



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 23/05

(Aktenzeichen)

Verkündet am
26. März 2008

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 304 33 527.4

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 26. März 2008 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker, der Richterin Fink und des Richters Dr. Kortbein

beschlossen:

1. Die Beschwerde wird zurückgewiesen.
2. Die Rechtsbeschwerde wird zugelassen.

Gründe

I.

Am 9. Juni 2004 ist die Wortmarke

Willkommen im Leben

für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 38, 41 und 42 angemeldet worden.

Mit Beschluss vom 21. Januar 2005 hat die Markenstelle für Klasse 38 die Anmeldung wegen Fehlens der Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1 und 5, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG teilweise zurückgewiesen und zwar für:

„Bild- und Tonträger; Datenträger zur Wiedergabe von Ton und Bild; CD-ROM; Druckwerke aller Art, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Reiseführer; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Anbieten und Mitteilen von auf einer Datenbank gespeicherten Informationen; Rundfunk-, Film- und Fernsehproduktion“.

Der beanspruchte Werbeslogan weist nicht die notwendige Unterscheidungskraft auf, denn es handle sich bei ihm um nichts anders als eine sprachüblich gebildete, allgemein verständliche und geläufige Redewendung und Begrüßungsformel, mit

der jemand neu bzw. zurück im Leben begrüßt und willkommen geheißen werde. Im Zusammenhang mit einer Geburt oder einer bewältigten Sucht sei in positiver Weise der Beginn eines neuen Lebensabschnitts gemeint. Damit bezeichne die Wortfolge lediglich Inhalt und Gegenstand der von der Zurückweisung betroffenen Waren und Dienstleistungen. So könnten sich verschiedene Waren beispielsweise in Form von Ratgebern, Nachrichten oder wissenschaftlichen Darstellungen inhaltlich mit der Geburt und anderen neuen Lebensabschnitten beschäftigen. Auch eine gewisse begriffliche Unschärfe begründe nicht die Schutzzfähigkeit des angemeldeten Zeichens. Der Verkehr sei bei Ausdrücken aus der Werbesprache an verkürzte plakative Ausdrucksweisen gewöhnt. Somit könne der gegenständlichen Bezeichnung keine über eine Sachaussage hinausgehende Bedeutung beigemessen werden.

Dagegen erhob die Anmelderin am 4. Februar 2005 Beschwerde. Sie beantragt

den Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. Januar 2005 aufzuheben.

Mit Schriftsatz vom 9. Februar 2005 hat sie die von der Zurückweisung umfassten Waren und Dienstleistungen durch den Zusatz „sämtliche der vorstehend genannten Waren/Dienstleistungen nicht mit Inhalten betreffend Themen der Geburt oder dem Beginn eines neuen Lebensabschnitts“ beschränkt. Des Weiteren hat sie darauf hingewiesen, dass „Willkommen im Leben“ in Österreich und der Schweiz für sämtliche der ursprünglich angemeldeten Waren und Dienstleistungen eingetragen sei.

Nachdem seitens des Senats Bedenken gegen die Zulässigkeit der Beschränkung geäußert worden sind, hat die Beschwerdeführerin mit Schriftsatz vom 31. Januar 2006 ohne Bezugnahme auf die von der Zurückweisung betroffenen Waren

und Dienstleistungen folgendes Waren- und Dienstleistungsverzeichnis einge-
reicht:

„Klasse 9: Bild- und Tonträger zu den Themen Kochen, Backen, Ernährung, Gesundheit, Fitness, Wellness, Lifestyle, Medizin, Business, Partnerschaft, Tiere, Garten, Einrichtung und Innenausstattung;

Klasse 16: Druckereierzeugnisse, nämlich Kochbücher, Backbücher, Rezeptsammlungen zum Kochen und Backen, Rezeptsammlungen zu Kaffeespezialitäten, Cocktails und anderen Getränken, Diätkochbücher, Diätbackbücher, Kochbücher für Diabetiker; Backbücher für Diabetiker, Gesundheitsratgeber, Fitnessratgeber, Wellnessratgeber, Lifestyleratgeber, Psychologiebücher, medizinische Ratgeber, Businessratgeber, Nachschlagewerke zu Bewerbungssituationen, Sprachen, sozialer Kompetenz und Psychologie, Partnerschaftsratgeber, Tierbücher, Gartenbücher, Ratgeber zur Gartengestaltung, Einrichtungsbücher, Ratgeber zur Innenausstattung;

Klasse 38: Anbieten und Mitteilen von auf einer Datenbank gespeicherten Informationen zu den Themen Kochen, Backen, Ernährung, Gesundheit, Fitness, Wellness, Lifestyle, Medizin, Business, Partnerschaft, Tiere, Garten, Einrichtung und Innenausstattung;

