



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 64/13

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung Nr. 30 2010 057 057.1

hat der 27. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) am 26. Juni 2014 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Albrecht, des Richters Hermann und des Richters k.A. Schmid

beschlossen:

Auf die Beschwerde werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 41 vom 8. November 2011 und vom 2. August 2013 aufgehoben, soweit die Anmeldung bezogen auf die Dienstleistung „Werbung“ zurückgewiesen worden ist.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmelderin hat am 29. September 2010 die Wortmarke

UNTERNEHMEN LEBENSQUALITÄT

für Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 35, 38, 41 und 42 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 41 hat die Anmeldung durch Beschlüsse vom 8. November 2011 und – im Erinnerungsverfahren – vom 2. August 2013 teilweise zurückgewiesen, nämlich für

09: bespielte magnetische, magneto-optische und optische Träger für Ton, Bild und Daten

- 16: Druckereierzeugnisse, Drucksachen, Druckschriften, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Broschüren; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate)

- 35: Werbung

- 38: Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen jeder Art im Internet

- 41: Erziehung, Ausbildung, Unterhaltung, kulturelle und sportliche Aktivitäten; Veröffentlichung und Herausgabe von Publikationen (ausgenommen für Werbezwecke); Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen (ausgenommen für Werbezwecke), insbesondere von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern sowie von Lehr- und Informationsmaterial; gespeichert auf analogen oder digitalen Datenträgern, auch im Internet; Online-Publikation (ausgenommen für Werbezwecke), insbesondere von elektronischen Büchern, Zeitschriften, Artikeln und Berichten

- 42: wissenschaftliche Dienstleistungen und Forschungsarbeiten.

Zur Begründung des Erinnerungsbeschlusses hat die Markenstelle ausgeführt, das angemeldete Zeichen entbehre jeglicher Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, da es von den angesprochenen Verkehrskreisen insoweit ausschließlich als sachbezogene Angabe verstanden werde. Die Wortfolge werde in diesem Kontext ohne analysierende Betrachtung des Zeichens dahingehend aufgefasst, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen ein Projekt oder Vorhaben zum Thema Lebensqualität betreffen. Die Wortzusammensetzung sei sprachüblich aus Wörtern der deutschen Alltagssprache gebildet. Tatsächliche

Verwendungsbeispiele wie „Unternehmen Familie“, „Unternehmen Erfolg“, „Unternehmen Zukunft“, „Unternehmen Bildung“ (s. Anlagen zum Beschluss vom 8. November 2011) oder unmittelbar „Sanofi: Unternehmen Lebensqualität“ wie „Unternehmen Lebensqualität für Stadt und Region“ (Anlagen 1 u. 2 zum Beschluss vom 2. August 2013) seien Hinweis auf einen verfestigten Sprachgebrauch.

Das Zeichen zeige die Eignung der von der Zurückweisung betroffenen Waren und Dienstleistungen, die Lebensqualität zu erhöhen oder Maßnahmen dazu zu thematisieren. Der Begriff könne bewusst weit gefasst sein, um ein thematisch breites Feld abzudecken. Eine begriffliche Mehrdeutigkeit sei ist nicht ersichtlich, da der Verbraucher stets von der für ihn nahe liegenden Bedeutung ausgehe.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG werde durch jedes noch so geringe Maß an Unterscheidungskraft überwunden. Der Aussagegehalt der angemeldeten Wortfolge beschränke sich nicht auf eine Beschreibung von Merkmalen der von der Zurückweisung erfassten Waren und Dienstleistungen. Er sei interpretationsbedürftig und mehrdeutig. Der von der Markenstelle ermittelte Bedeutungsgehalt setze mehrere gedankliche Zwischenschritte voraus, die das Publikum erfahrungsgemäß nicht vornehme. Daher handele es sich um ein sprechendes Zeichen, das dem Verbraucher nur vage Informationen über die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen vermittele.

Die Anmelderin beantragt,

die angegriffenen Beschlüsse aufzuheben.

II.

Über die Beschwerde konnte im schriftlichen Verfahren entschieden werden. Eine mündliche Verhandlung ist nicht beantragt worden und wird auch nicht für sachdienlich erachtet, vgl. § 69 MarkenG.

Die zulässige Beschwerde hat nur teilweise Erfolg.

Die angemeldete Wortmarke „UNTERNEHMEN LEBENSQUALITÄT“ verfügt ungeachtet des geltenden großzügigen Maßstabs (vgl. BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 – grill meister) allein bezogen auf die Dienstleistung „Werbung“ über die erforderliche Eignung, als betriebliches Unterscheidungsmittel verstanden zu werden, § 8 Abs. 2 Nr. 1 i.V.m. § 37 Abs. 1 MarkenG. In Ansehung der weiteren von der Zurückweisung der Marke betroffenen Waren und Dienstleistungen besteht sie nämlich ausschließlich in einer unmittelbar erfassbaren Angabe, die den Inhalt der beanspruchten Waren und Dienstleistungen bestimmt (vgl. BGH GRUR 2014, 569 Rn. 14 – HOT).

Maßgeblich ist die Anschauung der angesprochenen Verbraucher. Diese werden die Marke so wahrnehmen, wie sie ihnen entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtung zu unterziehen (BGH GRUR 2012, 270 Rn. 12 – Link economy; GRUR 2014, 569 Rn. 12 – HOT).

