jusline®
»» Recht. Schnell

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

TE OGH 2020/12/9 33R92/20x

JUSLINE Entscheidung

Veröffentlicht am 09.12.2020

Kopf

Das Oberlandesgericht Wien hat als Rekursgericht ***** wegen Eintragung der Wortmarke „FÜR DIE ZUKUNFT NOW“ AM 12630/2019, über den Rekurs der Antragstellerin gegen den Beschluss der Rechtsabteilung des Patentamts vom 16.7.2020, AM 12630/2019-2, 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

Die Antragstellerin beantragte die Eintragung der Wortmarke

FÜR DIE ZUKUNFT NOW

für die Waren der Klasse:

3 Geschirrspülmittel; Bleich- und Waschmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Seifen; Parfümeriewaren; ätherische Öle; Kosmetika; Haarlotionen; Zahnputzmittel.

Mit dem angefochtenen Beschluss wies das Patentamt die Eintragung der Wortmarke für sämtliche Waren der Klasse 3 ab. Rechtlich ging das Patentamt davon aus, dass dem Zeichen die Unterscheidungskraft fehle. Die beteiligten Verkehrskreise verstünden in diesem Zeichen nur eine Aussage dahingehend, wie sich die Waren auf die Umwelt oder die Gesundheit auswirken werden.

Dagegen richtet sich der Rekurs der Antragstellerin aus dem Rekursgrund der unrichtigen rechtlichen Beurteilung mit dem Antrag, die Entscheidung der Rechtsabteilung dahingehend abzuändern, dass die Marke „FÜR DIE ZUKUNFT NOW“ eingetragen werde.

Rechtliche Beurteilung

Der Rekurs ist nicht berechtigt.

1.1. Nach § 4 Abs 1 Z 3 MSchG sind Zeichen von der Registrierung ausgeschlossen, die keine Unterscheidungskraft haben.

Ob einer Waren- oder Dienstleistungsbezeichnung Unterscheidungskraft zukommt, ist anhand des Gesamteindrucks des Zeichens zu beurteilen (RS0079038). Diese Eigenschaft kommt einer Marke zu, wenn sie unmittelbar als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der fraglichen Waren oder Dienstleistungen wahrgenommen werden kann und so die Ursprungsidentität garantiert, sodass die maßgeblichen Verkehrskreise die Waren oder Dienstleistungen des Markeninhabers ohne Verwechslungsgefahr von denen anderer betrieblicher Herkunft unterscheiden können (C-108/97, Chiemsee; C-104/00 P, Companyline; C-398/08, Vorsprung durch Technik; C-104/01, Orange, Rn 62; EuG T-471/07, Tame it, Rn 15 mwN; RS0118396; zuletzt etwa 4 Ob 10/14w, Jimi Hendrix; 4 Ob 49/14f, My TAXI).

1.2. Fehlt die Unterscheidungskraft, so kann das Zeichen die Hauptfunktion der Marke als betrieblicher Herkunftshinweis nicht erfüllen (OBm 1/11, OXI-Effekt mwN; 4 Ob 38/06a, Shopping City mwN; RS0118396 [T7]). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft die Eintragung verhindert, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen (OBm 3/12, Lounge.at, unter Hinweis auf BGH I ZB 22/11, Starsat; OBm 1/13, Malzmeister mwN; ähnlich RS0122383). Dies bedeutet jedoch nicht, dass eine Marke im Zweifel zuzulassen ist (vgl C-104/01, Orange, Rn 58 und 59; C-64/02, Das Prinzip der Bequemlichkeit).

1.3. Ob die Unterscheidungskraft vorliegt, ist anhand der konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen, für die das Zeichen angemeldet wurde, nach objektiven Kriterien unter Berücksichtigung der Branchenüblichkeit zu prüfen (Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 § 4 Rz 56; 4 Ob 10/14w, Jimi Hendrix mwN). Abzustellen ist auf die Wahrnehmung der beteiligten Verkehrskreise, also auf den Handel und/oder den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher dieser Waren und Dienstleistungen (Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 § 4 Rz 67 mwN der Rsp; C-104/01, Orange, Rn 46 und 63; RS0079038 [T1]; RS0114366 [T5]).