Klasse 41: Herausgabe von Druckereierzeugnissen, nämlich Kochbücher, Backbücher, Rezeptsammlungen zum Kochen und Backen, Rezeptsammlungen zu Kaffeespezialitäten, Cocktails und anderen Getränken, Diätkochbücher, Diätbackbücher, Kochbücher für Diabetiker; Backbücher für Diabetiker, Gesundheitsratgeber, Fitnessratgeber, Wellnessratgeber, Lifestyleratgeber, Psychologiebücher, medizinische Ratgeber, Businessratgeber, Nachschlagewerke zu Bewerbungssituationen, Sprachen, sozialer Kompetenz und Psychologie, Partner-

schaftsratgeber, Tierbücher, Gartenbücher, Ratgeber zur Gartengestaltung, Einrichtungsbücher, Ratgeber zur Innenausstattung“.

In der mündlichen Verhandlung hat die Anmelderin auf Nachfrage des Senats erklärt, dass sich die Neufassung nur auf die von der Zurückweisung betroffenen Waren und Dienstleistungen beziehe.

Der Beschwerdeführerin sind die im Rahmen der Amtsermittlung vom Senat getroffenen tatsächlichen Feststellungen zur Verwendung des Slogans „Willkommen im Leben“ in den beanspruchten Waren/Dienstleistungssegmenten in Form von Internetausdrucken vor der mündlichen Verhandlung zugeleitet worden. Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt und das Protokoll der mündlichen Verhandlung Bezug genommen.

II.

1. Die Beschwerde ist zulässig, jedoch nicht begründet.

Das angemeldete Zeichen ist nicht unterscheidungskräftig gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

a) Der Beurteilung der Unterscheidungskraft sind die Waren und Dienstleistungen zugrunde zu legen, die im Schriftsatz vom 31. Januar 2006 unter den Klassenangaben 9, 16 und 38 genannt sind.

(1) Die in dieser Erklärung liegende Einschränkung des Verzeichnisses ist zulässig. Zum einen wurden die von der Zurückweisung betroffenen Waren und Dienstleistungen „Datenträger zur Wiedergabe von Ton und Bild; CD-ROM; Rundfunk- und Fernsehunterhaltung; Rundfunk-, Film- und Fernsehproduktion“ gänzlich gestrichen. Zum anderen ist der Begriff „Druckwerke aller Art“ nur durch das ent-

sprechend der Klassifikation gleichwertige Synonym „Druckereierzeugnisse“ ersetzt worden. Des Weiteren sind diese, ebenso wie „Bild- und Tonträger“ sowie das „Anbieten und Mitteilen von auf einer Datenbank gespeicherten Informationen“ durch genau definierte Themengebiete konkretisiert und damit auf diese eingeschränkt worden. Dabei handelt es sich um sachlich nachvollziehbare Inhaltsangaben, die positiv die begehrten Waren und Dienstleistungen angeben.

(2) Die mit Schriftsatz vom 9. Februar 2005 erklärte Beschränkung des Waren-/ Dienstleistungsverzeichnisses war hingegen unzulässig. Grundsätzlich können bestimmte Merkmale der Waren oder Dienstleistungen nicht ausgeschlossen werden (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 679, Rdn. 114 und 115 - POSTKANTOOR), da dann das Zeichen für das Publikum irreführend wäre. Dieser Fall läge hier vor.

(3) Die weiterhin vorgenommene Konkretisierung der Dienstleistung „Herausgabe von Zeitungen, Zeitschriften, Büchern, Reiseführern und Druckwerken aller Art“ durch „Herausgabe von Druckereierzeugnissen, nämlich ...“ und die Streichung der Dienstleistung „Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen“ sind nicht Gegenstand des Beschwerdeverfahrens. Die genannten Dienstleistungen waren von der Zurückweisung nicht betroffen, so dass die Beschwerdeführerin insoweit nicht beschwert ist. Für die Entgegennahme einer entsprechenden Erklärung gemäß § 39 Abs. 1 MarkenG ist allein das Deutsche Patent- und Markenamt zuständig. Demzufolge können die Ausführungen in dem Schriftsatz vom 31. Januar 2006 nicht als Rücknahme der Anmeldung für die eben genannten Dienstleistungen angesehen werden.

