



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 101/09

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 306 61 620.3

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 22. Dezember 2009 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Knoll, der Richterin Bayer und des Richters k. A. Metternich

beschlossen:

Die Beschwerde der Markenmelderin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bildmarke



(Farbkombination rot - weiß)

ist am 6. Oktober 2006 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister angemeldet worden, und zwar für folgende Waren und Dienstleistungen:

"Klasse 42: Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software; Rechtsberatung und -vertretung;

Klasse 38: Telekommunikation

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten."

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung nach entsprechender Beanstandung mit zwei Beschlüssen vom 6. Juni 2007 und vom 25. September 2008, von denen der Letztgenannte im Erinnerungsverfahren erging, zurückgewiesen.

Die Markenstelle ist der Auffassung, dass es der angemeldeten Marke im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Den angesprochenen Verbrauchern werde mit dem angemeldeten Zeichen die ohne weiteres verständliche Sachaussage "easy homepage" oder "homepage easy" vermittelt. In Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen werde das Zeichen in erheblichem Umfang dahingehend verstanden, dass sich das Dienstleistungsangebot auf eine einfache, also (pflege-)leichte Homepage beziehe, sei es, dass mit Inanspruchnahme der Dienstleistungen eine solche leicht erstellt werden könne, die Dienstleistungen den leichten Zugang zu Homepages ermöglichen oder diesen zum Gegenstand hätten. Dies gelte sowohl im Zusammenhang mit den Dienstleistungen "Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software" sowie "Telekommunikation", die das Erstellen bzw. Aufrechterhalten einer Homepage zum Gegenstand haben könnten als auch im Zusammenhang mit den "Wissenschaftlichen und technologischen Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezüglichen Designerdienstleistungen; industriellen Analyse- und Forschungsdienstleistungen", die sich thematisch mit Homepages befassen können. Die rechtlichen Gesichtspunkte rund um die Homepage und den Internet-Auftritt eigneten sich als Schwerpunktthema für die Dienstleistungen "Rechtsberatung und -vertretung", so dass auch insoweit für den Verkehr das Verständnis einer Sachaussage nahe liege. Gleichermäßen gelte dies für die Dienstleistungen "Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten", die allesamt in sachlichem Zusammenhang mit den Homepages der Unternehmen stehen könnten.

Auch die graphische Ausgestaltung der angemeldeten Wortkombination könne die Schutzfähigkeit nicht begründen. Diese beschränke sich auf die Anordnung der Wortbestandteile um bzw. in einem roten Kreis, der Verwendung unterschiedlicher Schrifttypen, der Verwendung der roten Farbe und eines größeren von rechts unten nach links auf das Wort "EASY" zeigenden Pfeils. Bei dem Kreis mit dem hierauf zeigenden Pfeil handele es sich um eine einfache graphische Form, die dem Mauszeiger, einem graphischen Bedienungselement, mit welchem auf einem Bildschirm das anzuwählende Objekt, Icon oder Menü angezeigt werde. In der konkreten Gestaltung werde hier der Bestandteil "EASY" ausgewählt. Dadurch werde in werbeüblicher Form die Sachaussage einer einfachen Handhabung noch hervorgehoben. Die graphischen Elemente wiesen damit keine charakteristischen Merkmale im Sinne eines Herkunftshinweises auf. Da damit bereits das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erfüllt sei, könne offen bleiben, ob auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG gegeben sei.

Dagegen richtet sich die von der Markenmelderin und Beschwerdeführerin am 3. November 2008 erhobene Beschwerde.

Eine Begründung hat die Markenmelderin auch nach nochmaliger Verlängerung der von ihr insoweit erbetenen Frist nicht eingereicht. Im Verfahren vor dem Deutschen Patent- und Markenamt hat sie die Auffassung vertreten, dass die Kombination "homepage" und "easy" als Merkmalsbeschreibung nicht von ihren Wettbewerbern benötigt werde und insoweit auch die erforderliche Unterscheidungskraft gegeben sei. "Easy" sei eine Bezeichnung, bei der sich ein Zusammenhang zum Begriff "homepage" nicht auf den ersten Blick erschließe, sondern die verschiedene Assoziationen wie "leicht, schönes, unbeschwertes Lebensgefühl" hervorrufe. Da kein direkter Zusammenhang mit einer Web-Site gesehen werden könne, sei auch kein beschreibender Inhalt gegeben. "Easy" stehe zudem im Mittelpunkt der graphischen Gestaltung, während "homepage" nur am äußeren Rand angesetzt sei. Es handele sich bei der Gestaltung der angemeldeten Marke um eine ungewöhnliche Kombination, "easy" mit "homepage" zu verbinden. Dem

Leser erschließe sich nicht sofort die Bedeutung dieses Wortgebildes. Die Marke besitze eine hinreichende, aber auch den Schutzzumfang auf die konkrete Gestaltung begrenzende Eigenprägung.

