

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 122/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 79 217.1

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung am 9. Januar 2001 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler sowie der Richter Dr. Albrecht und v. Zglinitzki

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Anmeldung der Wortmarke

EasyTrade

für die Waren und Dienstleistungen "Compact-Disk, Computer-Programme, Computer-Software, Speicher für Datenverarbeitungsanlagen, Computer-peripheriegeräte; Finanzwesen, Geldgeschäfte, insbesondere Wertpapier-kommissionsgeschäfte; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung" hat die Markenstelle für Klasse 36 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 16. Mai 2000 mangels Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie unter anderem ausgeführt, "Easy" stehe im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen für "leicht, mühelos, einfach" und "bequem". "Trade" bedeute "Handel, Geschäft" und "Gewerbe". Es handle sich um einfache Wörter des englischen Grundwortschatzes, die jeder verstehe. Dies gelte erst recht für die hier angesprochenen Verkehrskreise. Damit sei EasyTrade beschreibend und besage, dass die Produkte den Handel erleichtern könnten. Die Großschreibung des T falle kaum auf und betone sogar den Zweiwortcharakter. Der ohne Weiteres verständlichen Angabe fehle damit jede Unterscheidungskraft.

Die Anmelderin hat am 8. Juni 2000 die Beschwerdegebühr gezahlt und am 10. Juni 2000 Beschwerde eingelegt; sie beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben,
hilfsweise die Rechtsbeschwerde zuzulassen.

Zur Begründung trägt sie vor, für die Schutzfähigkeit genüge schon eine sehr geringe Unterscheidungskraft. "EasyTrade" sei selbst mit der Übersetzung "Leichter Handel" weder ein Fachausdruck noch ein Werbeschlagwort. Es beschreibe allenfalls eine Vertriebsmodalität und sei damit keine Sachangabe. Die Zusammenschreibung bringe den Namenscharakter zum Ausdruck. Es träten bereits Firmen, wie die Firma "E-Trade", auf, was den Verbraucher an solche Marken gewöhnt hätte.

II

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, denen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft in diesem Sinn ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Anmeldung erfassten Waren (oder Dienstleistungen) eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen verstanden zu werden.

Nicht ausschlaggebend ist in diesem Zusammenhang, ob ein Markenwort lexikalisch belegbar ist bzw ob es nachweislich verwendet wird. Die Neuheit einer Wortbildung erlaubt allein für sich keinen Schluss auf Unterscheidungskraft. Der Verkehr ist daran gewöhnt, warenbezogene Sachangaben werbemäßig in komprimierter Form und auch mit Hilfe (einprägsamer) Wortneubildungen vermittelt zu bekommen. Maßgeblich ist, ob eine Bezeichnung geeignet ist, die betroffenen Dienstleistungen und Waren nach ihrer Art, Beschaffenheit, Bestimmung usw zu beschreiben (vgl BGH GRUR 1966, 770 - MEGA), was sich unmittelbar aus dem Sinngehalt ergibt (vgl BGH GRUR 1997, 634 - Turbo II) und auch bei neuen Wortzusammenstellungen der Fall sein kann (BPatG GRUR 1997, 639 - FERROBRAUSE; 1997, 640 - ASTHMA-BRAUSE).

Das aus zwei Bestandteilen zusammengesetzte "EasyTrade" ist zwar bisher nicht als eigenständiges und geläufiges Wort der Umgangssprache zu ermitteln. Jedoch ist es sprachüblich gebildet und liegt auf der Linie anderer sprachüblicher Wortneuschöpfungen, wie zB "Easyrider, easy-care, easy-going, Easy Street" (vgl HABM, R 0316/99-3 vom 31. Januar 2000 - EASYBANK). Zwar kann der Sinngehalt von "EasyTrade" im Hinblick auf die angemeldeten Dienstleistungen in leicht unterschiedlicher Weise interpretiert werden. Allen diesen Interpretationen ist aber die unmittelbar berührende Beschreibung der Eigenschaften der beanspruchten Waren und Dienstleistungen in der Richtung gemeinsam, dass Handel mit geringem Aufwand abgewickelt werden kann. Insoweit handelt es sich um verschiedene Facetten desselben Sinngehalts; aber um keine vom beschreibenden Sinn wegführende Mehrdeutigkeit.

