

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 43/99

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 396 15 967.2

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 18. April 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richter Dr. Schmitt und Dr. Hacker

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 22. Januar 1998 und vom 7. Dezember 1998 aufgehoben.

G r ü n d e

I.

Die Bezeichnung

VITAL STYLING

ist als Marke für die Waren

"Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier- und Fettentfernungsmittel; Seifen; Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Zahnputzmittel; chemische Erzeugnisse für hygienische Zwecke"

zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, teilweise, nämlich für die Waren

"Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer"

zurückgewiesen. Insoweit handle es sich um eine beschreibende und nicht unterscheidungskräftige Angabe. Die angemeldete Marke sei aus den Begriffen "vital" im Sinne von "lebenskräftig, frisch" und "Styling" als eingedeutschtes Synonym für "äußere Formgebung, Gestaltung" gebildet. Beide Begriffe würden in der Werbung vor allem für haarkosmetische Produkte in großem Umfang verwendet und seien als beschreibende Angaben allgemein bekannt. In ihrer Zusammenstellung würden sie lediglich als sachlicher Hinweis auf ein "vitaless, frisches Styling" ver-

standen werden, was darauf beruhen könne, daß die so gekennzeichneten Waren sowohl pflegende als auch gestaltende Eigenschaften aufwiesen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie macht insbesondere geltend, daß es sich bei der Wortzusammensetzung "VITAL STYLING" um einen bisher nicht gebräuchlichen Phantasiebegriff handle, dem ein kennzeichnender Charakter nicht abgesprochen werden könne.

Die Anmelderin beantragt (sinngemäß),

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet.

Bei der angemeldeten Marke handelt es sich nicht um eine beschreibende und insoweit freihaltebedürftige Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Dies ergibt sich allerdings nicht schon daraus, daß die Wortzusammenstellung "VITAL STYLING", wie die Anmelderin vorträgt, neu sein soll. Die Markenstelle ist insoweit rechtlich zutreffend davon ausgegangen, daß die Feststellung des beschreibenden Charakters einer Marke nicht davon abhängig ist, daß die Marke nachweislich als beschreibende Angabe verwendet wird. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind alle Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Beschreibung der Eigenschaften und Merkmale der von der Anmeldung erfaßten Waren (oder Dienstleistungen) dienen können, die also für eine beschreibende Verwendung

geeignet sind, nicht nur solche, die bereits als beschreibende Angabe dienen, d.h. tatsächlich in Gebrauch sind (vgl. EuG MarkenR 2000, 70, 72 Tz. 26 a.E. "COMPANYLINE"; HABM GRUR 1999, 1082 - COMBI-DÄMPFER; BGH GRUR 1996, 770, 771 - MEGA; GRUR 1997, 634, 635 - Turbo II). Es kommt somit darauf an, ob der Marke, so wie sie zur Eintragung angemeldet ist, ein warenbeschreibender Sinngesamtgehalt entnommen werden kann. Das ist hier nicht der Fall.

Die angemeldete Marke ist aus den Begriffen "vital" und "Styling" gebildet. Beide Begriffe werden, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, in der Werbung, vor allem für haarkosmetische Produkte vielfach als beschreibende Angaben im Sinne von "lebenskräftig, frisch" bzw. als Synonym für "äußere Formgebung, Gestaltung" verwendet. Das allein genügt jedoch noch nicht, um von einem beschreibenden Charakter der angemeldeten Marke ausgehen zu können. Werden in einer Marke zwei (oder mehrere) beschreibende Begriffe zusammengestellt, dann wird zwar häufig auch das dadurch entstehende Gesamtzeichen als solches einen beschreibenden Charakter aufweisen, so etwa, wenn es sich um eine aneinanderreihende Aufzählung von Eigenschaften der betreffenden Waren (oder Dienstleistungen) handelt, oder wenn die Zusammenstellung als solche einen beschreibenden Gesamtsinn ergibt (vgl. BPatG GRUR 1997, 640 "ASTHMA-BRAUSE"). Eine dahingehende Regel läßt sich aber nicht aufstellen. Denn umgekehrt sind viele Zeichenbildungen denkbar, deren Bestandteile zwar für sich beschreibend sind, die aber in der konkreten Zusammenstellung keinen beschreibenden Gesamtsinn ergeben (vgl. BPatGE 33, 80 "FLEUR charme"). So liegt es auch hier.

Grammatikalisch betrachtet sind die beiden Markenwörter "VITAL" und "STYLING" ungeachtet ihrer Anordnung untereinander als Adjektiv und Substantiv einander zugeordnet. Die angemeldete Marke erschöpft sich also nicht in einer Aufzählung von Eigenschaften der mit ihr gekennzeichneten Waren dahingehend, daß diese sowohl eine pflegende (vitalisierende) als auch eine formgebende Wirkung entfalten würden. Sie enthält vielmehr eine Gesamtaussage im Sinne von "vitaless

(oder vitalisierendes) Styling" oder "Vital-Styling". Ein solches Verständnis hat auch die Markenstelle zugrunde gelegt. Um einen beschreibenden Gesamtsinn zu ergeben, müßte demnach das Adjektiv "VITAL" eine besondere Eigenschaft des "STYLING" angeben. Das ist indessen nicht der Fall. Der Begriff "STYLING" betrifft die äußere Formgebung und Gestaltung z.B. des Haares, die mit den so gekennzeichneten Waren erreicht werden kann. Demgegenüber wird der Begriff "VITAL" im Zusammenhang mit Kosmetika, wie die dem Erstbeschuß beigefügten Beispiele zeigen, im Hinblick auf bestimmte in der Ware enthaltene Wirkstoffe verwendet, die zu einer Stärkung von Körperfunktionen beitragen sollen. Das äußere Styling kann in diesem Sinne nicht vital oder vitalisierend sein. Insoweit fehlt es dann aber an einem greifbaren Sinngehalt der angemeldeten Marke, aus dem sich ihre Eignung zu einer Beschreibung der betreffenden Waren ergeben könnte.

Auch die nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche (geringe) Unterscheidungskraft kann der angemeldeten Marke nicht abgesprochen werden. Nachdem der angemeldeten Marke in ihrer Gesamtheit kein warenbeschreibender Sinngehalt zugeordnet werden kann, bedürfte es weiterer Anhaltspunkte, warum sie aus sonstigen Gründen nicht geeignet ist, von den angesprochenen Verkehrskreisen als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden zu werden. Dafür ist hier nichts ersichtlich.

Dr. Ströbele

Dr. Schmitt

Hacker

prä