URTEIL DES GERICHTS (Zweite Kammer)

5. April 2001 *

In der Rechtssache T-87/00

Bank für Arbeit und Wirtschaft AG, mit Sitz in Wien (Österreich), vertreten durch Rechtsanwalt G. Kucsko, Zustellungsanschrift in Luxemburg,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM), vertreten durch A. von Mühlendahl, J. F. Crespo Carrillo und S. Laitinen als Bevollmächtigte, Zustellungsanschrift in Luxemburg,

Beklagter,

* Verfahrenssprache: Deutsch.

wegen Aufhebung der Entscheidung der Dritten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) vom

31. Januar 2000 (Beschwerdesache R 316/1999-3), mit der die Eintragung des Wortes EASYBANK als Gemeinschaftsmarke abgelehnt wurde,

erlässt

DAS GERICHT ERSTER INSTANZ
DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN (Zweite Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten A. W. H. Meij sowie der Richter A. Potocki und J. Pirrung,

Kanzler: D. Christensen, Verwaltungsrätin

aufgrund der am 11. April 2000 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 6. Juli 2000 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

auf die mündliche Verhandlung vom 16. Januar 2001,

folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Am 3. Oktober 1996 reichte die Klägerin beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (im Folgenden: Amt) gemäß der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. 1994, L 11, S. 1) in ihrer geänderten Fassung die Anmeldung einer Gemeinschaftswortmarke ein.

2 Die Eintragung wurde für das Wort EASYBANK beantragt.

3 Die Eintragung wurde ursprünglich für die Dienstleistungen „Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Bankgeschäfte, Bankdienstleistungen, Immobilienwesen" der Klasse 36 des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken vom 15. Juni 1957 in seiner überarbeiteten und geänderten Fassung beantragt.

4 Mit Entscheidung vom 13. April 1999 wies der Prüfer die Anmeldung gemäß Artikel 38 der Verordnung Nr. 40/94 zurück.

5 Am 8. Juni 1999 legte die Klägerin nach Artikel 59 der Verordnung Nr. 40/94 beim Amt eine Beschwerde gegen die Entscheidung des Prüfers ein.

6 Mit Schreiben vom 10. August 1999 beschränkte die Klägerin das Verzeichnis der Dienstleistungen, auf die sich ihre Anmeldung bezog, auf „Dienstleistungen einer Direktbank, insbesondere elektronische Bankdienstleistungen".

7 Die Beschwerde wurde mit Entscheidung vom 31. Januar 2000 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) zurückgewiesen. Die Beschwerdekammer kam zu dem Ergebnis, dass das Wort EASYBANK beschreibend und nicht unterscheidungskräftig sei und daher unter Artikel 7 Absatz 1 Buchstaben b und c der Verordnung Nr. 40/94 falle.

Anträge der Parteien

8 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— dem Amt die Kosten aufzuerlegen.

9 Das Amt beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

Entscheidungsgründe

10 Zur Begründung ihrer Klage macht die Klägerin zwei Klagegründe geltend, und zwar einen Verstoß gegen Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c der Verordnung Nr. 40/94 zum einen und gegen deren Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b zum anderen.

Zu dem Klagegrund eines Verstoßes gegen Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c der Verordnung Nr. 40/94

Vorbringen der Parteien

11 Nach Ansicht der Klägerin liegt für eine Marke nur dann ein Eintragungshindernis vor, wenn ein konkretes Freihaltebedürfnis für das fragliche Zeichen in Bezug auf die Waren besteht, für die die betreffende Marke angemeldet ist. Im vorliegenden Fall bestünden keine sicheren und konkreten Anhaltspunkte für die Annahme, dass das Wort EASYBANK als beschreibende Angabe verwendet werde oder werden könne.

12 Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c der Verordnung Nr. 40/94 betreffe nur „ausschließlich" beschreibende Angaben. Sei eine beschreibende Angabe dagegen nicht klar, so stehe dies der Eintragung nicht entgegen. Das Wort EASYBANK enthalte gerade keinen Hinweis darauf, wie die Bankleistungen unter dieser Marke abgewickelt würden. Es handele sich um ein Schlagwort, das — für jeden

andere — angenehme Assoziationen wecke: eine Bankleistung in seiner Nähe vorzufinden, ein schön gestaltetes Kreditinstitut aufsuchen zu können, Geschäfte per Computer abwickeln zu können oder von freundlichen Mitarbeitern empfangen zu werden.

13 Zu berücksichtigen seien auch die Art der jeweiligen Leistungen und die Aufmerksamkeit der Verbraucher in der betreffenden Branche. Im Bereich der Bankdienstleistungen sei der Verbraucher sehr aufmerksam; er betrachte Markennamen genau und unterscheide präziser zwischen verschiedenen Marken als in anderen Bereichen. Außerdem sei der Konsument daran gewöhnt, dass im Bankenbereich keine Phantasiebezeichnungen, die eher als unseriös angesehen würden, sondern dem allgemeinen Sprachgebrauch entnommene Kennzeichen verwendet würden.