1.4. Die Gründe nach § 4 Abs 1 Z 3 bis 5 MSchG (Art 3 Abs 1 lit b bis d MarkenRL) sind nach der Rsp des EuGH gesondert zu prüfen (C-304/06, Eurohypo). Unterscheidungskraft fehlt einer Wortmarke aber dann, wenn die maßgebenden Verkehrskreise sie als Information über die Art der mit ihr gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen verstehen, nicht aber als Hinweis auf die Herkunft dieser Waren oder Dienstleistungen (C-304/06 P, Eurohypo, Rn 69); eine beschreibende Marke iSv § 4 Abs 1 Z 4 MSchG und Art 3 Abs 1 lit c MarkenRL ist daher auch nicht unterscheidungskräftig iSv § 4 Abs 1 Z 3 MSchG und Art 3 Abs 1 lit b MarkenRL (C-363/99, Postkantoor, Rn 86). Insofern überschneiden sich daher die Anwendungsbereiche von § 4 Abs 1 Z 3 und Z 4 MSchG (OM 10/09, Lümmeltütenparty; 4 Ob 11/14t, EXPRESSGLASS; 4 Ob 49/14f, My TAXI).

1.5. Unterscheidungskraft haben bei Wortmarken grundsätzlich nur frei erfundene, keiner Sprache angehörende Phantasiewörter (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 Worte im Verkehr als Phantasiebezeichnungen aufgefasst werden (RS0066644). Ein Schutzhindernis besteht hingegen, wenn der im Wort enthaltene Hinweis auf die Herstellung, die Beschaffenheit oder die Bestimmung der Ware oder Dienstleistung innerhalb der beteiligten Verkehrskreise allgemein und ohne besondere Denkarbeit erfasst werden kann (ständige Rechtsprechung: RS0066456; 4 Ob 26/93, Smash).

1.6 Der EuGH hat auch ausgesprochen, dass nicht nur die Eintragung einer ausschließlich beschreibenden Wortverbindung, sondern auch einer solchen Wortverbindung unzulässig ist, die geeignet ist, von anderen Wirtschaftsteilnehmern zur Bezeichnung eines Merkmals ihrer Waren- oder Dienstleistungen verwendet zu werden (C-191/01 P, Doublemint Rn 32). Dies erklärt sich aus der Überlegung, dass ein allgemeines Interesse daran besteht, dass Zeichen oder Angaben, die Waren- oder Dienstleistungen beschreiben, von jedermann frei verwendet werden können, weshalb es nicht erlaubt ist, dass solche Zeichen oder Angaben einem einzigen Unternehmen vorbehalten werden (C-191/01 P, Doublemint, Rn 31; C-265/00, Biomild, Rn 36).

2. Die von der Antragstellerin beanstandete rechtliche Beurteilung des Patentamts entspricht den angeführten Grundsätzen der Rechtsprechung, sodass vorab darauf verwiesen werden kann (§ 39 PatG iVm § 37 Abs 3 MSchG und § 60 Abs 2 AußStrG).

2.1 Die Antragstellerin führt zusammengefasst aus, dass das angemeldete Zeichen keinerlei Bezug zu den angemeldeten Waren aufzeige. Um den Aussagegehalt des Zeichens zu erfassen bedürfe es eines Denkprozesses, sodass das Zeichen merk- und unterscheidungsfähig sei.

2.2. Nach Ansicht des Rekursgerichts werden die beteiligten Verkehrskreise den Zeichenteil „FÜR DIE ZUKUNFT“

dahingehend verstehen, mit der Verwendung dieser Waren etwas Positives für die Zukunft zu tun. Den englischen Begriff „now“ werden die beteiligten Verkehrskreise mit „nun, sofort oder jetzt“ (https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/now) über-setzen. Die beteiligten Verkehrskreise werden daher im Zeichen die werbende Aussage erkennen, mit dem Erwerb dieser Waren „jetzt/nun etwas Positives für die Zukunft zu tun‘.

