



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 148/07

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 305 56 510.9

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 30. April 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel sowie der Richterin Werner und des Richters Schell

beschlossen:

Die Beschwerde des Anmelders wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortfolge

Ohne Probleme einfach los

ist für die nachstehenden Waren und Dienstleistungen der Klassen 4, 12, 36 und 37 zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden:

„Benzin (Brennstoff), Brenngas, mineralische Brennstoffe, Kraftstoffe (nicht chemische), Motorenöl, Schmieröl, Treibstoff, Treibstoffzusätze (nicht chemische), Zusätze (nicht chemische) für Kraftstoff und Treibstoff;

Abdeckhauben für Fahrzeuge, Achsmanschetten für Fahrzeuge, Achsschenkel, Airbags (Sicherheitsvorrichtung für Autos), Anhänger (Fahrzeuge), Anhängerkupplungen für Fahrzeuge, Antriebsmaschinen für Landfahrzeuge, Antriebswellen für Landfahrzeuge, Antriebswellengelenke für Landfahrzeuge, Autobusse, Autoreifen, Bleigewichte zum Auswuchten von Fahrzeugreifen, Blendschutzvorrichtung für Fahrzeuge, Bremsanlagen für Landfahrzeuge, Bremsbacken für Fahrzeuge, Bremsbeläge für Fahrzeuge, Bremsklötze für Fahrzeuge, Bremskraftverstärker für Fahrzeuge, Bremssättel für Fahrzeuge, Bremsscheiben für Fahrzeuge, Bremsschläuche für Fahrzeuge, Bremsschuhe für Fahr-

zeuge, Bremstrommeln für Fahrzeuge, Brennstoffaggregate für Fahrzeuge, Chassis für Fahrzeuge, Chassis für Kraftfahrzeuge, Diebstahlsicherungen für Fahrzeuge (mechanisch), Diebstahlwarngeräte für Fahrzeuge, Drehmomentwandler für Landfahrzeuge, Düsenmotoren für Landfahrzeuge, Elektrofahrzeuge, Elektromotoren für Landfahrzeuge, Fahrgestelle für Fahrzeuge, Fahrgestelle für Kraftfahrzeuge, Fahrtrichtungsanzeiger für Fahrzeuge, Fahrwerksteile, Fahrzeugbremsen, Fahrzeuge, Fahrzeuge zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft, zu Wasser und auf Schienen, Fahrzeugfenster, Fahrzeugkarosserien, Fahrzeugliegen, Fahrzeugräder, Fahrzeugradspeichen, Fahrzeugreifen, Fahrzeugsitze, Fahrzeugtüren, Fahrzeugverdecke, Felgen für Fahrzeugräder, Frontspoiler, Frontspoilerlippen, Fußpedale für Fahrzeuge, Gehäuse für Teile von Landfahrzeugen [ausgenommen für Motoren], Gepäcknetze für Fahrzeuge, Gepäcktaschen für Zweiräder, Gepäckträger für Fahrzeuge, Getriebe für Landfahrzeuge, Handbremshebel, Heckschürzen, Hupen und Signalhörner für Fahrzeuge, Hydraulikkreisläufe für Fahrzeuge, Innenpolsterungen für Fahrzeuge, Karosserien für Kraftfahrzeuge, Kastenwägen (Fahrzeuge), Kleinwagen, Kopfstützen für Fahrzeugsitze, Kotflügel, Kraftfahrzeuge und deren Teile, Kraftfahrzeuge, Kuppelungen (Verbindungen) für Landfahrzeuge, Ladebordwände (Teile von Landfahrzeugen), Lastkraftwagen (geschlossen), Lastwagen, Lastwagenaufbauten, Laufflächen für die Runderneuerung von Reifen, Laufmäntel für Luftreifen, Luftpumpen (Fahrzeugzubehör), Militärfahrzeuge für den Transport, Motoren für Landfahrzeuge, Motorhauben für Fahrzeuge, Motorhauben für Kraftfahrzeuge, Naben für Fahrzeugräder, Nabenringe, Omnibusse, Pleuel für Landfahrzeuge (ausgenommen Motorenteile), Radachsen, Radkappen, Radlager für Fahrzeuge, Radzierblenden, Rädergetriebe für Landfahrzeuge, Raupenketten für Fahrzeuge, Reduktions-

