deutlich zu machen, daß solche Waren täglich Effekte wie lang anhaltenden Duft verbunden mit dem Gefühl der Frische, Sicherheit etc. gewährleisten. Auch Deodorants dienen der täglichen Körperpflege. In Verbindung mit diesen Produkten wird häufig herausgestellt, daß die Wirkung den ganzen Tag anhält und daß die Anwendung täglich die gleiche desodorierende Wirkung bringt. Haarwasch- und Haarpflegemittel werden von vielen Menschen täglich angewendet, um jeden Tag schönen Glanz und gleichbleibenden Farbton der Haare, Schuppenfreiheit der Kopfhaut etc. zu bewirken. Andere Mittel zur Körper- und Schönheitspflege wie Seifen oder Waschlotionen dienen der täglichen Hygiene; Cremes, Puder etc. sollen täglich weiche, glatte Haut erzeugen, einen Schutz der Haut gegen schädliche Umwelteinflüsse schaffen oder täglich das Gesicht kosmetisch verschönern. Ähnliches gilt für Zahnputzmittel, die jeden Tag erneut für saubere, strahlende Zähne und Frische sorgen sollen.

Die angemeldete Wortfolge stellt darum positive Eigenschaften der Waren wie Zuverlässigkeit und Wirksamkeit schlagwortartig werbemäßig heraus. Aus diesen Gründen handelt es sich nach dem Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise um eine für den Verkehr ohne weiteres erkennbare werbliche Anpreisung der Ware ohne jeglichen betriebskennzeichnenden Charakter, der die Unterscheidungskraft fehlt. Eine gewisse begriffliche Unschärfe und Interpretationsbedürftigkeit ändert daran nichts (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1152 "marktfrisch"). Die Werbung bedient sich häufig neuer zusammengesetzter Begriffe, die zwar die Waren nicht mit größter sprachlicher Exaktheit beschreiben, aber doch erkennbar reine Sachangaben darstellen.

Ob der Eintragung der angemeldeten Kennzeichnung darüber hinaus der Schutzversagungsgrund des § 8 Abs. 2 Nr 2 MarkenG entgegensteht, kann vorliegend dahingestellt bleiben.

Ströbele

Hacker

Guth

Bb