



BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 108/04

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 60 764.5

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter
Mitwirkung ...

der Sitzung vom 19. Juli 2006

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. März 2004 aufgehoben.

Gründe

I.

Die am 20. November 2003 für die Dienstleistungen

sportliche Aktivitäten, Dienstleistungen eines Fitness-Studios, Ernährungsberatung

angemeldete farbige (rot, grün) Wort-/Bildmarke



easyfit®

ist von der mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzten Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 17. März 2004 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen worden. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen komme der Marke ein eindeutig beschreibender Sinngehalt zu. Die Verkehrskreise würden die Marke dahingehend verstehen, dass es sich bei den Dienstleistungen um solche handele, die leicht

einsetzbar seien und fit machten. Die farbige Gestaltung trage zur Schutzfähigkeit nicht bei. Gerade die Zweifarbigkeit unterstütze die Tatsache, dass es sich um eine Kombination aus den Bestandteilen "easy" und "fit" handele. Dass die Wortkombination lexikalisch nicht nachweisbar sei, begründe keine Unterscheidungskraft.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er beantragt,

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. März 2004 aufzuheben und die angemeldete Marke einzutragen.

Der Marke fehle nicht die erforderliche Unterscheidungskraft, da "easyfit" in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen keine unmittelbar dienstleistungsbezogene Information vermittele. Beachtliche inländische Verkehrskreise würden in der weder in der deutschen noch in der englischen Sprache gebräuchlichen englischsprachigen Wortfolge "easyfit" keinen beschreibenden Gehalt erblicken. Die erforderliche Unterscheidungskraft habe die gegenständliche Wort-/Bildmarke erst Recht wegen ihrer farblichen Ausgestaltung in einer speziellen Schriftart, die von der Standardschrift des Amtes abweiche. Sein Eintragungsbegehren stützt der Anmelder außerdem auf die Eintragungspraxis des Deutschen Patent- und Markenamts, das in der jüngeren Vergangenheit die Bezeichnung "Easy-Fit" wiederholt als Wortmarke eingetragen habe und auf ausländische Voreintragungen in den Vereinigten Staaten und in Großbritannien. Zum Nachweis der Voreintragungen hat der Anmelder entsprechende Ausdrücke vorgelegt. Nach seiner Auffassung besteht an der Marke auch kein Freihaltungsbedürfnis, da "easyfit" die beanspruchten Dienstleistungen nicht unmittelbar beschreibe. Mitbewerber seien unabhängig davon auch durch die Vorschrift des § 23 MarkenG geschützt.

II.

Die Beschwerde ist - da vor dem 31. Dezember 2004 eingelegt - ohne vorherige Erinnerung statthaft und auch sonst zulässig (§ 66, § 165 Abs. 4 MarkenG). Sie hat auch in der Sache Erfolg, weil einer Eintragung der angemeldeten Marke keine Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

1. Die angemeldete Marke entbehrt in ihrer Gesamtheit nicht jeglicher Unterscheidungskraft. Unter dieser versteht man die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion einer Marke ist es, die Ursprungsidentität der so gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Zur Beurteilung der Unterscheidungskraft ist eine auf den Einzelfall bezogene sorgfältige und gründliche Prüfung - seitens der Markenstelle ebenso wie in der Beschwerdeinstanz - erforderlich (EuGH GRUR 2003, 604 - Libertel Rdn. 59; GRUR 2004, 674 - KPN Postkantoor, Rdn. 103). Kann einer Marke kein für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und/oder handelt es sich nicht um einen gebräuchlichen Begriff der deutschen Sprache oder einer Fremdsprache, der vom Verkehr stets nur als solcher und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so liegen keine ausreichenden Anhaltspunkte dafür vor, dass ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2002, 85 - Individuelle; 2004, 30 - Cityservice). Bei Marken, die aus Wort- und Bildbestandteilen kombiniert sind, hat sich die Prüfung der Schutzfähigkeit darauf zu erstrecken, ob die Marke als solche, jedenfalls in einem ihrer Bestandteile den Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt (vgl. BGH BIPMZ 2001, 397 - antiKalk).

Bei dieser Ausgangslage ist bereits der Wortbildung "easyfit" nicht das notwendige Maß an Unterscheidungskraft abzusprechen. Die beanspruchten Dienstleistungen richten sich an die allgemeinen deutschen Verkehrskreise. Diese werden zwar ohne Zweifel in der Lage sein, die zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörenden Wörter "easy" und "fit" mit "leicht fit" zu übersetzen. Es ist jedoch nicht zu erkennen, dass diese Bedeutung einen hinreichend klaren beschreibenden Hinweis auf die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen vermittelt. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen bleibt der Bedeutungsinhalt der Marke vielmehr vage und unscharf.

2. Die Marke ist auch nicht gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Sie besteht nicht ausschließlich aus Angaben, die im Verkehr zur schon im Hinblick auf ihre graphische Ausgestaltung Bezeichnung von Merkmalen der beanspruchten Dienstleistungen dienen können.

gez.

Unterschriften