Wie im Eintragungsverfahren zu prognostizieren ist, liegt es für die angesprochenen Verkehrskreise nahe, dass das Zeichen angesichts des beanspruchten und von der Antragstellerin selbst definierten Schutzumfangs ohne relevante Gedankenoperation als werbemäßige Anpreisung im Hinblick auf die vom Anbieter besonders ausgewählte Produktqualität wahrgenommen oder aufgefasst wird. Wer die beanspruchten Waren verwendet (Geschirrspülmittel, Wasch- und Bleichmittel, Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel, Seifen), nimmt eine gewisse Umweltbelastung in Kauf. Das Zeichen vermittelt den beteiligten Verkehrskreisen, dass sie durch die Verwendung der beanspruchten Waren die Umweltbelastung in Zukunft reduzieren könnten. Das Zeichen wird daher als Werbeaussage dahingehend wahrgenommen werden, dass diese Waren besonders umweltfreundlich oder umweltverträglich seien.

Ätherische Öle sind leicht flüchtige und häufig leicht entzündbare Stoffgemische, die aus verschiedenen ineinander löslichen, organischen Stoffen bestehen. Ätherische Öle werden je nach Eigenschaft unterschiedlich genutzt. Häufig steht der Einsatz als Duftstoff in der Kosmetik- und Parfümindustrie im Vordergrund, aber auch als medizinischer Wirkstoff und als technisches Lösungsmittel [...].

Immer mehr Menschen wollen ihr körperliches Wohlbefinden erhöhen. Die beteiligten Verkehrskreise werden im Zeichen nicht nur im Zusammenhang mit ätherischen Ölen, sondern auch im Zusammenhang mit Parfümeriewaren, Kosmetika, Haarlotionen und Zahnputzmittel die werbende Aussage erkennen, mit dem Verwenden der Waren etwas Gutes für die Gesundheit oder das Wohlbefinden und deren zukünftige Entwicklung zu tun. Das Zeichen wird daher als Werbeaussage dahingehend wahrgenommen werden, dass diese Waren das Wohlbefinden steigern oder die Gesundheit fördern können. Es trifft daher eine Werbe-/Qualitätsaussage, sodass es von den maßgeblichen Verkehrskreisen wegen ihres eigentlichen Aussagegehalts in erster Linie als Beschreibung einer besonderen Qualität/Eigenschaft, nicht aber als Marke – im Sinne eines betrieblichen Herkunftshinweises – wahrgenommen wird (Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz3 § 4 Rz 104 f).

2.3 Dem Argument, dass bereits eine Schutzzulassung für dieses Zeichen in Deutschland erfolgt sei, ist entgegenzuhalten, dass eine präjudizielle Bindung zu verneinen ist (4 Ob 11/14t, EXPRESSGLASS; RS0125405; C-37/03 P, BioID, Rn 47; C-39/08 und C-43/08, Schwabenpost und Volks.Handy, Rn 39; Asperger in Kucsko/Schumacher, marken.schutz2 § 4 Rz 75 ff mwN; Koppensteiner, Markenrecht4 70).

3. Da die Entscheidung keine Rechtsfragen von der Qualität des § 62 Abs 1 AußStrG aufwirft, die über den Einzelfall hinaus bedeutsam ist (RS0111880), ist der Revisionsrekurs nicht zulässig.

In diesem Fall hat das Rekursgericht nach § 59 Abs 2 AußStrG auszusprechen, ob der Wert des Entscheidungsgegenstands, der – wie hier – rein vermögensrechtlicher Natur ist, aber nicht in einem Geldbetrag besteht, EUR 30.000 übersteigt. Diese Voraussetzung ist angesichts der Bedeutung des Markenschutzes im Wirtschaftsleben gegeben.

Schlagworte

Gewerblicher Rechtsschutz – Markenschutz; FÜR DIE ZUKUNFT NOW,

Textnummer

EW0001085

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:OLG0009:2020:03300R00092.20X.1209.000

Im RIS seit

25.02.2021

Zuletzt aktualisiert am

25.02.2021

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