



# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 312/04

---

(AktENZEICHEN)

Verkündet am  
12. April 2006

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 304 37 385.0

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 12. April 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister sind die Wörter

Technik fürs Leben

für die folgenden Waren und Dienstleistungen:

„(7) Elektromotoren, Anlasser (ausgenommen für Landfahrzeuge), Generatoren, Zündsysteme für Verbrennungsmotoren, Glühkerzen, Zündkerzen, Lambda-Sonden, Zündverteiler, Zündspulen, Magnetzündler, Zündkerzenstecker, Einspritzpumpen, Kraftstoffpumpen, Drehzahlregler, Einspritz-Düsen und Düsenhalter; Maschinenventile; Kraftstoff-Filter, Ölfilter, Luftfilter; Hydropumpen, Hydromotoren, Hydroventile, Hydrozylinder, Hydrospeicher, Hydrofilter; Pneumatikventile, Servolenkungen, Druckluftbremsen, Drucklufteinrichtungen, nämlich Druckluftkompressoren, Druckluftbehälter, Steuerungsventile, Bremsventile; Abgasturbolader; elektronische Steuerungsgeräte für die Fertigungstechnik, Widerstandsschweißanlagen, Servoantriebe und Getriebespindeln, Robotersteuerungen; Modulelemente für die automatische Montage-/Fertigungstechnik, einschließlich der Arbeitsplatzausstattung, nämlich Arbeitstische und Arbeitsbänke, Maschinenhalterungen, Sicherheits- und Schutzvorrichtungen, schwenkbare Arbeitsplätze, Hubeinrichtungen, Tischpressen, Materialbereitstellungs- und Ordnungssysteme, nämlich Fließbänder und Förderketten, Schüttelförderer, Kippvorrichtungen sowie programmierbare elektrische Vorrichtungen einschließlich Greifer und Einarmroboter; Entgratmaschinen (mechanisch, thermisch und elektro-

chemisch); Verpackungsmaschinen; Elektrowerkzeuge und deren Einsteckwerkzeuge; elektrische Gartenpflegegeräte, nämlich Heckenscheren, Rasenmäher, Grasscheren, Grastrimmer, Sensen, Schredder, Pumpen, Hochdruckreiniger; elektrische Küchenmaschinen und Zubehör; Geschirrspülmaschinen, Waschmaschinen, Staubsauger, Bügeleisen; Teile und Zubehör für die vorgenannten Waren soweit in Klasse 7 enthalten.

(9) Elektrische und elektronische Mess-, Kontroll- und Regelgeräte; elektrische und elektronische Steuergeräte; Apparate für das Aufzeichnen, Bearbeiten, Verarbeiten, Senden, Empfangen und Anzeigen von Signalen, Daten, Bildern und Tönen, elektro- und elektromagnetische Datenträger; Videokameras, Bildschirme, Lautsprecher, Antennen für Radios und Fernsehapparate, Telefongeräte, Autoantennen, tragbare Funksprechgeräte, Autotelefone; Alarmsysteme; Geräte für die Ortung und die Navigation zum Einbau in Land-, Luft- und Wasserfahrzeuge; Hochfrequenzgeneratoren, Stromversorgungseinrichtungen, elektrische Filter, Halbleiterbauelemente, optoelektronische Bauelemente; gedruckte, geätzte und vergossene Schaltungen, integrierte Schaltungen, Relais, Sicherungen, Leitungen für elektrische, elektronische und optische Signale, Kabelverbindungen, elektrische Schalter, elektronische Leuchtweiten-Verstellung, Elektromotoren, Sensoren, Detektoren, Schaltvorrichtungen/-kästen, Solarzellen und Solargeneratoren; Analysegeräte für Kraftfahrzeuge, nämlich für die Abgasanalyse, Rußpartikelanalyse, Bremsfunktion, Diagnoseinstrumente und Einrichtungen für Simulationen, Motor-tester, Werkstattprüfgeräte für Einspritzpumpen, Anlasser und Generatoren; Batterien, Ladegeräte, Batterietester, Verstärker, Transformatoren, Kabeltrommeln; elektrische und elektronische Entfernungsmesser, Höhenmesser, Winkelmesser, Neigungsmes-

ser, Ortungsgeräte zum Aufspüren von Metall und anderen Stoffen; Bewässerungscomputer; Teile und Zubehör für die vorgenannten Waren soweit in Klasse 9 enthalten.

