jusline®
»» Recht. Schnell

Sie können die QR Codes nützen um später wieder auf die neuste Version eines Gesetzestexts zu gelangen.

# TE OGH 2020/8/19 33R67/20w

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 19.08.2020

**Kopf**

Das Oberlandesgericht Wien hat als Rekursgericht ***** wegen Eintragung der Wortmarke „Good Life“ über den Rekurs des Antragstellers gegen den Beschluss der Rechtsabteilung des Patentamts vom 2.6.2020, AM 22070/2019-3, in nichtöffentlicher Sitzung den

Beschluss

gefasst:

**Spruch**

Dem Rekurs wird nicht Folge gegeben.

Der Wert des Entscheidungsgegenstands übersteigt EUR 30.000.

Der ordentliche Revisionsrekurs ist nicht zulässig.

Begründung

**Text**

Der Antragsteller beantragte die Eintragung der Wortmarke „Good Life“ in diesen Warenklassen und mit diesem Schutzumfang:

19 Jalousien, nicht aus Metall; Türen, Tore, Fenster und Fensterabdeckungen, nicht aus Metall; Baumaterialien und Bauelemente, nicht aus Metall.

20 Aufhängevorrichtungen für Vorhänge; Aufhängungen für Vorhänge; Haltestangen für Vorhänge; Vorhangringe; Vorhangrollen aus Kunststoff; Vorhangschienen; Vorhangstangen; Stangen für Stores; Ausziehbare Schienen aus Kunststoff für Tüllgardinen; Schienen für Deckenaufhängungen, nicht aus Metall; Beschläge für Gardinenstangen; Gardinenhaken; Gardinenhalter zum Raffen von Gardinen; Gardinenringe; Gardinenrollen; Gardinenstangen; Zubehörteile für Gardinenstangen; Jalousien Rollos für Fenster; Rollos; Rollos zur Verwendung in Innenräumen; Haken für Kleiderstangen; Halter zur Sicherung von Fensterverkleidungen; Dekorative Fensterornamente; Tische; Hängeregale zur Lagerung Möbel; Saugnäpfe Befestigungsmittel; Verdeckte Befestigungsvorrichtungen, nicht aus Metall; Gardinenleisten; Aufhängevorrichtungen für Gardinen; Vorhängeschienen; Jalousien [Rollos] für Fenster; Möbel und Einrichtungsgegenstände.

24 Fensterabdeckungen Vorhänge aus textilem Material; Futterstoffe für Vorhänge; Gardinen aus Textilien oder aus Kunststoff; Gardinenstoffe; Gardinen und Vorhänge; Vorhänge [Gardinen] aus Stoff; Stoffe für Gardinen [Vorhänge]; Girlanden Vorhänge; Vorhänge; Vorhänge aus Kunststoff; Vorhänge aus textilem Material; Textilgardinen [Vorhänge]; Vorhänge für Duschen; Textile Querbehänge [Vorhänge]; Textile Kurzwaren Tischwäsche; Tischdecken; Tischwäsche;

Wachstuch Tischtücher; Handtücher; Tuch; Tücher Laken; Vorhangstoffe; Vorhangvolants; Fensterdekorationstextilwaren; Fenstergardinen; Textilien als Fensterbekleidungen; Textilien für Rollos; Textilstoffe als Fensterabdeckungen; Textilstoffe zur Herstellung von Rollos.

Er brachte vor, das Zeichen sei unterscheidungskräftig und jedenfalls nicht (ausschließlich) beschreibend. „Good Life" sei mit „Gutes Leben" zu übersetzen und beschreibe keine Eigenschaften oder Funktionen der angemeldeten Waren. Kein Verbraucher betrachte „Good Life" als Hinweis auf die Eigenschaften oder Funktionen der angemeldeten Waren. „Good Life" sei ein allgemein – unabhängig von konkreten Waren oder Dienstleistungen – positiv besetzter Begriff. Er sei nicht nötig, um Eigenschaften oder Funktionen der angemeldeten Waren für den Verbraucher zu beschreiben; Angebot, Vertrieb und Bewerbung der angemeldeten Waren seien möglich, ohne den Begriff „Good Life" zu verwenden. Der Begriff werde auch europaweit von Markenämtern als schutzfähig betrachtet.

