



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 546/12

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 049 899.4

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch die Richterin Dr. Hoppe als Vorsitzende, die Richterin Kirschneck und den Richter Kätker am 5. November 2013

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 36 des DPMA vom 7. August 2012 aufgehoben.

Gründe

I.

Am 20. August 2010 hat die Anmelderin die Wortmarke

Einfach besser ankommen

angemeldet für

Klasse 36

Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäft, Immobilienwesen.

Mit Beschluss vom 7. August 2012 hat die Markenstelle für Klasse 36 die Anmeldung nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Sie ist der Ansicht, dass das begehrte Zeichen nicht unterscheidungskräftig sei. Der Internetseite der Anmelderin sei zu entnehmen, dass diese ein mehrstufiges Analyse- und Beratungskonzept für das Erreichen des Rentenalters anbiete. Vor diesem Hintergrund verstehe der angesprochene Verkehr die Wortfolge dahingehend, dass die Inanspruchnahme der angemeldeten Dienstleistungen es ermögliche, „besser im Rentenalter anzukommen“. Dies erfasse finanzielle und versicherungsrechtliche Aspekte ebenso, wie Wohneigentum. In Zusammenhang mit den begehrten Dienstleistungen ergebe sich die Bedeutung von „einfach besser ankommen“ daher eindeutig und zweifelsfrei.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, die ihr Verzeichnis mit Schriftsatz vom 30. Oktober 2013 in der Klasse 36 wie folgt eingeschränkt hat:

„Versicherungswesen, ausgenommen Kraftfahrtversicherungen, Transportversicherungen, Gepäckversicherungen, Reiseversicherungen sowie Kranken- und Unfallversicherungen“

Mit ihrer Beschwerde begehrt die Anmelderin die Eintragung der angemeldeten Marke für die in dem eingeschränkten Verzeichnis begehrten Dienstleistungen. Sie ist der Ansicht, dass der Eintragung keine Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 MarkenG entgegenstünden.

Sie beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts aufzuheben.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und begründet. Der angemeldeten Marke stehen hinsichtlich der noch verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen nach der zulässigen Beschränkung des Verzeichnisses (§ 39 Abs. 1 MarkenG) keine Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 2 MarkenG entgegen.

1.

a) Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen können.

Bei der Auslegung der absoluten Eintragungshindernisse ist nach der Rechtsprechung des EuGH zu Art. 3 Abs. 1 der MarkenRL (Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates der Europäischen Union 2008/95/EG) das Allgemein-

interesse, das der Regelung zugrunde liegt, zu berücksichtigen (EuGH GRUR 2008, 608 (Nr. 66) - EUROHYPO m. w. N.). Die auf Art. 3 Abs. 1 Buchstabe c der MarkenRL zurückzuführende Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, sämtliche Zeichen oder Angaben, die geeignet sind, Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zu beschreiben, frei zu halten (EuGH GRUR 2008, 503 (Nr. 22, 23) - ADIDAS II; EuGH MarkenR 2012, 147 (Nr. 32) - NAI - Der Natur-Aktien-Index). Es gibt nämlich - insbesondere im Hinblick auf die Notwendigkeit eines unverfälschten Wettbewerbs - Erwägungen des Allgemeininteresses, die es ratsam erscheinen lassen, dass bestimmte Zeichen von allen Wettbewerbern frei verwendet werden können. Solche Zeichen oder Angaben dürfen deshalb nicht aufgrund einer Eintragung nur für ein Unternehmen monopolisiert werden (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 (Nr. 25) - Chiemsee; EuGH GRUR 2004, 146 (Nr. 31) - DOUBLEMINT; EuGH GRUR 2004, 674 (Nr. 54, 56) - Postkantoor; EuGH GRUR 2004, 680 (Nr. 35 - 36) - BIOMILD; vgl. auch Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rd. 265 m. w. N.).

b) Zu dem angesprochenen Verkehr zählen alle Kreise, in denen die fragliche Marke aufgrund der beanspruchten Dienstleistungen Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann (vgl. EuGH GRUR 2004, 428 (Nr. 65) - Henkel). Im vorliegenden Fall gehören hierzu sowohl der Fachverkehr als auch allgemeine und breite Verbraucherkreise. Maßgeblich ist insoweit der normal informierte, angemessen aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher (EuGH GRUR 2006, 411 (Nr. 24) - Matratzen Concord/Hukla; EuGH GRUR 1999, 723 (Nr. 29) - Chiemsee; Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rdn. 29 ff.).

c) Vorliegend besteht kein Freihaltungsbedürfnis an dem begehrten Zeichen, da es die noch beanspruchten Dienstleistungen nicht hinreichend direkt und konkret beschreibt.

