



BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 508/14

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2013 007 261.8

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 30. Juni 2015 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Friehe, des Richters Merzbach und der Richterin Dorn

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen 30 2013 007 261.8

EasyLife

ist am 22. Oktober 2013 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für folgende Waren angemeldet worden:

- Klasse 12: Fahrzeugsitze; Kinderwagen; Kinderwagenverdecke; Kopfstützen für Fahrzeugsitze; Planen für Kinderwagen; Sicherheitsgurte für Fahrzeugsitze; Sicherheitskindersitze für Fahrzeuge; Sicherheits-Kombigurte für Fahrzeugsitze;
- Klasse 18: Babytragebeutel; Babytragen; Kindertragetaschen;
- Klasse 20: Kinderhochstühle.

Die Markenmeldung wurde mit Beschluss des DPMA vom 10. Januar 2014 wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, das angemeldete Zeichen stelle für die beanspruchten Waren lediglich eine werbliche Sachangabe dar. Es sei sprachüblich aus den zwei zum englischen Grundwortschatz gehörenden Begriffen „easy“ (= leicht, bequem, einfach) und „life“ (= Leben) gebildet. In der Gesamtaussage („leichtes Leben“) erschöpfe sich die Bedeutung des Markenwortes in einem glatt beschreibenden Sachhinweis auf die beanspruchten Waren. Die Wortkombination eigne sich dazu, auf Materialeigenschaften wie Tragbarkeit, Verwendbarkeit oder einfache Handhabung der fraglichen Waren sowie auf eine allgemeine Anwenderfreundlichkeit hinzuweisen. Dem Verbraucher werde in werbeüblicher Weise ein leichteres Leben bei Verwendung dieser Produkte in Aussicht gestellt.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie ausführt, das angemeldete Markenwort habe keinen im Vordergrund stehenden, ohne Weiteres erfassbaren beschreibenden Begriffsinhalt, da weder „easy“ noch „life“ noch die Zusammensetzung „Easylife“ Merkmale der beanspruchten Waren bezeichnen. Der Zweck eines Sicherheitskindersitzes, eines Kinderwagens, einer Babytragetasche oder eines Kinderhochstuhls sei vielmehr die (sichere) Aufbewahrung eines Kindes. Im Übrigen hätten Eltern in keiner Lebensphase eines kleinen Kindes ein „leichtes Leben“, da sie ständig gefordert seien. Der vom DPMA angenommene Zusammenhang mit dem angemeldeten Wortzeichen sei daher allenfalls vage und konstruiert.

Einen förmlichen Sachantrag hat die Beschwerdeführerin nicht gestellt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

1. Der Eintragung des angemeldeten Wortzeichens

Easylife

als Marke steht hinsichtlich der beanspruchten Waren jedenfalls das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

a) Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungs- mittel aufgefasst zu werden, welches die in Rede stehenden Waren oder

Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet ist. Rspr., vgl. (BGH GRUR 2014, 569 Rdnr. 10 – HOT). Die Hauptfunktion der Marke besteht nämlich darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH a. a. O. – HOT). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft ist die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens (BGH GRUR 2013, 1143 Rdnr. 15 – Aus Akten werden Fakten), wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist. Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen.

Ausgehend hiervon besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden.

b) Unter Anwendung dieser Grundsätze fehlt der angemeldeten Marke für die beanspruchten Waren jegliche Unterscheidungskraft.

Das sprachüblich gebildete Anmeldezeichen besteht aus einer Aneinanderreihung der zwei zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörenden Wörter „easy“

mit der Bedeutung „leicht“, „müheles“, „einfach“, „bequem“ und „life“ mit der Bedeutung „Leben“ (vgl. Langenscheidts Millennium-Wörterbuch Englisch, Langenscheidt Verlag 2000). Neben dem Adjektivbestandteil „easy“ des angemeldeten Zeichens, der in der Bedeutung „leicht, locker“ Eingang in die deutsche Sprache gefunden hat (<http://www.duden.de/rechtschreibung/easy>), ist dem deutschen Publikum auch das Substantiv „life“ aus diversen gängigen und lexikalisch belegten Wortzusammensetzungen, wie „Lifestyle“, „Nightlife“, „Highlife“, „Midlife-Crisis“ oder „American Way of Life“ bekannt (<http://www.duden.de/suchen/dudenonline/life>).

Demnach wird der inländische Verbraucher dem angemeldeten Zeichen in seiner Gesamtheit unmittelbar die Bedeutung „einfaches/leichtes Leben“ zuordnen können. Die Zusammenschreibung der beiden Wörter vermag hieran nichts zu ändern.

Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die angesprochenen Verkehrskreise die Wortkombination „EasyLife“ in ihrer Gesamtheit im Zusammenhang mit sämtlichen beanspruchten Waren ohne weiteres Nachdenken als schlagwortartige, werblich anpreisende Sachangabe dahingehend verstehen, dass die so gekennzeichneten Waren etwa in Bezug auf (Sitz-)Komfort, Ein- und Ausbau, Qualität, Haltbarkeit, Anwendung und Bedienung oder die Möglichkeit des leichten, einfachen Umbaus (z. B. für Kinderhochstühle) ein bequemes, angenehmes Leben - im täglichen Umgang - ermöglichen. Durch die Bezeichnung „EasyLife“ werden damit positive Eigenschaften der fraglichen Waren herausgestellt, nämlich, dass man bei deren Benutzung ein (vergleichsweise) angenehmes Leben im Vergleich zu anderen Verbrauchern in dieser Situation (mit Kindern) hat (vgl. die für die identische Anmeldung ergangene Zurückweisungsentscheidung des HABM vom 13.02.2014, Nr. 012330627).

Die angemeldete Marke eignet sich daher nicht als betrieblicher Herkunftshinweis.

2. Die Beschwerdeführerin kann sich zur Ausräumung des Schutzhindernisses auch nicht auf eine ihrer Meinung nach abweichende Eintragungs- bzw. Entscheidungspraxis berufen. Zum einen sind die von ihr im patentamtlichen und Beschwerdeverfahren angeführten Voreintragungen bzw. Entscheidungen des BPatG betreffend die Marken „2gether4life“ (30 W (pat) 532/12) und „DANCE4LIFE“ (30 W (pat) 502/12) schon nicht vergleichbar, da diese Marken für andere Waren und/oder Dienstleistungen geschützt sind und nur den identischen Bestandteil „life“ und daneben noch andere Wortbestandteile enthalten.

Zum anderen entfalten Voreintragungen identischer oder vergleichbarer Marken hinsichtlich der Schutzfähigkeit weder eine Bindungs- noch eine Indizwirkung. Denn für die Entscheidung, ob der Markenmeldung ein Eintragungshindernis entgegensteht, kommt es allein darauf an, ob die tatbestandlichen Voraussetzungen eines der gesetzlich geregelten Schutzhindernisse gegeben sind. Der Umstand, dass identische oder ähnliche Zeichen als Marken eingetragen worden sind, ist demgegenüber nicht maßgebend (vgl. EuGH GRUR 2009, 667 – Bild digital und ZVS Zeitungsvertrieb Stuttgart).

3. Bei dieser Sachlage kann dahinstehen, ob die angemeldete Marke darüber hinaus für die fraglichen Waren nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist.

III.

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. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Friehe

Merzbach

Dorn

Me