Der Begriffsgehalt des angemeldeten Zeichens ist in den angegriffenen Beschlüssen anhand lexikalischer Referenzen und einer Auswahl tatsächlicher, sogar wortgleicher Verwendungsbeispiele im Sinn eines auf die Erlangung oder Erhöhung der Lebensqualität ausgerichteten Vorhabens erläutert. Seine unmittelbare und eindeutige Erfassbarkeit wird vor allem durch die Eignung des Begriffs „Lebensqualität“ als Gegenstand von in diesem Sinn systematisch angelegten Optimierungsanstrengungen nahe gelegt. Die Formulierung „Unternehmen + Ziel“ ist zudem Ausdruck einer gängigen Wortbildungsstruktur, an die das Publikum auch

aus verschiedenen synonymen Wendungen wie „Aktion ...“, „Operation ...“ (siehe Duden Online „Unternehmen“) gewöhnt ist.

Das Verständnis von „Unternehmen“ im Sinn einer kaufmännischen Organisationseinheit mag zwar begrifflich auch in Frage kommen, tritt im genannten Waren- und Dienstleistungszusammenhang demgegenüber jedoch insbesondere mit Rücksicht auf den inneren Zusammenhang der Wortbestandteile zurück, zumal Strategien zur Stärkung der Lebensqualität bereits im Anmeldezeitpunkt in verschiedenen Ausprägungen Gegenstand öffentlicher Diskussion waren (vgl. etwa Begriffe wie „Work-Life-Balance“, „Quality Time“, „lifestyles of health and sustainability“). Andere Auslegungen sind weder durch die Anmelderin aufgezeigt noch sonst erkennbar.

Die Wortmarke ist bezogen auf solche Waren und Dienstleistungen, die der mediengestützten Vermittlung von Inhalten dienen, unmittelbar und ohne Unklarheit als Hinweis auf das konkret erörterte oder in anderer Weise bearbeitete Thema zu verstehen. Entsprechende Werke können in Form eines mehrbändigen oder periodisch erscheinenden Werks ohne Weiteres breit angelegt sein. Im Übrigen ist – wie auch die von der Markenstelle zitierten Verwendungsbeispiele zeigen – das Publikum auch an stichwortähnliche Inhaltsangaben gewöhnt, die ungeachtet einer möglichen Verallgemeinerung griffige Ausdrücke der öffentlichen Diskussion aufnehmen (vgl. BGH GRUR 2010, 1100 Rn. 14 – TOOOR!).

Unter diesem Gesichtspunkt wird der Begriff bezogen auf die noch verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16 und 38 als thematische Angabe aufgefasst. Ein entsprechendes Verständnis als thematische Einordnung greift auch bezogen auf die Dienstleistungen „Erziehung, Ausbildung“ Platz, die auf Vermittlung von Informationen mit dem Ziel der Steigerung der Lebensqualität angelegt sein können. In vergleichbarer Funktion kann der Begriff ferner prägnant den Inhalt eines Forschungsprojekts (Kl. 42) bezeichnen, das Maßnahmen zur Steigerung der Lebensqualität zum Gegenstand hat.

Die Dienstleistungen „Unterhaltung, kulturelle und sportliche Aktivitäten“ können aktive Maßnahmen sein, die darauf abzielen können, die Lebensqualität unter dem Gesichtspunkt individuellen Wohlbefindens (Gesundheit, Partizipation, Bildung) zu fördern. Selbst wenn dem Begriff insofern der Zug einer Anpreisung beizulegen wäre, erkennt das Publikum angesichts dieses sich aufdrängenden Wortsinns hierin keinen Hinweis auf die betriebliche Herkunft (vgl. BGH GRUR 2010, 640 Rn. 13 – hey!).

Keine andere Bewertung ergibt sich hinsichtlich der Dienstleistungen „Veröffentlichung und Herausgabe von Publikationen (ausgenommen für Werbezwecke); Veröffentlichung und Herausgabe von Druckereierzeugnissen (ausgenommen für Werbezwecke), insbesondere von Zeitungen, Zeitschriften und Büchern sowie von Lehr- und Informationsmaterial; gespeichert auf analogen oder digitalen Datenträgern, auch im Internet; Online-Publikation (ausgenommen für Werbezwecke), insbesondere von elektronischen Büchern, Zeitschriften, Artikeln und Berichten“ der Klasse 41. Der Zeicheninhalt deckt angesichts der Vielzahl und Komplexität der Faktoren, die die individuelle Lebensqualität beeinflussen können, einen hinreichend abstrakten Themenbereich ab, der verschiedene, unter einem verbindenden Begriff zusammengeführte Werke oder Informationsformate umfassen kann (vgl. BGH GRUR 2013, 522 Rn. 17 – Deutschlands schönste Seiten).

Abweichend verhält es sich, wie die Anmelderin insoweit zu Recht geltend macht, bezogen die Dienstleistung „Werbung“. Gewerbliche Werbung für Dritte, insbesondere durch eine Werbeagentur, kann zwar in gewissem inhaltlichen Zusammenhang jedenfalls zum Begriff „Lebensqualität“ insofern stehen, als die Optimierung der Lebensqualität ein zugkräftiges Werbeargument bilden kann. Allerdings besteht in der Werbebranche keine Gewohnheit, bestimmte Werbedienstleistungen unter Benennung von inhaltlichen Werbeaussagen anzuzeigen (vgl. BGH GRUR 2009, 949 Rn. 24 – MyWorld; BPatG, Beschl. v. 2. Dezember 2012, 29 W (pat) 569/12 – Betriebskultur). Auch ist nicht erkennbar, dass sich entspre-

chende Leistungen treffend unter dem Zeichenbegriff erfassen und sachlich gegen andere Leistungen abgrenzen ließen.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Dr. Albrecht

Hermann

Schmid

Hu