



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 510/22

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2021 010 296.3

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. August 2023 unter Mitwirkung des Richters Merzbach als Vorsitzendem sowie der Richterin Dr. Weitzel und der Richterin kraft Auftrags Wagner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 6. Mai 2021 angemeldete Bezeichnung

Besser Sehen, Besser Leben

soll als Marke für die Dienstleistungen

„Klasse 44: Ambulante medizinische Versorgung; Betrieb von Kliniken; Chirurgische Behandlungsdienstleistungen; Chirurgische Diagnose-dienstleistungen; Dienstleistungen eines Optikers; Dienstleistungen in Bezug auf die Augenlaserchirurgie; Dienstleistungen von Kliniken [Ambulanzen]; Durchführung von medizinischen Behandlungen; Erstellung von Gutachten zur Beurteilung der Gesundheit; Erteilung medizinischer Auskünfte; Medizinische Beratung in Bezug auf die Gesundheit; Ophthalmologische Dienste; Ophthalmologische Dienstleistungen; Telemedizinischer Dienst; Zusammenstellen von medizinischen Behandlungen“

in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register eingetragen werden.

Mit Beschluss vom 1. Dezember 2021 hat die mit einem Beamten des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung zurückgewiesen, da es der angemeldeten Bezeichnung in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen an der erforderlichen Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) fehle.

Die aus den Wörtern der deutschen Sprache gebildete Wortfolge **Besser Sehen, Besser Leben** weise in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen den leicht fassbaren Sachaussagegehalt auf, dass diese darauf abzielten, die Sehfähigkeit und (damit) die Lebensumstände des Nutzers zu verbessern. Gedankliche Schritte seien zum Verständnis der Wortfolge in diesem Sinne nicht notwendig. Auch könne dem angemeldeten Zeichen keine Originalität oder Prägnanz zugesprochen werden, aus der sich die Unterscheidungskraft ableiten ließe.

Angesichts dieses sich aufdrängenden sachbezogenen Begriffsinhalts der Wortfolge **Besser Sehen, Besser Leben** sei ferner unerheblich, ob die angemeldete Wortkombination bereits verwendet werde oder ob es sich um eine auf die Anmelderin zurückzuführende und nur von ihr selbst verwendete Wortneuschöpfung handele.

Auch die Großschreibung der einzelnen Wörter der angemeldeten Wortfolge wirke nicht schutzbegründend, da diese werbeüblich sei.

Die von dem Anmelder benannten Markeneintragungen böten keinen Anlass für eine abweichende Beurteilung, da Voreintragungen in rechtlicher Hinsicht keine Bindungswirkung zu komme.

Der Anmelder hat Beschwerde eingelegt, die er nicht begründet hat,

Er hat jedoch mit Schriftsatz vom 9. Januar 2022 sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 09 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 1. Dezember 2021 aufzuheben.

Vor der Markenstelle hat er im Wesentlichen geltend gemacht, dass die angemeldete Wortfolge keinen grammatikalisch korrekt gebildeten Satz darstelle und daher sprachregelwidrig und unüblich sei. Sie ginge daher über einen rein qualitätsanpreisenden und werbenden Hinweis auf die Art der angebotenen Dienstleistungen hinaus, welche trotz ihrer beschreibenden Bedeutung vom Verkehr als Herkunftsangabe erkannt werde.

Der Senat hat dem Anmelder mit Schreiben vom 15. Juni 2023 unter Mitteilung des Termins zur abschließenden Beratung und Entscheidung am 17. August 2023 eine auf den Zeitpunkt der Anmeldung bezogene Recherche zur werbesprachlichen Verwendung der angemeldeten Bezeichnung **Besser Sehen, Besser Leben** als auch vergleichbarer Wortfolgen wie „Besser essen. Besser leben“ oder „besser hören, besser leben“ übermittelt. Seitens des Anmelders ist dazu keine Stellungnahme eingegangen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Denn der angemeldeten Marke fehlt es in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr 1 MarkenG. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

1. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG schließt von der Eintragung als Marke Zeichen aus, denen für die in der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen zukommende Eignung, die von der Anmeldung erfassten Waren bzw. Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und so diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 7 – #darferdas? I; GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2008, 608 Rn. 66 Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 229 Rn. 27 – BioID AG/HABM [BioID]; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 565 Rn. 12 – smartbook).

Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 – Henkel KGaA; BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 10 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten) sind einer-

seits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2019, 1194 Rn. 20 – AS/DPMA [#darferdas?]; GRUR 2008, 608 Rn. 67 – Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [MATRATZEN]; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 – grill meister).

Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Zeichen, die einen beschreibenden Begriffsinhalt enthalten, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland NV/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas? I). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder die Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard).

2. Ausgehend von den vorgenannten Grundsätzen weist die angemeldete Marke **Besser Sehen, Besser Leben** in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auf.

a. Der aus geläufigen Begriffen der deutschen Sprache nach Art eines Slogans gebildeten Wortfolge entnehmen inländische Verkehrskreisen ohne weiteres die Aussage, dass ein verbessertes Sehen zu einem besseren Leben iS einer

verbesserten, höheren/gesteigerten Lebensqualität führt.

b. Entgegen der Auffassung des Anmelders handelt es sich nicht um eine ungewöhnliche Begriffskombination, sondern um eine grammatikalisch korrekt gebildete Aussage, welche sich mit der Wiederholung des Komparativs „besser“ des (rhetorischen) Stilmittels der sog. Anapher bedient, womit die (einmalige oder mehrfache) Wiederholung eines Wortes (zu Beginn aufeinanderfolgender Sätze oder Satzteile bezeichnet wird (vgl. DUDEN-online zu „Anapher“). Anaphern finden im Werbesprachgebrauch häufig Verwendung, um in werbesprachlich-prägnanter Weise Informationen zu Art, Inhalt und Wirkung von Waren und/oder Dienstleistungen zu vermitteln, da aufgrund der durch sie bewirkten Strukturierung und Rhythmisierung einer Aussage oder eines Textes die Einprägsamkeit der jeweiligen Wortfolge erhöht bzw. erleichtert wird.

Dementsprechend sind im Werbesprachgebrauch bereits seit langem solche unter Verwendung des Stilmittels der Anapher gebildete Wortfolgen verbreitet, mit denen unter Wiederholung des Adjektivs „besser“ in werbesprachlich-prägnanter Weise die (positive) Wirkung eines empfohlenen Verhaltens („besser essen“) oder Behandlung („besser sehen/hören“) hervorgehoben werden soll. Dazu kann beispielhaft auf die der Anmelderin mit dem Schreiben des Senats vom 15. Juni 2023 übersandte Google-Recherche zu den Wortfolgen „besser essen, besser leben“ und „besser hören, besser leben“ und den darin ausgewiesenen Fundstellen wie bzw. <https://international.amc.info/de/amc-lifestyle/> vom 3. März 2020 „Der AMC Lifestyle – Besser essen. Besser leben“ oder <https://www.urban-optik.de/besser-hoeren-besser-leben/> vom 27. April 2018 „besser hören – besser leben Jedes Ohr ist anders“ verwiesen werden.

Auch der konkret beanspruchte Slogan **Besser Sehen, Besser Leben** wurde in diesem Sinne bereits zum Anmeldezeitpunkt verwendet, wie die der Anmelderin ebenfalls mit dem Schreiben des Senats vom 15. Juni 2023 übersandten Internet-Fundstellen <http://laufstolz.de/besser-sehen-besser-leben/> vom 19. August 2015, <http://dgm-nrw.de/2015/12/09/besser-sehen-besser-leben/> vom 9. Dezember 2015,

sowie auf die am 4. Juli 2002 auf der Internetseite <https://uhren-optik-mayer.de/> abrufbare Präsentation der Firma E... unter dem Titel „Besser Sehen. Besser Leben“ verdeutlichen.

c. In Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen, welche sich ihrem Gegenstand und Inhalt nach ausnahmslos mit Fragen und Themen der Augenheilkunde und damit auch einer Verbesserung des Sehvermögens beschäftigen können, beschränkt sich **Besser Sehen, Besser Leben** damit aber auf die werblich-anpreisende Aussage, dass diese zu einer Besserung des Sehvermögens führen und damit zu einer verbesserten, höheren/gesteigerten Lebensqualität beitragen.