Ein Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG liegt nämlich nur vor, wenn das Zeichen einen hinreichend direkten und konkreten Bezug zu den angemeldeten Produkten aufweist, der es dem angesprochenen Publikum ermöglicht, unmittelbar und ohne weitere Überlegung eine Beschreibung der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen oder eines ihrer Merkmale zu erkennen (EuGH GRUR 2010, 534 (Nr. 29) - PRANAHAUS; EuGH GRUR Int. 2010, 503 (Nr. 26, 27) - Patentconsult; EuGH GRUR Int. 2011, 400 (Nr. 50) - 1000; EuG T-328/11 (Nr. 16) - EcoPerfekt (PAVIS PROMA); (BGH MarkenR 2012, 29 (Nr. 14) - Rheinpark-Center Neuss). Die Wahl des Begriffs „Merkmal“ zeigt, dass ein beschreibendes Zeichen nur vorliegt, wenn eine leicht von den beteiligten Verkehrskreisen zu erkennende Eigenschaft der Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, bezeichnet wird (EuGH GRUR 2011, 1035 (Nr. 50) - Zahl 1000). Die Eintragung eines Zeichens kann daher nur dann verweigert werden, wenn vernünftigerweise davon auszugehen ist, dass es von den beteiligten Verkehrskreisen tatsächlich als eine Beschreibung eines Produktmerkmals erkannt werden wird (EuGH GRUR 2011, 1035 (Nr. 50) - Zahl 1000).

An die Beurteilung der Schutzfähigkeit von Zeichen oder Angaben, die aus mehreren Worten bestehen sind keine anderen Maßstäbe anzulegen als an sonstige Zeichen (vgl. EuGH GRUR 2010, 228 (Nr. 36) - Vorsprung durch Technik; EuGH C-311/11 (Nr. 25 - 30) - Wir machen das Besondere einfach (PAVIS PROMA); EuGH GRUR 2004, 1027 (Nr. 32, 44) - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2009, 949 (Nr. 12) - My World). Auch insoweit ist daher zu prüfen, ob solche Marken eine unmittelbar beschreibende Sachaussage enthalten (vgl. EuGH GRUR 2010, 228 (Nr. 57) - Vorsprung durch Technik; BGH GRUR, 949 (Nr. 12) - My World; BGH GRUR 2009, 778 (Nr. 12) - Willkommen im Leben). Das ist vorliegend zu verneinen.

d) Das begehrte Zeichen besteht aus einer zusammenhängenden Wortfolge, deren Bestandteile sinnhaft aufeinander bezogen sind. Die Aussage „einfach besser“ deutet daraufhin, dass ein Vorteil gegenüber anderen Produkten besteht.

Allerdings beschränkt sich die Wortfolge nicht auf diese beiden Begriffe, sondern enthält als weitere Komponente das Verb „ankommen“. Dadurch wird ihr Sinngehalt präzisiert und eingengt. Das Verb „ankommen“ kann räumlich verstanden werden, im Sinne von „besser an einem Ort ankommen“ oder im Sinne von „auf Sympathie stoßen/gefallen“. In der Werbung geht es dabei oft darum, dass Produkte „besser ankommen“, d. h. gefallen.

e) Für Versicherungen finden sich ähnliche Wortfolgen zudem gelegentlich, um bestimmte Versicherungen mit räumlichem Bezug, wie z. B. Reiseversicherungen, Auslandskranken- oder Transportversicherungen ihrer Art nach dahingehend zu beschreiben, dass die Versicherung den Zweck hat, ein besseres (räumliches) Ankommen zu ermöglichen. Wenn dem Verkehr das Zeichen in Zusammenhang mit Versicherungen, die einen solchen räumlichen Bezug haben können (Kfz-, Transport-, Reise-, Gepäck-, Kranken-, Unfallversicherung) begegnet, könnte er es daher als Sachhinweis auffassen, ohne dass dies zusätzliche, erläuternde Begriffe erfordern würde. Solche Versicherungen mit räumlichem Bezug hat die Anmelderin im Verlauf des Beschwerdeverfahrens indes aus ihrem Verzeichnis gestrichen.

f) Eine Beschreibungseignung bzw. ein hinreichend enger Bezug für andere Versicherungen, insbesondere für Rentenversicherungen und Finanzdienstleistungen, besteht demgegenüber nicht. Allerdings findet sich gelegentlich die Formulierung, dass jemand „im Ruhestand ankommt“. Damit erhält die Wortfolge eine Bedeutung im übertragenen Sinne, die eine eher zeitliche Variante von „ankommen in einem bestimmten Lebensabschnitt“ beinhaltet. Die schlichte Wortfolge „einfach besser ankommen“, ohne weitere präzisierende Zusätze, wird aber nicht in diesem übertragenen Sinn verstanden. Dies gilt selbst dann, wenn der Verkehr dem Zeichen im Zusammenhang mit einer Rentenversicherung begegnet, denn die Art der Versicherung drängt nicht dazu, die Wortfolge dahingehend zu verstehen, dass sie dazu dient, „besser im Ruhestand anzukommen“. Hierzu bedarf es vielmehr einer (unzulässigen) Hinzufügung der Worte „Ruhestand/Ren-

te/Pension“. Die Formulierung „gut/besser im Ruhestand ankommen“ ist zudem auch nicht so gebräuchlich, dass eine derartige Assoziation des Verkehrs ohne weiteres angenommen werden könnte, selbst wenn durch die Art der Dienstleistung (Rentenversicherung) ein gewisser Bezug zum Ruhestand hergestellt wird. Auch die von der Markenstelle in diesem Zusammenhang erwähnten Belege stammen von der Anmelderin und werden erst durch die Hinzufügung zusätzlicher, erläuternder Begriffe verständlich (Damit Sie am Ende im Rentenalter „Einfach besser ankommen!“). Ohne den Zusatz „im Rentenalter“ bliebe unverständlich, worauf sich das „besser ankommen“ beziehen könnte. Das Zeichen ist indes so, wie es angemeldet ist zu prüfen und darf nicht durch imaginäre Begriffe erweitert werden (vgl. BGH GRUR 2002, 64, 65 - INDIVIDUELLE; Ströbele-/Hacker, 10. Aufl., Rd. 92).

