

"Spa" Gattungsbegriff für Kosmetika?

Die britische Firma The Body Shop musste sich im Zusammenhang mit der Eintragung ihres Kennzeichens "Spa Wisdom" als europäische Marke beim HABM mit dem Eigentümer der prioritätsälteren Marke "SPA" mit der Frage auseinandersetzen, ob der Begriff "Spa" für Kosmetika einen Gattungsbegriff darstellt und damit nicht schutzfähig ist.

Die Kosmetikfirma The Body Shop beantragte beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) die Eintragung des Kennzeichens "Spa Wisdom" als Gemeinschaftsmarke für kosmetische Produkte.

Gegen diese Eintragung erhob die belgische Firma Spa Monopole, compagnie fermière de Spa, Widerspruch ein. Ihren Widerspruch begründeten die Belgier mit mehreren älteren, in den Beneluxländern eingetragenen Marken mit dem Begriff "Spa", darunter auch die Wortmarke "SPA", welche auch für stille und kohlenensäurehaltige Mineralwässer eingetragen ist.

Das HABM gab dem Widerspruch statt und wies den Antrag auf Eintragung der Marke "Spa Wisdom" zurück. Das Amt begründete seine Entscheidung damit, dass die Benutzung der Marke die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der älteren Marke der belgischen Firma "SPA" ausnutze.

Dagegen erhob The Body Shop Klage auf Aufhebung der Entscheidung des HABM beim Gericht der Europäischen Union.

Entscheidung des Gerichts

Mit Urteil vom 16.03.2016, Az. T-201/14 ([Pressemitteilung](#)), wies das EuG die Klage von The Body Shop ab.

zur Begründung führte der EuG aus, dass der Begriff "Spa" zwar einen Gattungsbegriff oder einen beschreibenden Begriff für Wassertherapiebereiche wie türkische Dampfbäder oder Saunas darstellen könne. Spa stelle aber keinen Gattungsbegriff für Kosmetika dar, da zwischen kosmetischen Produkten und Wassertherapiezentren keine Verbindungen bestünden, die es erlaubten, den beschreibenden Charakter oder den Gattungscharakter dieses Wortes auf diese auszudehnen. Daher dürfe The Body Shop diesen Markenbestandteil auch nicht frei verwenden.

In Anbetracht der von den einander gegenüberstehenden Zeichen angesprochenen Verkehrskreise, des mittleren Ähnlichkeitsgrads der Zeichen, der Nähe der von den einander gegenüberstehenden Zeichen erfassten Waren und der großen Wertschätzung der Marke SPA sei das HABM daher zu der Annahme berechtigt gewesen, dass die maßgeblichen Verkehrskreise eine Verbindung zwischen den einander gegenüberstehenden Marken



herstellen könnten und damit Verwechslungsgefahr bestehe.

Fazit

Spa ist nach der Entscheidung kein Gattungsbegriff für Kosmetika, das Kennzeichen "Spa Wisdom" damit mit der älteren Marke "SPA" verwechselbar. The Body Shop kann aber innerhalb von zwei Monaten nach der Zustellung des Urteils gegen diese Entscheidung ein auf Rechtsfragen beschränktes Rechtsmittel beim EuGH einlegen.