getriebe für Landfahrzeuge, Reifen (Pneus), Reifen für Fahrzeugräder, Reiseomnibusse, Rückfahrwarngeräte für Fahrzeuge, Rückspiegel, Schaltknäufe für Landfahrzeuge, Schaltkupplungen für Landfahrzeuge, Schaluppen, Scheibenwischer, Schläuche für Reifen, Schlitten (Fahrzeuge), Schmutzfänger, Schonbezüge für Fahrzeugsitze, Schutzbleche, Sicherheits-Kombigurte für Fahrzeugsitze, Sicherheitsgurte für Fahrzeugsitze, Sicherheitskindersitze für Fahrzeuge, Skiständer für Kraftfahrzeuge, Fahrradständer, Sonnenblenden für Automobile, Spikes für Reifen, Sportfahrwerke, Sportspiegel für Fahrzeuge, Sportwagen, Spurstangen, Steuerräder für Fahrzeuge, Stoßdämpfer für Fahrzeuge, Stoßdämpfer für Kraftfahrzeuge, Stoßdämpferfedern für Fahrzeuge, Stoßstangen für Fahrzeuge, Stoßstangen für Kraftfahrzeuge, Tankkappen für Fahrzeuge, Tieferlegungsfedern, Torsionswellen für Fahrzeuge, Tragfedern für Fahrzeuge, Treibketten für Landfahrzeuge, Triebwerke für Landfahrzeuge, Trittbretter für Fahrzeuge, Turbinen für Landfahrzeuge, Übersetzungsgetriebe für Landfahrzeuge, Untersetzungsgetriebe für Landfahrzeuge, Ventile für Fahrzeugreifen, Wagen (Fahrzeuge), Wagenuntergestelle, Wasserkühler für Landfahrzeuge, Windschutzscheiben, Wischblätter (Scheibenwischer), Wohnmobile, Wrickriemen

Ausgabe von Kreditkarten, Bankgeschäfte, Homebanking, finanzielle Beratung, Versicherungsberatung, Vergabe von Darlehen, Finanzierung, Gewährung von Teilzahlungskrediten, Kreditvermittlung, Leasing, Unfallversicherung, Vermittlung von Versicherungen

Abschmieren von Fahrzeugen, Polieren von Fahrzeugen, Reinigen von Fahrzeugen, Reparatur von Fahrzeugen im Rahmen der Pannenhilfe, Rostschutzbehandlung von Fahrzeugen, Wa-

schen von Fahrzeugen, Fahrzeuginstandhaltung, Fahrzeugservice (Reparatur, Wartung, Instandhaltung), Lackierarbeiten, Runderneuerung von Reifen.“

Die Markenstelle für Klasse 12 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese Anmeldung zunächst als nicht schutzfähig i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG beanstandet mit der Begründung, dass die angemeldete Wortfolge als unmittelbare Beschreibung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen könne und von den angesprochenen Verkehrskreisen nicht an erster Stelle als Hinweis auf das Herkunftsunternehmen im Unterschied zu anderen Herkunftsunternehmen wahrgenommen werden werde. Im Anschluss daran hat die Markenstelle die Anmeldung mit zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen.

Mit seiner Beschwerde verfolgt der Anmelder weiter die Eintragung der angemeldeten Wortfolge in das Register. Er meint, spruchartige Wortfolgen seien wie andere Wortmarken zu behandeln und würden keinen strengeren Schutzvoraussetzungen unterliegen. Dazu beruft sich der Anmelder u. a. auf BGH GRUR 2000, 321 - „Radio von hier“ - und GRUR 2000, 323 - „Partner with the Best“. Auch eine mögliche Werbewirkung der Marke schließe nicht aus, dass die Marke gleichzeitig unterscheidungskräftig sei. Ein kurzer und einprägsamer Werbespruch, der jedoch ohne eindeutigen Sinngehalt ist und bezüglich der angemeldeten Waren und Dienstleistungen mehrere Gedankenschritte erfordere, um überhaupt zu der Interpretation zu gelangen, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen angesprochen seien, sei markenrechtlich schutzfähig. Eine besondere Prägnanz der angemeldeten Marke ergebe sich daraus, dass der Vokal „O“ - so der Anmelder wörtlich - ihr „vokalischer Schwerpunkt“ sei. Gerade ein langgezogenes „Oh“ sei Ausdruck für Erstaunen, Beeindruckt-Sein und Wohlgefallen. Der positive Effekt, der somit mit der Marke erreicht werde, werde durch den Sinngehalt der Sloganartigen Marke verstärkt. Diese Formulierung bilde einen zusätzlichen Effekt, der in

den angegriffenen Beschlüssen bisher nicht berücksichtigt worden sei. Im Übrigen enthalte die Marke für keine der beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine unmittelbare Beschreibung oder doch nicht für alle.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 12 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. Januar 2006 und vom 12. Januar 2007 aufzuheben.

Zu den weiteren Einzelheiten wird Bezug genommen auf die Akten.

II.