Mit dem angefochtenen Beschluss wies das Patentamt den Antrag ab. Begründend verwies es im Wesentlichen darauf, das Zeichen sei ausschließlich beschreibend (§ 4 Abs 1 Z 4 MSchG). „Good Life" könne sich auf den Lebensstil beziehen und spreche insofern ua eine schöne Wohnung und eine ebensolche Einrichtung an; die angemeldeten Waren seien diesem Bereich zuzuordnen. „Good Life" könne aber auch mit „gute Haltbarkeit" oder „gute Lebensdauer" übersetzt werden; das Zeichen sei insofern nur eine werbliche Anpreisung einer Beschaffenheit der angemeldeten Waren, nämlich ihrer langen Lebensdauer.

Gegen diesen Beschluss richtet sich der Rekurs des Antragstellers aus dem erkennbaren Rekursgrund der unrichtigen rechtlichen Beurteilung mit dem Antrag, den Beschluss abzuändern und die Wortmarke in das Markenregister einzutragen.

**Rechtliche Beurteilung**

Der Rekurs ist nicht berechtigt.

1. Die Rechtsabteilung hat schon im Zuge der Prüfung der Anmeldung mit dem Antragsteller erörtert, dass Zeichen, denen keine Unterscheidungskraft zukomme, nicht als Marke registriert werden können, und dass das Zeichen „Good Life" in Bezug auf die Waren, die mit ihm gekennzeichnet werden sollen, nicht geeignet sei, gleichartige Waren und/oder Dienstleistungen nach deren Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen zu unterscheiden (AS 5).

2. Gemäß § 4 Abs 1 Z 3 MSchG sind solche Zeichen von der Registrierung ausgeschlossen, die keine Unterscheidungskraft haben. Fehlt nämlich die Unterscheidungskraft, kann das Zeichen die Hauptfunktion der Marke als betrieblicher Herkunftshinweis nicht erfüllen (RS0132933; RS0118396 [T7]). Originär unterscheidungskräftig ist eine Marke, wenn sie geeignet ist, die Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie damit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (C-108/97, Chiemsee; C-104/00 P, Companyline; RS0118396). Ob ein Zeichen unterscheidungskräftig ist, ist anhand seines Gesamteindrucks zu beurteilen (RS0066749; Koppensteiner, Markenrecht4 82), und zwar für die konkreten Waren und Dienstleistungen, für die das Zeichen angemeldet wurde (Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 § 4 Rz 53 ff). Maßgeblich ist die Auffassung der beteiligten Verkehrskreise im Inland (RS0079038), idR also der normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der jeweiligen Waren und Dienstleistungen (RS0114366 [T5]; Asperger, aaO Rz 64-65; Ingerl/Rohnke, MarkenG³ § 8 Rz 73; Koppensteiner, aaO 83).

3. Bei Wortmarken bejaht die Rechtsprechung die Unterscheidungskraft nur bei frei erfundenen, keiner Sprache angehörenden Phantasiewörtern (im engeren Sinn) oder Zeichen, die zwar dem allgemeinen Sprachgebrauch angehören, jedoch mit der Ware, für die sie bestimmt sind, in keinem Zusammenhang stehen (Phantasiewörter im weiteren Sinn). Entscheidend ist, ob die beteiligten Verkehrskreise die Wörter als Phantasiebezeichnungen auffassen (RS0066644). Sind die Bestandteile einer Wortkombination nicht unterscheidungskräftig, ist es die Wortkombination nur dann, wenn ihr Sinngehalt über die Summe ihrer Bestandteile hinausgeht (EuGH C-265/00, Biomild).

