



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 85/03

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 302 24 815.3

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 9. Dezember 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Guth und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die zur Eintragung in das Register angemeldete Wortmarke

### **CURL BOOSTING**

ist durch Beschluß der mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzten Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 26. November 2002 teilweise, und zwar für die Waren

„Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer“,

wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft und als beschreibende freihaltebedürftige Angabe gemäß §§ 8 Abs 2 Nr 1 und 2, 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen worden. Zur Begründung ist ausgeführt, daß es sich bei der angemeldeten Marke um eine Kombination aus den englischen Worten „curl“ (= „Locke“) und dem Gerundium „boosting“ des Verbs „to boost“ mit der Bedeutung „Verstärkung, Vergrößerung“ handle. Im Bereich der Kosmetik, in dem generell die englische Sprache im weiten Umfang zur Beschreibung der Waren eingesetzt werde, lasse sich auch die beschreibende Verwendung der englischen Begriffe „curl“ und „boosting“ belegen. Die angemeldete Wortkombination füge sich somit auf dem Gebiet der Haarkosmetik in die Reihe verständlicher Wortkombinationen ein und weise für die Kunden unmittelbar auf die besondere Art und Wirkung der betreffenden Waren hin, nämlich auf ihre Eignung, die Haarlocke zu vergrößern, das Volumen zu erhöhen. Dies treffe nicht nur für „Haarwässer“ zu, sondern auch für „Mittel zur Körper- und Schönheitspflege“, unter die sich Haarpflegemittel subsumieren ließen. Der Marke fehle daher für die betreffenden Waren die erforderliche Unterscheidungskraft. Außerdem sei insoweit ein Freihaltebedürfnis der Wett-

bewerber zu bejahen, mit der angemeldeten Wortfolge ohne Behinderung durch Markenrechte Dritter auf die Art und Wirkungsweise ihrer Produkte hinweisen zu können.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Nach ihrer Ansicht stehen der Eintragung der angemeldeten Marke nicht die Versagungsgründe des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 Markengesetz entgegen. „CURL BOOSTING“ sei eine in dieser Zusammensetzung sprachunübliche, lexikalisch nicht nachweisbare fremdsprachige Begriffsbildung, deren Bedeutung sich dem Durchschnittsverkehr nicht ohne zusätzliche Denkvorgänge erschließe und die bezüglich der von der Zurückweisung betroffenen Waren keine konkrete sachliche Information über deren Beschaffenheit, Bestimmung oder sonstige Merkmale enthalte. Die Fantasiebezeichnung „CURL BOOSTING“ gewährleiste daher die notwendige individualisierende, für den Verkehr erkennbare Unterscheidbarkeit und sei auch nicht wegen eines Freihaltebedürfnisses der Mitbewerber vom Markenregisterschutz ausgeschlossen.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Auch nach Auffassung des Senats stehen der Eintragung der angemeldeten Marke für die beschwerdegegenständlichen Waren die absoluten Schutzhindernisse des § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG entgegen.

Nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG sind solche Marken dem Registerschutz nicht zugänglich, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr ua zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der Waren und Dienstleistungen dienen können. Die Regelung verbietet die Versagung der Eintragung auch dann, wenn die fragliche Benutzung als Sachangabe noch nicht zu beobachten ist, eine solche Verwendung aber jederzeit in Zukunft erfolgen kann (vgl ua EuGH GRUR 1999, 723, 726 „Chiemsee“; BGH GRUR 2000, 882, 883 „Bücher für eine bessere Welt“). Die Markenstelle hat die angemeldete Marke in bezug auf die von der Zurückweisung betroffenen Waren zutreffend als eine in diesem Sinn beschreibende freihaltebedürftige Angabe beurteilt.

Ausgehend von der Bedeutung des Wortes „curl“ (engl = „(Haar-) Locke“; vgl PONS, Großwörterbuch für Experten und Universität, Engl-Dt, 2001, S 183) und der Substantivform des Gerundiums „boosting“ (engl von (to) boost = „das Verstärken, Steigern, Verbessern, Auffrischen“; vgl PONS, aaO, S 82) erschließt sich der Begriffsgehalt der englischen Wortkombination „CURL BOOSTING“ nächstliegend iSv „(das) Locken Verstärken, Verbessern, Auffrischen“. Auch wenn als solche lexikalisch nicht nachweisbar, ist die Wortzusammenstellung dabei vollkommen sprachüblich, entsprechend vergleichbarer englischer Begriffe, wie „hair cutting“ (= „das Haarschneiden“) oder „hair dressing“ (= „das (Haar-) Frisieren“, vgl PONS, aaO, S 364 unter „hair“) gebildet.

In dieser Bedeutung bezeichnet die Wortzusammensetzung unmittelbar und unmißverständlich „das Verstärken, Verbessern, Auffrischen von (Haar-) Locken“ als Eigenschaft bzw bestimmungsgemäße Wirkung der betreffenden Waren. Worauf die Markenstelle in diesem Zusammenhang zutreffend hingewiesen und mit einschlägigen Fundstellen aus dem Internet belegt hat, gibt es im Bereich der Haarpflege und -kosmetik, dem die von der Zurückweisung betroffenen Waren sämtlich angehören können, spezielle Produkte, welche die Struktur bzw das Volumen der