Da der Beschwerdeführer keine mündliche Verhandlung beantragt hat und nach der Beurteilung des Senats eine solche Verhandlung auch nicht sachdienlich gewesen wäre, konnte die vorliegende Entscheidung im schriftlichen Verfahren ergehen (§ 69 MarkenG).

Die zulässige Beschwerde des Anmelders hat in der Sache keinen Erfolg, weil der angemeldeten Wortfolge - wie bereits in den angegriffenen Beschlüssen zutreffend festgestellt worden ist - die erforderliche Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinn der genannten Bestimmung ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom maßgeblichen Publikum, d. h. dem normal informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen, als Unterscheidungsmittel für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber sol-

chen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2003, 227, 232 f. (Nr. 61, 62) „Orange“; GRUR 2004, 428, 429 f. (Nr. 30, 31) „Henkel“; GRUR 2004, 943, 944 (Nr. 23, 24) „SAT.2“; BGH GRUR 2006, 850, 854 (Nr. 17) „FUSSBALL WM 2006“). Wortmarken besitzen nach der Rechtsprechung insbesondere dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 674, 678 (Nr. 86) „Postkantoor“; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 „marktfrisch“; GRUR 2001, 1153 „antiKALK“; GRUR 2005, 417, 418 „BerlinCard“) oder eine bloße Anpreisung oder Werbeaussage allgemeiner Art (vgl. BGH GRUR 2001, 735, 736 „Test it.“; GRUR 2002, 1070, 1071 „Bar jeder Vernunft“) zuordnen.

Das gilt in gleicher Weise für Wortmarken in Form von Slogans, wie die vorliegende Marke einen darstellt. Wenngleich an solche Marken keine strengeren Maßstäbe anzulegen sind als an sonstige Arten von Zeichen, ist allerdings zu berücksichtigen, dass Wortmarken in Form von Werbesprüchen vom Verkehr nicht notwendig in gleicher Weise wahrgenommen werden wie andere Markenkategorien. Insoweit ist bei Slogans, die eine im Vordergrund stehende Werbefunktion ausüben, dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Durchschnittsverbraucher aus solchen Slogans gewöhnlich nicht auf die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen schließen (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, 1029 (Nr. 32-35) „DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT“). Als einen derartigen Werbespruch, dem die angesprochenen Verkehrskreise für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich eine im Vordergrund stehende werblich anpreisende Aussage, nicht jedoch die Funktion eines betrieblichen Herkunftshinweises entnehmen werden, hat die Markenstelle die angemeldete Wortfolge zutreffend bewertet.

Die beschwerdegegenständliche Marke wird beansprucht einerseits für Waren und Dienstleistungen der Klassen 4, 12 und 37, die in unmittelbarem Zusammenhang

stehen mit Fahrzeugen, und andererseits für Dienstleistungen der Klasse 36 im Finanz- und Versicherungswesen. In beiden Zusammenhängen stellt die angemeldete Wortfolge einen nicht unterscheidungskräftigen Werbeslogan dar.

Das Wort „los“ ist im Deutschen als Abkürzung für eine räumliche Bewegung gebräuchlich, wie z. B. in „ich muß los“ oder „er ist mit dem Wagen los“. Gemeint ist in diesen Fällen, „ich muß losgehen oder -fahren“, bzw. „er ist mit dem Wagen losgefahren“. Dem entspricht eine Verwendung des Wortes als Aufforderung, mit einer Bewegung oder einer Tätigkeit zu beginnen, z. B. als Teil des sportlichen Startrufs „Achtung! Fertig! Los!“, als dringende umgangssprachliche Aufforderung „los, los!“ oder - ebenfalls umgangssprachlich - „also los“ als eher informative Mitteilung, dass jetzt mit etwas begonnen wird oder begonnen werden soll.

Auch sonst ist die angemeldete Wortfolge grammatisch regelrecht und aus allgemein geläufigen Wörtern des deutschen Sprachschatzes gebildet. Daher werden die angesprochenen Verbraucher „Ohne Probleme einfach los“ für sämtliche angemeldeten Waren und Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit Kraftfahrzeugen stehen, nächstliegend und unmissverständlich als das Versprechen auffassen, dass sie mit den Fahrzeugen, aus denen diese Waren bestehen oder für die die beanspruchten Waren und Dienstleistungen bestimmt sind, ohne Probleme einfach losfahren oder losfliegen können. Fahrzeuge zu Land, zu Wasser und für die Luft verschaffen Fahrern und Fahrgästen autonome räumliche Bewegungsfreiheit. Das ist ihr Zweck und der Grund für die Faszination, die sie auf viele Menschen ausüben. Die unproblematische Nutzung von Fahrzeugen setzt voraus, dass sie jederzeit technisch einwandfrei fahren bzw. fliegen. Das verspricht die angemeldete Wortfolge.