(11) Heiz-, Koch-, Grill-, Wärme- und Kühlapparate; Gasanzünder; soweit in Klasse 11 enthalten; Scheinwerfer und Leuchten einschließlich solche für Fahrzeuge; Kühlvorrichtungen/Kühlgeräte; Lüftungsanlagen; Haartrockner; Kaffeemaschinen; Wäschetrockner; Röster; Backöfen; elektrische Eierkocher; Toaster; Klimaanlageanlagen; Kontroll- und Regelgeräte für Gasheizungen; Wasser-schläuche und Brauseköpfe sowie Kupplungsstücke hierfür; Wassersprengler; Teile und Zubehör für die vorgenannten Waren soweit in Klasse 11 enthalten.

(12) Rückhaltesysteme für den Einbau in Kraftfahrzeugen, nämlich Gurtstraffer, Airbags und Sensoren; Startvorrichtungen für Verbrennungsmotoren, Abtauanlagen für Windschutzscheiben; Servo- und Druckluftbremsen für Land- und Luftfahrzeuge, Antiblockier-Bremssysteme; Antriebsschlupfregelungssysteme; Getriebesteuerungen; Fahrdynamikregelungssysteme; Scheibenwischer; hydraulische Lenkungen für Land-, Luft- und Wasserfahrzeuge; und Teile und Zubehör für die vorgenannten Waren soweit in Klasse 12 enthalten.

(36) Dienstleistungen im Versicherungswesen.

(37) Einbau, Wartung und Instandsetzung von Teilen und Zubehör von Kraftfahrzeugen, Autoradio-Anlagen, Sprechfunkgeräten, Handwerkzeugmaschinen, Werkstatt-Geräten und -Vorrichtungen, Stromerzeugern, von Haus- und Küchengeräten, Rundfunk- und Fernsehanlagen, sanitäre Einrichtungen, Heizungs- und Klimaanlage-

lagen und Möbeln; Betreuung und Instandsetzung von Kraftfahrzeugen bei Motorsportveranstaltungen.

(38) Funkdienst, Ton-, Daten- und Bildübertragungen über Satelliten; Überwachung von Gebäuden und Anlagen.

(41) Ausbildung und Unterricht Dritter in der Elektrotechnik und Elektronik.

(42) Bau- und Konstruktionsplanung und -beratung; Erstellen und Installation von Programmen für die Datenverarbeitung; Durchführung von Berechnungen für Dritte; Durchführung von Entwicklungs-, Test- und Forschungsaufträgen; technische Beratung und gutachterliche Tätigkeit“.

Die Markenstelle für Klasse 7, vertreten durch einen Beamten des gehobenen Dienstes, hat diese Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie dargetan, dass es sich bei der Marke um eine sprachüblich gebildete Wortfolge handele, mit der für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine Technik versprochen werde, die ein Leben lang halte. Eine inhaltliche Mehrdeutigkeit lasse sich nicht erkennen. Die angesprochenen weiten Verkehrskreise würden die Wortfolge ohne analysierende Betrachtungsweise als werbendes Wertversprechen auffassen und deswegen in der angemeldeten Marke kein Herkunftszeichen sehen.

Hiergegen hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Sie meint, die angemeldeten Wörter seien unterscheidungskräftig und nicht Freihaltungsbedürftig. Es handele sich um eine kurze, prägnante Wortfolge, deren Mehrdeutigkeit verschiedene Interpretationen nahelege, die jede über eine reine Beschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen hinausgehe. Die Anmelderin weist u. a. auf die eingetragenen Marken „Elemente fürs Leben“ (u. a. für Baumaterialien und für Haus-

haltsgeräte), „LIFE“ (u. a. für Kommunikationselektronik) und „TECHNIK ERLEBEN“ (für Druckereierzeugnisse) hin und leitet daraus ab, dass die angesprochenen Verkehrskreise dadurch an markenrechtliche Herkunftszeichen dieser Art gewöhnt seien.