Haare oder Locken allgemein verstärken, verbessern oder auffrischen (vgl. in der Anl. zum angef. Beschluß die Internet-Ausdrucke [www.marcanthony.com](http://www.marcanthony.com): „Curl Booster If you have wavy or curly hair you know how difficult it can be to maintain defined, healthy looking curls with shine. ... This advanced formula will boost up and enhance your curls, to give you beautifully separated, frizz-free curls that are soft to the touch and last all day long. ...“; [www.drugstore.com](http://www.drugstore.com): „...Physique volume boosting gel MAXIMUM hold, 20 hours of control, lift and body Gives your style a boost, right where you need it – at the root. The formula provides 20 hours of controlled hold adding texture and fullness to your style – even in high humidity. Great fine or thin hair. ...“; vgl. hierzu auch die der Anmelderin vom Senat übermittelten Internet-Seiten [www.makeupalley.com/product/showreview.asp](http://www.makeupalley.com/product/showreview.asp): „...This is a new line of curl enhancing products from Redken. It consists of 4 components: shampoo, conditioner, curl defining leave-in and a curl boosting scrunch spray gel. ...“; [www.ciao.co.uk](http://www.ciao.co.uk): “Alberto VO5 Styling Mousse Curl Booster: ...The last time that I was stocking up on mousse however I noticed that Alberto also do a curl boosting mousse. ... I was delighted of the results. ...The curl booster has really put some life back into my hair again and is keeping me going until I get it repermmed again. ...”).

Weiterhin ist davon auszugehen, daß ein beachtlicher Teil der angesprochenen inländischen Verkehrskreise die englische Wortkombination „CURL BOOSTING“ in ihrer dargelegten glatt warenbeschreibenden Bedeutung ohne weiteres verstehen wird. Da, worauf in dem angefochtenen Beschluß zu Recht hingewiesen wurde, gerade auf dem Kosmetiksektor der Einsatz englischer Ausdrücke zur Produktbeschreibung weit verbreitet ist, kann insoweit im allgemeinen eine gewisse Vertrautheit der interessierten Verkehrskreise mit englischsprachigen Warenbeschreibungen und ein entsprechendes Grundverständnis von, wie hier, aus einfachen Wörtern bestehenden englischen Sachangaben angenommen werden. Hinzu kommt vorliegend, daß das von dem Verb „to boost“ abgeleitete Substantiv „Booster“ als Fremdwort in den deutschen Sprachschatz eingegangen ist und auf verschiedenen Gebieten iSv „Verstärker, Unterstützer, Auffrischer“ gebräuchlich ist

(vgl Duden, Das Fremdwörterbuch, 6. Aufl, Bd 5, S 125: „Booster = ua Kraftverstärker in der Flugzeugsteuerung; zusätzlicher Verstärker zum Einbau in Antennen- und Hi-Fi-Anlagen; Boostereffekt = Auffrischungseffekt). In diesem Sinn wird das Fremdwort „Booster“ im Inland auch im Zusammenhang mit kosmetischen Produkten und Haarmitteln verwendet (vgl die der Anmelderin vom Senat übermittelten Internet-Seiten [www.loreal-paris.at](http://www.loreal-paris.at): „...Féria Color Booster Technology Die neue Color-Booster Technologie gibt dem Haar den 3-fachen „Boost“. Der Farb-Boost...Der Haltbarkeits-Boost...Der Reflex-Boost...“; [www.offlinestore.de/rossmann](http://www.offlinestore.de/rossmann): „Produkt Informationen: Volumizing Mousse, volume booster für extra Volumen...“). Dies läßt darauf schließen, daß relevante Teile des inländischen Käuferpublikums in der Lage sind, die Bedeutung der beiden englischen Wörter ebenso wie die des daraus zusammengesetzten Begriffs „curl boosting“ problemlos zu erfassen.

Demnach kann die angemeldete Wortkombination im inländischen Geschäftsverkehr zur Beschreibung der Bestimmung bzw Wirkung der beschwerdegegenständlichen Waren dienen und ist bereits von daher wegen des insoweit bestehenden Freihalteinteresses der Mitbewerber von der Eintragung in das Register ausgeschlossen.

Darüber hinaus läßt sich ein eindeutig beschreibender Gebrauch der konkret angemeldeten Wortkombination „curl boosting“, wenngleich nicht in deutschsprachigen, so jedoch in englischsprachigen Internet-Seiten in bezug auf Haarmittel feststellen (vgl ua die og Internet-Seiten [www.drugstore.com](http://www.drugstore.com), [www.makeupalley.com/product/showreview.asp](http://www.makeupalley.com/product/showreview.asp), [www.ciao.co.uk](http://www.ciao.co.uk)). Abgesehen davon, daß der Gebrauch der Begriffskombination „curl boosting“ als einschlägige Sachangabe in Ländern des englischen Sprachraums ihre künftige Verwendung auch auf dem deutschen, gerade im Kosmetikbereich von Anglizismen geprägten Markt wahrscheinlich macht, kann die angemeldete Marke aufgrund dessen außerdem zur beschreibenden fremdsprachigen Produktkennzeichnung im Im- und Exportverkehr dienen und stellt deshalb unter diesem Gesichtspunkt ebenfalls

eine im Sinn des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG zugunsten der Mitbewerber freihaltebedürftige Angabe dar.

Da sich nach den obigen Ausführungen überwiegenden Teilen des angesprochenen inländischen Käuferpublikums die dargelegte, in bezug auf die beanspruchten beschwerdegegenständlichen Waren glatt beschreibende Bedeutung der englischsprachigen Wortkombination „CURL BOOSTING“ direkt und ohne weitere analysierende Überlegungen erschließt, der Verkehr sie demnach lediglich als eine für die fraglichen Produkte im Vordergrund stehende, auf ihre bestimmungsgemäße Wirkung hinweisende Sachangabe auffassen wird, fehlt der angemeldeten Marke weiterhin auch jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG (vgl ua BGH GRUR 2001, 1153 „anti KALK“; BIPMZ 2001, 321 „marktfrisch“; MarkenR 2003, 148, 149 „Winnetou“).

Ströbele

Guth

Kirschneck

Bb