

BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 33/00

(Aktenzeichen)

Verkündet am
12. Juni 2001

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 396 39 786.7

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 12. Juni 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie der Richter Dr. Schmitt und Dr. Hacker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

ENERGIZE

ist als Marke für die Waren

„Seifen, Parfümerien, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Toilettepräparate (soweit in Klasse 3 enthalten), Haarwässer, Haarpflegemittel; Desodorierungsmittel für den persönlichen Gebrauch; Zahnputzmittel“

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 im Hinblick auf die Waren

„Seifen, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Toilettepräparate (soweit in Klasse 3 enthalten), Haarwässer, Haarpflegemittel, Zahnputzmittel“

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Das englische Wort „energize“ bedeute „kräftigen, Energie verleihen“. In diesem Sinne werde der Begriff „energize“ auch in der Werbung auf dem vorliegenden Warengbiet verwendet. Der Verkehr entnehme der angemeldeten Marke daher lediglich den beschreibenden Hinweis, daß die so gekennzeichneten Produkte zu einer Kräftigung der Haut, des Haares, des Zahnfleisches usw beitragen.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie macht im wesentlichen geltend, daß englischsprachige Begriffe im Hinblick auf die geringen Sprachkenntnisse der inländischen Verkehrskreise nicht ohne weiteres den entsprechenden deutschen Begriffen gleichgesetzt werden dürften. Im übrigen werde das Wort „energize“ im Englischen in erster Linie auf dem Gebiet des Ma-

schinenbaus und im Bereich der Physik verwendet. Darüber hinaus komme ihm eine übertragene Bedeutung im Sinne von „eine Person anspornen“ zu. Ein beschreibender Sinngelhalt für die von der Anmeldung erfaßten Waren lasse sich hingegen nicht feststellen. Das werde auch durch die Eintragung der angemeldeten Marke für „skin care creams“ im Markenregister des US-Patent- und Markenamts bestätigt.

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 nicht begründet. Die Markenstelle hat der angemeldeten Marke „ENERGIZE“ im Umfang der vorgenannten Waren zu Recht wegen insoweit fehlender Unterscheidungskraft die Eintragung versagt (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG).

Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs greift das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ua dann ein, wenn der Marke im Hinblick auf die von ihr erfaßten Waren ein im Vordergrund stehender beschreibender Sinngelhalt zukommt (st. Rspr.; vgl BGH GRUR 2000, 882, 883 „Bücher für eine bessere Welt“; GRUR 2000, 722, 723 „LOGO“; GRUR 2000, 721, 722 „Unter Uns“). Dabei ist maßgeblich auf das Verständnis der angesprochenen Verkehrskreise, hier also des inländischen Publikums abzustellen (vgl BGH GRUR 2001, 240, 241 „SWISS ARMY“; GRUR 2000, 502, 503 „St. Pauli Girl“).

Das der englischen Sprache entnommene Wort „energize“ bedeutet „kräftigen, Energie verleihen“. Das hat auch die Anmelderin nicht mehr in Frage gestellt. Ob dieses Wort im englischen Sprachraum, der durch die von der Anmelderin angeführten Wörterbücher erschlossen werden soll, vorwiegend in den Bereichen Maschinenbau und Physik eingesetzt wird, kann dahinstehen. Im inländischen Verkehr jedenfalls, auf den es im Rahmen des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG – wie ausgeführt – allein ankommt, wird das Wort „energize“ auch auf dem Gebiet der Kosmetik als beschreibender Hinweis auf die kräftigende, energiespendende Wirkung in bezug auf Haut, Haare usw verwendet. Insoweit handelt es sich um für das Publikum wesentliche Eigenschaften der von der Zurückweisung der Anmeldung betroffenen Waren. Das belegen die dem Erinnerungsbeschluß beigefügten Nachweise aus der Werbung, auf die Bezug genommen wird.

Diese Beispiele zeigen zugleich, daß zumindest entscheidungserhebliche Teile des inländischen Verkehrs in der Lage sind, den warenbeschreibenden Sinngehalt der Bezeichnung „ENERGIZE“ zu verstehen. Soweit die Anmelderin unter Hinweis auf vermeintlich unzureichende Englischkenntnisse der angesprochenen Verkehrskreise eine andere Auffassung vertritt, setzt sie sich in Widerspruch zu den von der Markenstelle getroffenen konkreten Feststellungen. Im übrigen ist in der Rechtsprechung seit langem anerkannt, daß das Englische ua auf dem Gebiet der Kosmetik keinen echten Fremdsprachencharakter mehr besitzt, so daß englischsprachige Angaben den entsprechenden deutschen Begriffen für die markenrechtliche Beurteilung regelmäßig gleichzusetzen sind (vgl BPatGE 13, 245, 247 „Dreamwell/Dreamwave“). Davon gehen ersichtlich auch die Anbieter solcher Waren aus, die sich in weitem Umfang zu deren Beschreibung dem allgemeinen Publikum gegenüber der englischen Sprache bedienen.

Nach alledem liegt die Annahme fern, daß der Verkehr die Bezeichnung „ENERGIZE“ als individuellen betrieblichen Herkunftshinweis auffassen wird.

Auch die Voreintragung der angemeldeten Marke für die Ware „skin care creams“ im Markenregister des US-Patent- und Markenamts vermag der Beschwerde nicht zum Erfolg zu verhelfen. Zwar ist anerkannt, daß die Voreintragung einer Marke in dem Sprachgebiet, dem das betreffende Markenwort entstammt, ein Indiz dafür darstellen kann, daß es sich insoweit nicht um eine beschreibende Angabe handelt (vgl BGH MarkenR 2001, 304, 305 „GENESCAN“). Diese Indizwirkung hat jedoch nur im Rahmen des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG Bedeutung, nicht auch für die Beurteilung der Unterscheidungskraft einer angemeldeten Marke, da es insoweit nur auf das inländische Verkehrsverständnis ankommt, über das die ausländische Voreintragung naturgemäß keinen Aufschluß geben kann (vgl Althammer/Ströbele, Markengesetz, 6. Aufl, § 8 Rn 22). Hiervon abgesehen belegen die von der Markenstelle beigebrachten Beispiele aus der Werbung, daß der Begriff „energize“ im Inland eine weitergehende Bedeutung aufweist, als sie ihm im englischen Sprachraum zuzukommen scheint (vgl hierzu BGH aaO S. 306 „GENESCAN“).