Weiter trägt die Anmelderin vor, dass sie den Slogan „Technik fürs Leben“ erst im Spätherbst 2004 in den Markt eingeführt habe. Bereits im November 2004 hätten bei einer Befragung 30 % der Befragten den Slogan wiedererkannt und 23 % der Befragten hätten den Slogan der Anmelderin zugeordnet. Daraus schließt die Anmelderin auf eine hohe Kennzeichnungskraft der angemeldeten Wörter. Die Anmelderin bewerbe die angemeldete Marke konsequent - allein im Jahr 2005 in Deutschland mit mehr als 45 Millionen Euro - an erster Stelle im Bereich des Automobilmarktes im weitesten Sinne und im Bereich der Heimwerker und ihrer Märkte, so dass mit einer ständigen Steigerung der Kennzeichnungskraft zu rechnen sei.

Die Anmelderin beantragt,

den angegriffenen Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. Oktober 2004 aufzuheben.

Zu den weiteren Einzelheiten wird Bezug genommen auf die Akten.

## II.

Die gem. § 165 Abs. 4 MarkenG a. F. zulässige Beschwerde ist nicht begründet, weil der begehrten Eintragung in das Markenregister die Eintragungshindernisse der fehlenden Unterscheidungskraft und eines bestehenden Freihaltungsbedürfnisses gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegenstehen.

Ein Ausschluss der Anwendbarkeit dieser Vorschriften nach § 8 Abs. 3 MarkenG greift nicht ein, weil die Anmelderin nicht dargetan hat, dass sich die angemeldete Marke gem. § 8 Abs. 3 MarkenG infolge ihrer Benutzung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen in den beteiligten Verkehrskreisen durchgesetzt hätte. Für eine Verkehrsdurchsetzung fehlt es bereits an Darlegungen darüber, auf welche Weise für welche konkreten Waren und Dienstleistungen die angemeldete Marke benutzt worden wäre. Die von der Anmelderin vorgelegten Ergebnisse einer Untersuchung zum Bekanntheitsgrad der angemeldeten Wortfolge machen dazu keine Angaben. Im Hinblick auf die angemeldete Marke hat diese Untersuchung eine Umfrage vom November 2004 ausgewertet, mit der weniger als 200 Befragte erfasst wurden, die sich je zu einem Drittel aus normalen Autofahrern, aus Neuwagenkäufern und aus Autointeressierten zusammensetzten. Die dabei festgestellten Bekanntheitsgrade - 30 % der Befragten meinten die Wortfolge bereits zu kennen, 23 % der Befragten ordneten sie außerdem der Anmelderin zu - lassen lediglich erkennen, dass im Bereich des Automobilmarktes die angemeldete Wortfolge für weniger als 25 % der Befragten generell auf die Anmelderin hinwies, nicht dagegen auf die Herkunft bestimmter Waren oder Dienstleistungen aus dem Unternehmen der Anmelderin. Selbst wenn der belegte Bekanntheitsgrad von 23 % auf einer Zuordnung bestimmter Waren und Dienstleistungen zu dem Unternehmen der Anmelderin beruhte, wären damit noch nicht die Voraussetzungen des § 8 Abs. 3 MarkenG erfüllt. Denn eine Verkehrsdurchsetzung im Sinne dieser Vorschrift verlangt, dass das betreffende Zeichen bei dem überwiegenden Teil des Verkehrs als Herkunftszeichen für bestimmte Waren und Dienstleistungen bekannt ist und das entspricht in der Regel von über 50 % (vgl. BGH GRUR 2001, 1042, 1043 REICH UND SCHÖN und Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Auflage, § 8 Rdn. 335, 336).

Der angemeldeten Wortfolge „Technik fürs Leben“ fehlt jegliche Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Es handelt sich um eine sprachregelmäßig gebildete Wortfolge im Stil eines Werbeslogans. Gewöhnlich sieht der Verkehr in einem Werbeslogan keinen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der fraglichen