4. Fremdsprachige Begriffe sind im Allgemeinen so zu behandeln wie deutschsprachige (Newerkla in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 § 4 Rz 224). Ob sie unterscheidungskräftig sind, hängt somit davon ab, ob sie im Prioritätszeitpunkt im Inland so weit bekannt waren, dass der inländische Verkehr einen die Kennzeichnungsfunktion

ausschließenden Sinngehalt erkennen konnte (4 Ob 7/05s, car care; 4 Ob 28/06f, Firekiller; 17 Ob 21/07y, Anti-Aging-Küche; 4 Ob 11/14t, EXPRESSGLASS). Das kann selbst dann zutreffen, wenn die Bezeichnung in der Fremdsprache nicht gebräuchlich ist (4 Ob 277/04w, Powerfood; 4 Ob 28/06f, Firekiller; 4 Ob 38/06a, Shopping City).

5. Vor diesem Hintergrund begegnet der angefochtene Beschluss im Ergebnis keinen Bedenken: „Good Life" ist der englischen Sprache entnommen und damit von vornherein kein Phantasiewort im engeren Sinn. Die beteiligten Verkehrskreise - österreichische Verbraucher - werden „Good Life" weit überwiegend mit „gutes Leben" oder allenfalls „schönes Leben" übersetzen. Das Rekursgericht teilt die Ansicht der Rechtsabteilung, dass die beteiligten Verkehrskreise mit diesem Begriff, neben anderen Umständen, die Wohnsituation assoziieren werden – ist doch die Wohnung der Mittelpunkt des Privatlebens und spielt als solcher eine entscheidende Rolle bei der Beurteilung, ob ein Leben als „gut" oder „schön" empfunden wird. Ob eine Wohnung aber als „schön" angesehen wird, hängt wiederum maßgeblich von ihrer Einrichtung ab, wozu auch die angemeldeten Waren (im Wesentlichen: Fenster- und Türabdeckungen samt Zubehör) gehören. Die beteiligten Verkehrskreise stellen somit einen Zusammenhang zwischen dem Begriff „Good Life" und den von der Anmeldung umfassten Waren her. Dies zieht nicht einmal der Antragsteller in Zweifel; er moniert nur, dass „Good Life" keine Eigenschaft der angemeldeten Waren selbst sei (und damit nicht beschreibend iSd § 4 Abs 1 Z 4 MSchG). Da aber aufgrund des hergestellten Zusammenhangs zwischen „Good Life" und den angemeldeten Waren kein Phantasiewort im weiteren Sinn vorliegt, ist die Unterscheidungskraft der angemeldeten Wortmarke zu verneinen.

6. Die Entscheidung der Rechtsabteilung bedarf somit keiner Korrektur. Ob das angemeldete Zeichen darüber hinaus beschreibenden Charakter hat (§ 4 Abs 1 Z 4 MSchG), sodass die Eintragung in das Markenregister auch deshalb zu verweigern wäre, muss nicht mehr geklärt werden.

7. Angesichts der Bedeutung des Markenschutzes im Wirtschaftsleben war auszusprechen, dass der Wert des Entscheidungsgegenstandes EUR 30.000 übersteigt (§ 59 Abs 2 AußStrG).

8. Da die Beurteilung der markenrechtlichen Kennzeichnungskraft im Einzelfall keine Rechtsfragen von der Qualität des § 62 Abs 1 AußStrG aufwirft, war der ordentliche Revisionsrekurs nicht zuzulassen.

**Schlagworte**

Gewerblicher Rechtsschutz – Markenschutz; GOOD LIFE,

**Textnummer**

EW0001063

**European Case Law Identifier (ECLI)**

ECLI:AT:OLG0009:2020:03300R00067.20W.0819.000

**Im RIS seit**

11.11.2020

**Zuletzt aktualisiert am**

05.01.2022

**Quelle:** Oberster Gerichtshof (und OLG, LG, BG) OGH, http://www.ogh.gv.at

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at