(4) Damit unterliegen nunmehr der Prüfung auf Schutzfähigkeit durch den Senat folgende Waren und Dienstleistungen:

„Klasse 9: Bild- und Tonträger zu den Themen Kochen, Backen, Ernährung, Gesundheit, Fitness, Wellness, Lifestyle, Medizin, Business, Partnerschaft, Tiere, Garten, Einrichtung und Innenausstattung;

Klasse 16: Druckereierzeugnisse, nämlich Kochbücher, Backbücher, Rezeptsammlungen zum Kochen und Backen, Rezeptsammlungen zu Kaffeespezialitäten, Cocktails und anderen Getränken, Diätkochbücher, Diätbackbücher, Kochbücher für Diabetiker; Backbücher für Diabetiker, Gesundheitsratgeber, Fitnessratgeber, Wellnessratgeber, Lifestyleratgeber, Psychologiebücher, medizinische Ratgeber, Businessratgeber, Nachschlagewerke zu Bewerbungssituationen, Sprachen, sozialer Kompetenz und Psychologie, Partnerschaftsratgeber, Tierbücher, Gartenbücher, Ratgeber zur Gartengestaltung, Einrichtungsbücher, Ratgeber zur Innenausstattung;

Klasse 38: Anbieten und Mitteilen von auf einer Datenbank gespeicherten Informationen zu den Themen Kochen, Backen, Ernährung, Gesundheit, Fitness, Wellness, Lifestyle, Medizin, Business, Partnerschaft, Tiere, Garten, Einrichtung und Innenausstattung;“.

b) Die Zurückweisung der Anmeldung durch das Deutsche Patent- und Markenamt im Hinblick auf die gegenständlichen Waren und Dienstleistungen ist rechtmäßig, denn dem Zeichen fehlt insoweit jegliche Unterscheidungskraft.

Die Eignung, Waren oder Dienstleistungen ihrer betrieblichen Herkunft nach zu unterscheiden, kommt solchen Angaben nicht zu, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache bestehen, die etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (st. Rspr. seit BGH GRUR 1999, 1089 - YES; GRUR 2006, 850, 854, Nr. 19 - FUSSBALL WM 2006). Werbeslogans unterliegen den gleichen Schutzvoraussetzungen wie sonstige Wortmarken (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, Nr. 34 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Daher können auch sie nicht als unterscheidungskräftig angesehen werden, wenn sie nur aus allgemeinen in der jeweiligen Branche vorhandenen werblichen Aussagen bzw. Anpreisungen bestehen oder nichts anderes als unmittelbare

Sachaussagen in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen sind (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Auflage, § 8, Rdnr. 115).

Da die gegenständlichen Waren und Dienstleistungen für alle Endverbraucher bestimmt sind, ist bei Beurteilung der Unterscheidungskraft auf die normal informierten sowie angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abzustellen, (vgl. EuGH GRUR Int. 2005, 44, 45, Nr. 24 - SAT.2).

(1) Das Anmeldezeichen „Willkommen im Leben“ lässt sich als allgemeine Redewendung in den beanspruchten Branchen belegen. So wird es im Zusammenhang mit der Begrüßung von Neugeborenen und mit schwierigen Lebenssituationen verwendet:

- „Willkommen im Leben ... Arzt begrüßt Babys mit Musik“ (vgl. „n-tv.de“ unter „<http://www.n-tv.de/927752.html>“),
- „Willkommen im Leben“ (vgl. „Suchthilfe Fleckenbühl“ unter „<http://www.suchthilfe.org/>“)

oder

- „Er habe mit beiden Frauen gesprochen, sagte Chávez. ‚Ich sagte beiden: Willkommen im Leben.‘“ (vgl. „SPIEGEL ONLINE“ unter „<http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,druck-527924,00.html>“).

Darüber hinaus soll die Wortfolge in der Werbung als Synonym für die Wirklichkeit eine positive Stimmung vermitteln. So findet sie sich als Titel einer amerikanischen Familienserie (vgl. „Willkommen im Leben“ unter „http://de.wikipedia.org/wiki/Willkommen_im_Leben“) oder als Kurzbeschreibung der Fernsehserie „Die Aribonen-

straße“ des Bayerischen Fernsehens (vgl. „Willkommen im Leben!“ unter „<http://www.br-online.de/land-und-leute/artikel/0707/05-aribonenstrasse/index.xml>“). In dem eben genannten Sinne verwendet auch die Beschwerdeführerin den angemeldeten Slogan als Titel bzw. Inhaltsangabe für Bücher zu den unterschiedlichsten Themen (vgl. allgemein „GU. Willkommen im Leben.“ unter „<http://www.gu-online.de/>“):

- „Willkommen im Leben, Gartenfreunde. ... was Gartenliebhaber wissen müssen.“ (vgl. „Garten & Balkon“ unter „<http://www.gu-online.de/gu-online/hausundgarten/index.php>“)

oder

- „Willkommen im Leben, Rückentrainer. ... Hier steht alles, was einen Rücken wirklich stärkt.“ (vgl. „Körper & Seele“ unter „<http://www.gu-online.de/gu-online/koerperundseele/index.php>“).