Der Verkehr wird "EasyTrade" daher insgesamt als Hinweis darauf verstehen, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen der Erleichterung im Handel (ähnlich HABM R 0109/98-2 vom 11. Februar 1999 - EASYPLAN sowie R 0099/98-1 und R 0096/98-1 jeweils vom 20. November 1988 - EASi-CARD und EASi-CASH; BPatG, Beschluss vom 25. Oktober 1999, 30 W (pat) 53/99 - easy-mail; vom 17. Dezember 1997, 32 W (pat) 169/96 - EasyClean; vom 21. Juni 2000, 29 W (pat) 118/99 - EASY-PACK; vom 17. September 1998, 30 W (pat) 116/97 - EASYCODE; vom 3. Mai 1999, 30 W (pat) 198/98 - EASYGUIDE; BPatG Mitt 2000, 362 - EASYPRESS).

In Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen stellt die angemeldete Marke eine Beschaffenheits- und Bestimmungsangabe dar; alle können dem Ziel dienen, das auch der Erwartungshaltung potentieller Kunden entspricht, nämlich ein leichteres und bequemerer Abwickeln von Handelsgeschäften zu ermöglichen.

"EasyTrade" kann insoweit auf eine einfach zu handhabende Vorrichtung hinweisen, die gerade bei Computern und deren Zubehör im Sinn einer einfachen Bedienung zunehmend im Vordergrund steht. In Bezug auf Programme

und Software kann die Erleichterung von Handelsgeschäften auch in Anwenderfreundlichkeit oder einfacher Handhabung gegeben sein.

Zwar mag eine geringe Zahl von Fällen verbleiben, in denen jemand die beschreibende Bedeutung nicht erkennt. Daraus folgt aber kein Mindestmaß an Unterscheidungskraft. Ein Zeichen besitzt nicht bereits dann hinreichende Unterscheidungskraft, wenn ein nicht unbeachtlicher Teil des Verkehrs darin eine Individualkennzeichnung sieht. In der "red-white"-Entscheidung hatte der BGH (BIPMZ 1969, 319) umgekehrt zu beurteilen, ob unter bestimmten Umständen bereits ein geringer Teil des Verkehrs, dem das Zeichen nicht unterscheidungskräftig erscheint, für die Versagung der Eintragung ausreicht (vgl hierzu auch BPatGE 11, 120, 123 - Bratwursthäusle).

Es besteht auch keine Veranlassung, in der Verwendung der englischen Sprache eine (wenn auch noch so geringe) betriebskennzeichnende Besonderheit zu sehen, denn die Verwendung englischer Ausdrücke in der Werbung ist verbreitet (vgl BPatG GRUR 95, 734 - While You Wait).

Die Binnengroßschreibung des T verleiht ebenfalls keine Unterscheidungskraft; sie ist heute üblich (vgl BPatG, Beschluss vom 26. August 1997, 24 W (pat) 237/96 - HomeHandy; vom 10. Januar 1995, 24 W (pat) 37/94 - DualFileSystem; BPatG CR 1998, 456 - DataSearch).

Ob ein Freihaltungsbedürfnis besteht, kann dahingestellt bleiben, da nach alledem jedenfalls die Unterscheidungskraft fehlt.

Der Senat hat die Rechtsbeschwerde gemäß § 83 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht zugelassen, weil die Beurteilung einer englischsprachigen Wortkombination (vgl BGH GRUR 1998, 394 - ActiveLine) - auch mit Binnengroßschreibung - keine Rechtsfragen aufwirft, für die zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung

einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs erforderlich erschiene (MarkenG § 83 Abs 2).

Winkler

v. Zglinitzki

Albrecht

CI