g) Aus dem gleichen Grund ist die Wortfolge auch für andere Versicherungen (ausgenommen die unter Ziff. 1. e) genannten), selbst für solche mit Bezug zum häuslichen Bereich, nicht beschreibend. Zwar finden sich gelegentlich Formulierungen, wie „gut zu Hause ankommen“, oder „im eigenen Heim ankommen“. Aber auch hier bedarf es der zusätzlichen Substantive „zu Hause“, „Daheim“ o. ä., um den Sinngehalt der Wortfolge zu erschließen. Dementsprechend ist die Wortfolge auch für Immobiliendienstleistungen nicht beschreibend.

2.

Dem beanspruchten Zeichen steht auch nicht das Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

a) Nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wären von der Eintragung diejenigen Marken ausgeschlossen, denen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und sie somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH

GRUR Int. 2005, 135 (Nr. 29) - Maglite; EuGH GRUR 2004, 428 (Nr. 30 f.) - Henkel). Die Hauptfunktion der Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2005, 1042 (Nr. 23, 24) - Thomson LIFE; EuGH GRUR 2004, 943 (Nr. 23) - SAT.2; BGH GRUR 2008, 710 (Nr. 12) - VISAGE). Der Verbraucher kann erwarten, dass die Herstellung der mit der Marke gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung unter der Kontrolle eines einzigen Unternehmens erfolgt ist. Die Prüfung der Herkunftsfunktion hat dabei streng und umfassend zu erfolgen, um die ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu verhindern (EuGH GRUR 2004, 1027 (Nr. 45) - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; EuGH GRUR 2003, 604 (Nr. 59) - Libertel; EuGH GRUR 2003, 58 (Nr. 20) - Companyline).

Aus der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs geht hervor, dass die Kriterien für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zwar für alle Markenkategorien dieselben sind, dass sich aber im Zusammenhang mit der Anwendung dieser Kriterien zeigen kann, dass nicht jede dieser Kategorien von den maßgeblichen Verkehrskreisen notwendig in gleicher Weise wahrgenommen wird und dass es daher schwieriger sein kann, die Unterscheidungskraft der Marken bestimmter Kategorien nachzuweisen (EuGH GRUR Int. 2012, 914 (Nr. 26) - Wir machen das Besondere einfach). Gleichwohl genügt allein die Tatsache, dass eine Marke von den angesprochenen Verkehrskreisen als Werbeslogan wahrgenommen wird und dass andere Unternehmen sie sich im Hinblick auf ihren lobenden Charakter zu Eigen machen könnten, nicht, um den Schluss zu ziehen, dass dieser Marke die Unterscheidungskraft fehlt.

Auch wenn es sich daher - wie hier - um ein Zeichen handelt, das aus mehreren Worten besteht, hängt die Unterscheidungskraft daher allein davon ab, ob es von den maßgeblichen Verkehrskreisen zumindest auch als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Dienstleistungen wahrgenommen wird.

b) Die hier beanspruchte Wortkombination ist bei Zugrundelegung des dargelegten Prüfungsmaßstabs hinreichend unterscheidungskräftig, denn das angesprochene Publikum, wird ihr im Hinblick auf die noch beanspruchten Dienstleistungen den Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen entnehmen können. Da der Wortfolge für die noch verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen - wie oben dargelegt - kein verständlicher, im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann und es sich auch sonst nicht um eine gebräuchliche Wortfolge handelt, die stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden würde, gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass der Marke die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl. BGH GRUR 2006, 850 (Nr. 19) - FUSSBALL WM 2006; BGH GRUR 2007, 1071 (Nr. 25) - Kinder II; BGH GRUR 2001, 1042 (1042) - REICH UND SCHÖN). Bei der beanspruchten Wortfolge handelt es sich insbesondere nicht um eine gebräuchliche Wortfolge der Alltagssprache, die üblicherweise in Zusammenhang mit den konkret beanspruchten Dienstleistungen benutzt würde. Die Internetrecherche des Senats hat hierfür keine hinreichenden Ergebnisse geliefert und auch Prüfung der Markenstelle lässt keine Belege für die übliche Benutzung der begehrten Wortfolge in Zusammenhang mit den noch verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen erkennen. Allein der Hinweis auf eine Benutzung durch die Anmelderin genügt insoweit nicht, um die Üblichkeit der Verwendung im maßgeblichen Dienstleistungssegment anzunehmen.

Dr. Hoppe

Kätker

Kirschneck

CI