Auch wenn diese Titel von der Anmelderin selbst stammen, so begründet dieser Umstand keinen Anspruch auf Eintragung des Slogans als Marke. Die Verwendung von Haus aus nicht schutzfähiger Zeichen kann nur über den Weg des § 8 Abs. 3 MarkenG zu einer Registrierung führen.

(2) Das Zeichen erschöpft sich demgemäß in dem titelartigen Hinweis auf den Inhalt der so bezeichneten Waren und Dienstleistungen. Trotz der Beschränkung auf bestimmte Themengebiete kommt der Bezeichnung „Willkommen im Leben“ damit keine Herkunftsfunktion im Hinblick auf die gegenständlichen Waren und Dienstleistungen zu. Sie vermittelt lediglich die Vorstellung, die bespielten Bild- und Tonträger, die Druckereierzeugnisse und die auf einer Datenbank gespeicherten Informationen dienen dazu, die Aufgaben des Lebens engagiert und erfolgreich zu bewältigen. Die Wortfolge bringt eine gewisse Lebensfreude zum Ausdruck und kann im weiteren Sinn als Botschaft aufgefasst werden, mit Hilfe der ge-

genständlichen Waren und Dienstleistungen das Leben zu genießen, sich dem Leben zu öffnen oder am Leben aktiv teilzunehmen. Diese Möglichkeiten der Interpretation werden durch die von der Beschwerdeführerin genannten Fachgebiete nicht ausgeschlossen. Mit jedem von ihnen sind spezifische Ziele verbunden. So kommt es beim Kochen auf die schmackhafte Zubereitung von Speisen, im Zusammenhang mit der Gesundheit auf die Aufrechterhaltung der körperlichen Fitness und im Hinblick auf Tiere auf die artgerechte Haltung des jeweiligen Lebewesens an. Die auf den Bild- und Tonträgern, in den Druckereierzeugnissen oder in einer Datenbank enthaltenen Informationen helfen dabei, diese Ziele zu erreichen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Begriffskombination „Willkommen im Leben“ universell einsetzbar ist. Insbesondere kann sie - wie ausgeführt - mit den verschiedensten Lebenssituationen und damit einhergehenden Aufgaben bzw. Zielen in Verbindung gebracht werden.

Selbst wenn das angemeldete Zeichen damit auf unterschiedliche Art und Weise interpretiert werden kann, so führt dieser Umstand nicht zu seiner Schutzfähigkeit. Es handelt sich um austauschbare Bedeutungen, die lediglich allgemeine Aussagen ohne Eigenart vermitteln. Keine von ihnen ist geeignet, auf ein bestimmtes Unternehmen hinzuweisen (vgl. zur Mehrdeutigkeit auch BGH GRUR 2001, 1151, 1152, Nr. 21 - marktfrisch und GRUR 2004, 778, 779, Nr. 23 - URLAUB DIREKT).

c) Auf die von der Beschwerdeführerin geltend gemachten Voreintragungen in Österreich und in der Schweiz kommt es bei dieser Sachlage nicht an. Ausländische Voreintragungen fremdsprachiger Zeichen können zwar möglicherweise für die Beurteilung eines beschreibenden Aussagegehalts eine Indizwirkung entfalten. Da jedoch bereits die Voraussetzung der Fremdsprachigkeit nicht vorliegt, ist insoweit die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs hierzu nicht einschlägig (vgl. BGH GRUR 2001, 1046, 1047, Nr. 21 - GENESCAN; GRUR 2001, 162, 164, Nr. 29 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

d) Entbehrt das angemeldete Zeichen schon der Unterscheidungskraft, so bedarf es darüber hinaus nicht mehr der Prüfung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

2. Der Senat lässt die Rechtsbeschwerde auf Anregung der Beschwerdeführerin gemäß § 83 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu, da sich im Hinblick auf die im Verzeichnis vorgenommenen Einschränkungen die Frage der Anwendbarkeit der Postkantoor-Entscheidung des Gerichtshofs der Europäischen Gemeinschaften (GRUR 2004, 674, 678, Nr. 86) stellt. Insbesondere soll die Rechtsbeschwerde dazu dienen, die Anforderungen an die Bestimmtheit bzw. Mehrdeutigkeit eines Slogans zwecks Erlangung der notwendigen Unterscheidungskraft fortzubilden.

Grabrucker

Fink

Dr. Kortbein

Ko