Entgegen der Auffassung des Anmelders bedarf es für dieses Verständnis keiner analysierenden, mehrere differenzierende Gedankenschritte erfordernden Betrachtungsweise noch eines vertieften Nachdenkens. Vielmehr handelt es sich bei **Besser Sehen, Besser Leben** um eine sprach- und werbeüblich aus einfachen Wörtern der deutschen Sprache gebildeten Wortfolge, deren Sinngehalt sich auf Anhieb leicht erschließt und die zudem auch nachweislich bereits vor dem Anmeldezeitpunkt verwendet worden ist. Sie weist keine Besonderheiten in syntaktischer und semantischer Hinsicht auf, die sie als ungewöhnlich erscheinen ließen und eine Schutzfähigkeit begründen könnten, sondern vermittelt eine einfache, klare und eindeutige Werbebotschaft in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen. Die Wortfolge wird daher für sämtliche zurückgewiesenen Dienstleistungen unmittelbar und ausschließlich als beschreibende Sachangabe mit anpreisendem Charakter verstanden, ohne einen über diese Werbefunktion hinausreichenden Hinweis auf die betriebliche Herkunft zu vermitteln (vgl. dazu auch EuG /-697/19 v. 8. Juli 2020 betreffend die Wortfolge „Weniger Migräne. Mehr vom Leben“).

d. Bei der Großschreibung sämtlicher Wortbestandteile der angemeldeten Wortfolge handelt es sich um ein einfaches und werbeübliches Gestaltungsmittel, das nicht geeignet ist, Eintragungsfähigkeit zu vermitteln.

e. Soweit der Anmelder geltend weiterhin gemacht hat, dass seiner Auffassung nach identische und/oder vergleichbar gebildete Zeichen u.a. in der Union sowie im UK zur Eintragung gelangt seien, kann sie daraus keinen Anspruch auf Schutzgewährung ableiten. Denn nach übereinstimmender höchstrichterlicher Rechtsprechung lässt sich aus Voreintragungen ähnlicher oder übereinstimmender Marken grundsätzlich kein Schutzgewährungsanspruch herleiten, da es sich bei der Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke nicht um eine Ermessens-, sondern um eine gebundene Entscheidung handelt, die jeweils einer auf den Einzelfall bezogenen Prüfung unterliegt (vgl. z.B. EuGH GRUR 2009, 667, Nr. 18 - Bild.t.-Online.de; BGH GRUR 2012, 276, Nr. 18 - Institut der Norddeutschen Wirtschaft e.V.). Danach sind auch die in einem Mitgliedsstaat der Europäischen Union auf der Grundlage des harmonisierten Markenrechts oder vom EUIPO aufgrund der Unionsmarkenverordnung getroffenen Entscheidungen über absolute Eintragungshindernisse für nachfolgende Verfahren in anderen Mitgliedsstaaten unverbindlich (vgl. EuGH GRUR 2004, 428, Rdnr. 63 - Henkel; GRUR 2004, 674, Rdnr. 43 f. - Postkantoor). Sie vermögen auch keine Indizwirkung zu entfalten (BGH GRUR 2014, 569 Nr. 30 - HOT; GRUR 2009, 778, Nr. 18 - Willkommen im Leben).

3. Die Marke kann damit für die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen ihre Hauptfunktion, nämlich den Verkehrskreisen die Ursprungsidentität zu garantieren, nicht erfüllen. Sie ist daher insoweit nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht der Anmelderin das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Merzbach

Weitzel

Wagner