Waren und Dienstleistungen (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, 1029 (Nr. 35) - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Deswegen kann eine entsprechende Wortfolge nur dann unterscheidungskräftig sein, wenn ihre Herkunftsfunktion im Vordergrund steht und demgegenüber ihre Werbefunktion nachrangig bleibt (EuGH, a. a. O.). Diese Voraussetzungen werden von der angemeldeten Wortfolge nicht erfüllt, weil bei ihr - gerade umgekehrt - die werbende Beschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund steht und eine Herkunftsfunktion für bestimmte Waren oder Dienstleistungen nicht erkennbar wird. „Technik fürs Leben“ stellt die Technik als wesentliches Element aller beanspruchten Waren und Dienstleistungen in einen ganz allgemeinen Zusammenhang mit dem Leben und damit dem wichtigsten Aspekt menschlicher Existenz überhaupt. Damit wird der weiteste Zusammenhang angesprochen, in den Werbung überhaupt gestellt werden kann, der darin besteht, dass jede Ware oder Dienstleistung nur im Rahmen des menschlichen Lebens verwandt werden kann und nicht jenseits davon. In diesem Sinne ist die angemeldete Wortfolge eindeutig und nicht auslegungsbedürftig. Das gilt auch für die beanspruchten Dienstleistungen im Versicherungswesen der Klasse 36; denn inzwischen werden für eine Fülle technischer Gerätschaften Versicherungen angeboten, mit denen Schadens- und Ausfallrisiken über die allgemeinen Gewährleistungsrechte hinaus abgesichert werden sollen. Es mag durchaus sein, dass die Wortfolge wegen ihres im weitesten Sinne allgemeinen Sinngehalts bei den angesprochenen weiten Verkehrskreisen eine ganze Reihe von Assoziationen auslösen kann, bei denen es darum geht, wie sich die angebotene Technik im Leben des einzelnen Konsumenten bewährt. Jede der denkbaren Assoziationen würde jedoch nur eine konkrete Beschreibung der im Einzelfall betroffenen Technik sein, diese z. B. als langlebig, effizient oder im weitesten Sinne gut und dem Leben förderlich beschreiben. Keine dieser denkbaren Assoziationen würde sich jedoch von einer reinen Warenbeschreibung lösen und statt dessen als Herkunftszeichen in Betracht kommen, das einen Zusammenhang herstellt zwischen der konkreten Ware oder Dienstleistung und der Anmelderin als Herkunftsunternehmen.

Aus den von der Anmelderin vorgelegten Ergebnissen einer Studie zum Bekanntheitsgrad der angemeldeten Wortfolge ergibt sich nichts anderes. Denn - wie bereits im Zusammenhang mit der Prüfung einer möglichen Verkehrsdurchsetzung festgestellt - diese Ergebnisse erlauben lediglich gewisse Aufschlüsse darüber, in welchem Umfang ein kleiner Teilausschnitt der angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Wortfolge der Anmelderin als einem bestimmten Unternehmen zuordnet. Dagegen werden keine Erkenntnisse darüber vermittelt, ob dieselben Verkehrskreise die angemeldete Wortfolge im Zusammenhang mit bestimmten Waren als betrieblichen Herkunftshinweis verstehen.

Soweit sich die Anmelderin auf die Eintragung anderer Wortmarken mit dem Markenbestandteil „Leben“ oder „Life“ beruft, führt dieser Ansatz schon deswegen nicht weiter, weil über eine etwaige Benutzung dieser Marken nichts vorgetragen wurde. Die bloße Eintragung einer oder vieler Wortmarken in das Register lässt aber keine Schlussfolgerungen darauf zu, ob sich durch diese Marken womöglich die Wahrnehmungsgewohnheiten der angesprochenen Verkehrskreise verändert haben.

Aus den vorstehenden Feststellungen folgt auch, dass die Wortfolge „Technik fürs Leben“ i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG Freihaltungsbedürftig ist. Denn jeder Mitbewerber der Anmelderin muss die Möglichkeit haben, seine Waren und Dienstleistungen in einen allgemeinen Zusammenhang mit dem menschlichen Leben zu stellen. Es genügt, dass die angemeldete Wortfolge dafür geeignet ist. Dagegen ist es nicht erforderlich, dass die angemeldete Wortfolge als Ausdruck für den in ihr enthaltenen Sinn unersetzlich wäre oder bereits von Mitbewerbern der Anmelderin benutzt würde (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Auflage 2006, § 8 Rdn. 192, 199). Denn beschreibende Angaben müssen für jedermann frei verfügbar bleiben (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 676 (Nr. 58) - Postkantoor -; GRUR 2004, 680, 681 (Nr. 3 6) - BIOMILD -).

Aus diesen Gründen war die Beschwerde der Anmelderin zurückzuweisen.

gez.

Unterschriften