Einen Antrag auf mündliche Verhandlung hat die Beschwerdeführerin nicht gestellt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die verfahrensgegenständlichen Beschlüsse der Markenstelle, die Schriftsätze der Markenmelderin sowie den übrigen Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, jedoch unbegründet. Entgegen der Auffassung der Markenmelderin weist die angemeldete Marke in Bezug auf die Waren und Dienstleistungen, für die sie eingetragen werden soll, nicht die nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft auf.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (vgl. zur ständigen Rechtsprechung BGH/GRUR 2003, 1050 - "Cityservice"; GRUR 2004, 683, 684 - "Farbige Arzneimittelkapsel"; GRUR 2006, 850, 854 - Tz. 18 - "FUSSBALL WM 2006"; EuGH/GRUR 2004, 674 - "Postkantoor"). Es muss also eine Kennzeichnungskraft mit der Eignung zur Ausübung der Herkunftsfunktion verbunden sein, auch wenn eine Marke zusätzlich noch weitere Funktionen haben kann (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 9. Aufl., § 8 Rdnr. 42).

Nur soweit ein Zeichen zur Erfüllung der Herkunftsfunktion geeignet ist, besteht eine Rechtfertigung dafür, die allgemeine Wettbewerbsfreiheit dadurch einzuschränken, dass die betreffende Angabe der ungehinderten Verwendung vorenthalten und zugunsten eines einzelnen monopolisiert wird (vgl. EuGH/GRUR 2003, 604, 607 Tz. 51 - "Libertel"; GRUR 2004, 674, 677 Tz. 68 - "Postkantoor"). Ausgehend davon ist nach der aktuellen Rechtsprechung des EuGH wie auch des BGH Unterscheidungskraft nicht nur solchen Angaben abzusprechen, denen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren und Dienstleistungen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen. Vielmehr kann diese auch aus anderen Gründen fehlen (vgl. EuGH/GRUR 2004, 674 - "Postkantoor"; GRUR 2004, 680 - "Biomild"), und zwar insbesondere solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchte Ware oder Dienstleistung zwar nicht unmittelbar beschreiben, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (vgl. BGH/GRUR 2006, 850, 854 [Tz. 19] - FUSSBALL WM 2006).

Die Wortbestandteile "Homepage" und "easy", die in die deutsche Sprache bzw. den deutschen Sprachgebrauch Eingang gefunden haben (vgl. zu "homepage": Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 6. Auflage 2006, S. 846; zu "easy" Internetangebote aus Deutschland wie "www.easyapotheke.de" - Versandhandel für Arzneimittel, "www.easyticket.de" - Kartenbestellungen für Sport- und Kulturveranstaltungen, www.easybad.com - Onlineshop für Bad- und Sanitärausstattungen), werden in ihrer Kombination von den an englischsprachige Begriffe gewöhnten Verkehrskreisen, an die sich die hier beanspruchten IT-Dienstleistungen richten, ohne weiteres als "leicht zu bedienende, benutzerfreundliche Homepage" oder "leicht zu wartende und zu pflegende Homepage" aufgefasst. "Homepage" kann hierbei sowohl für die Startseite ihres Inhabers, als auch für dessen Internetauftritt als Ganzes stehen.

Mit der Markenstelle ist davon auszugehen, dass die Dienstleistungen "Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software" und "Telekommunikation"

die Einrichtung und den Betrieb einer leicht zu nutzenden bzw. zu betreibenden Homepage zum Gegenstand haben können, so dass insoweit ein enger beschreibender Bezug der angemeldeten Marke zu diesen Dienstleistungen gegeben ist. Das gleiche gilt für die Dienstleistungen "Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen und Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen". Diese können sich auf die einer solchen Homepage zugrundeliegende Technologie, Programmierung und ihre Ausgestaltung durch das konkrete Web-Design beziehen. Soweit die Dienstleistungen "Rechtsberatung und -vertretung" beansprucht werden, kann mit der Markenstelle davon ausgegangen werden, dass die umfangreichen rechtlichen Aspekte eines Internetauftritts wie z. B. Urheberrecht, Recht der Telekommunikation inhaltlich Gegenstand einer solchen Homepage sein können. Auch zu diesen Dienstleistungen weist die angemeldete Marke einen engen beschreibenden Bezug auf.