Die in der Klasse 36 beanspruchten Dienstleistungen Leasing sowie die Dienstleistungen im Bank- und Versicherungswesen können - ausgenommen die „Ausgabe von Kreditkarten“ - sämtlich direkt auf die Finanzierung oder Versicherung von Fahrzeugen gerichtet sein. Insoweit stellt die angemeldete Marke eine ein-

fache Regelung dieser Voraussetzungen für deren Nutzung in Aussicht mit der Folge, dass die Abnehmer der Dienstleistungen ohne finanzielle oder versicherungstechnische Probleme mit ihren Fahrzeugen einfach losfahren können. Die Ausgabe von Kreditkarten mag im Zusammenhang mit speziell auf Fahrzeuge gerichteten Finanzierungs- und Versicherungsgeschäften noch nicht üblich geworden sein. Sie ist jedoch Teil eines Kreditvertrages und Kredite sollen finanzielle Handlungsspielräume eröffnen. Das kann einfach und problemlos geschehen oder nur unter komplexen Voraussetzungen, etwa, indem dem Kreditnehmer abverlangt wird, für eine umfassende Absicherung der Kreditsumme zu sorgen und den Kreditgeber von den Erfolgsaussichten der Investition zu überzeugen, für die der Kredit bestimmt ist. Im Gegensatz zu diesen aufwendigen Verfahren der Kreditvergabe stellt der Slogan „Ohne Probleme einfach los“ bei Kreditgeschäften generell eine rasche und für den Kreditnehmer unproblematische finanzielle Handlungsfreiheit durch Kredit in Aussicht.

Anders als der Anmelder kann der Senat in der Vokalfolge der angemeldeten Wortfolge keine Besonderheit erkennen. Die Marke ist grammatisch regelrecht gebildet und enthält neben dem Vokal „O“, das Schluß-E in „ohne“ und „Probleme“, das gedehnte „E“ in Probleme sowie den Diphtong „ei“ und den Vokal „a“ in „einfach“. Dem gegenüber entwickelt die dreifache Verwendung des Vokals „O“ für den Gesamteindruck des Slogans kein besonderes Gewicht.

Auch der Hinweis des Anmelders auf im deutschen Register eingetragene Marken können seiner Anmeldung nicht zum Erfolg verhelfen. Voreintragungen können für die Entscheidung über die Schutzfähigkeit bzw. die fehlende Schutzfähigkeit einer Marke keine Bindungswirkung entfalten, weil es sich dabei nicht um eine Ermessens-, sondern um eine reine Rechtsfrage handelt. Ihre Beantwortung bestimmt sich nach den gesetzlichen Bestimmungen und der einschlägigen Rechtsprechung. Das haben der Europäische Gerichtshof in seiner Spruchpraxis zum Gemeinschaftsmarkenrecht und der Bundesgerichtshof in seiner Rechtsprechung zum Markengesetz immer wieder bestätigt (vgl. etwa EuGH

GRUR 2006, 229, 231, Rdn. 46-49 - BioID; BGH GRUR 2005, 578, 580 - LOKMAUS). Unabhängig von den konkreten Umständen, die im jeweiligen Einzelfall zur Eintragung geführt haben, sind die acht Eintragungen, auf die sich der Anmelder berufen hat, auch nicht dazu geeignet, eine ständige Spruchpraxis des Deutschen Patent- und Markenamts zu belegen, von der die beschwerdegegenständlichen Beschlüsse des Patentamts womöglich abweichen. Dafür ist die Fallzahl von acht Eintragungen zu niedrig.

Eine Eintragung der angemeldeten Marke in Österreich - die der Anmelder möglicherweise mit Schriftsatz vom 9. Mai 2006 behaupten wollte - würde an den vorstehenden Feststellungen nichts ändern, weil auch für Voreintragungen im deutschsprachigen Ausland die vorgenannten Grundsätze gelten (vgl. BPatG BIPMZ 2001, 155, 157 - HAPPINESS; BPatG GRUR 2001, 737, 741 - Waschmittelflasche; vgl. auch ÖsterrOGH GRUR Int. 1999, 794, 795 - AMC/ATC).

Die Rechtsbeschwerde war nicht zuzulassen, weil der Senat über keine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden hatte (§ 83 Abs. 1 und Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) und eine Entscheidung des Bundesgerichtshofs auch nicht zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erforderlich ist (§ 83 Abs. 1 und Abs. 2 Nr. 1 MarkenG). Vielmehr beruht die Entscheidung des Senats auf der für die Auslegung des harmonisierten Markenrechts maßgeblichen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs und auf der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs.

Stoppel

Schell

Werner

Me