Ein enger beschreibender Bezug der angemeldeten Marke ist auch in Bezug auf die Dienstleistung "Werbung" gegeben; Homepages können selbst Werbeträger sein oder durch werbemäßig platzierte Banner oder Links auf Unternehmen und ihre Produkte und Dienstleistungen aufmerksam machen, was für die Gestaltung einer einfach zu nutzenden oder zu pflegenden Homepage von Belang ist. Die Dienstleistungen "Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung" sind heutzutage ohne eine moderne, oft webbasierte IT kaum mehr zu erbringen, so dass die Gestaltung einer ebenso leicht zu bedienenden bzw. zu benutzenden wie zu betreibenden und zu wartenden Homepage hierzu ebenfalls enge sachliche Bezüge aufweist. Zu den Dienstleistungen "Büroarbeiten", die in gleicher Weise auf die Nutzung einer modernen IT angewiesen sind, ist ebenfalls ein entsprechend enger sachlicher Bezug gegeben.

Die vorgenannten Dienstleistungen werden insbesondere auch von Unternehmen in Anspruch genommen bzw. richten sich an sie. Diese Verkehrskreise werden aufgrund der dargelegten engen sachlichen und beschreibenden Bezüge, die die

Wortkombination "easy homepage" oder "homepage easy" in Bezug auf die hier beanspruchten Dienstleistungen aufweisen, in dieser Wortkombination eine im Vordergrund stehende Sachangabe und keinen individualisierenden Hinweis auf eine bestimmte betriebliche Herkunft sehen.

Hieran ändert auch die graphische Gestaltung der angemeldeten Marke nichts. Zwar kann ein eigenständiger betrieblicher Herkunftshinweis durch eine bildliche oder graphische Ausgestaltung nicht unterscheidungskräftiger Wortbestandteile erreicht werden. Dies setzt aber voraus, dass die graphische Ausgestaltung einen schutzunfähigen Charakter der übrigen Markenbestandteile, kennzeichnungs-kräftige Verfremdung des Gesamteindrucks der Marke bewirken, so dass die graphischen Elemente charakteristische Merkmale aufweisen müssen, während einfache und gebräuchliche Gestaltungen und Verzierungen den sachbezogenen Charakter einer Angabe regelmäßig nicht beseitigen können (Ströbele/Hacker, Markengesetz, 9. Aufl., § 8, Rdnr. 126, 127). Im vorliegenden Fall hält sich die graphische Gestaltung allerdings im Rahmen des Üblichen. Dies gilt zum einen für die Anordnung des Wortbestandteils "homepage" in Großbuchstaben um einen Kreis, in den das Wort "easy", ebenfalls in Großbuchstaben, wenn auch in einer anderen Schrifttype eingefügt ist. An derartige Ausgestaltungen ist der Verkehr gewöhnt, ohne daraus auf eine bestimmte betriebliche Herkunft zu schließen.

Eine solche herkunftskennzeichnende Funktion wird auch durch den von rechts unten nach links oben eingefügten Pfeil nicht hergestellt. Dieser Pfeil entspricht der typischen Darstellung eines "Mauszeigers", mit dem auf einer graphischen Oberfläche eines PC Objekte wie Icons oder Links "angeklickt" werden können. Es handelt sich damit um die Wiedergabe eines graphischen Bedienungselements, das mit der Funktion und Nutzung einer Homepage zwingend verbunden ist. Dann wird aber dadurch die dargelegte Sachaussage der Wortbestandteile durch die graphische Ausgestaltung gerade nicht verfremdet, sondern im Gegenteil noch betont.

Der angemeldeten Marke fehlt somit die nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft. Ob darüber hinaus auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erfüllt ist, kann dahingestellt bleiben.

Die Beschwerde war nach alledem zurückzuweisen.

Knoll

Bayer

Metternich

Hu