14 Schließlich erklärt die Klägerin, sie beanspruche nicht die Bestandteile „easy" oder „bank" zu monopolisieren. Keinem Bankinstitut könne daher im Fall der Eintragung des streitigen Zeichens als Gemeinschaftsmarke die Verwendung dieser beiden Wörter untersagt werden.

15 Der Argumentation der Klägerin mit dem fehlenden Freihaltebedürfnis für das Wort EASYBANK hält das Amt entgegen, dem Wortlaut von Artikel 7 Absatz 1 der Verordnung Nr. 40/94 seien keine Anhaltspunkte dafür zu entnehmen, dass es sich bei diesem Bedürfnis ebenso um ein absolutes Eintragungshindernis handele wie beim beschreibenden Charakter der Marke oder beim Fehlen der Unterscheidungskraft.

16 Von der Eintragung ausgeschlossen seien „beschreibende" Zeichen, d. h. solche, die zur Beschreibung der betreffenden Dienstleistungen dienen könnten. Handele es sich wie hier um eine Neuschöpfung, so sei darauf abzustellen, wie eine durchschnittliche Person sie normalerweise und beim ersten Blick ohne weiteres Nachdenken verstehe. Als beschreibend erachtete Zeichen würden deshalb nicht eingetragen, weil sie nicht geeignet seien, zugunsten des Verwenders die Ursprungsidentität der betreffenden Dienstleistungen zu garantieren und sie von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

17 Wenn eine Marke, die ausschließlich aus beschreibenden Zeichen bestehe, nicht eingetragen werden dürfe, so sei das Wort „ausschließlich" doch nicht dahin zu verstehen, dass der die Marke bildende Begriff nur eine einzige Bedeutung haben dürfe; die meisten Wörter hätten nämlich mehrere Bedeutungen. Jedenfalls habe das Wort EASYBANK entgegen dem Vorbringen der Klägerin nicht mehrere Bedeutungen.

18 Das Wort EASYBANK, dessen Darstellung keine graphische Originalität aufweise, sei nichts anderes als eine einfache, völlig banale und nicht mehrdeutige Kombination zweier geläufiger englischer Wörter. Der Begriff „easy" werde zwar normalerweise nicht in Bezug auf Bankgeschäfte verwendet. In Kombination mit dem Wort „bank" bilde er aber für die betreffenden Dienstleistungen einen ausschließlich und unmittelbar beschreibenden Ausdruck, der sofort die Aussage vermittle, dass es sich um mühelos zugängliche Bankdienstleistungen handele.

19 Gerade weil der „Bankkunde" besonders aufmerksam sei, sehe er in dem Zeichen EASYBANK eine die Art der angebotenen Dienstleistungen durchweg beschreibende Angabe, nicht jedoch einen Hinweis auf deren betriebliche Herkunft.

Würdigung durch das Gericht

20 Nach Artikel 4 der Verordnung Nr. 40/94 kann ein Zeichen, das sich graphisch darstellen lässt, eine Gemeinschaftsmarke sein, soweit es geeignet ist, Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

21 Daraus folgt insbesondere, dass nur für die Dienstleistungen, für die die Eintragung des Zeichens beantragt wurde, zu beurteilen ist, ob die in Artikel 7

Absatz 1 der Verordnung Nr. 40/94 aufgeführten absoluten Eintragungshindernisse vorliegen (Urteil des Gerichts vom 8. Juli 1999 in der Rechtssache T-163/98, Procter & Gamble/HABM, „Baby-dry", Slg. 1999, II-2383, Randnrn. 20 und 21).

22 Von der Eintragung ausgeschlossen sind gemäß Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c der Verordnung Nr. 40/94 „Marken, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft oder der Zeit der... Erbringung der Dienstleistung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der... Dienstleistung dienen können".

23 Nach dem Willen des Gesetzgebers gelten diese Zeichen — vorbehaltlich von Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94 — somit aufgrund ihrer rein beschreibenden Natur als ungeeignet, die Dienstleistungen eines Unternehmens von denen eines anderen Unternehmens zu unterscheiden. Dagegen können Zeichen oder Angaben, deren Bedeutung über den Charakter des ausschließlich Beschreibenden hinausgeht, als Gemeinschaftsmarken eingetragen werden.

24 Vorliegend bemerkt die Beschwerdekammer in der angefochtenen Entscheidung, das Wort EASYBANK bestehe aus den beiden der englischen Sprache entnommenen und in ihr geläufigen Wörtern „easy" und „bank" und sei auf den ersten Blick verständlich. Diese Wortbildung stelle zwar eine Neuschöpfung dar, sei aber gleichwohl weder ungewöhnlich noch auffallend (Randnr. 18). Denn das Wort „easy" bedeute insbesondere „leicht, mühelos, einfach, bequem, unbekümmert, sorglos, angenehm" (Randnr. 20), das Wort „bank" vor allem „Bank, Kreditinstitut" (Randnr. 21).

25 Die Verkehrskreise, die von den Dienstleistungen angesprochen würden, für die die Eintragung der Marke beantragt worden sei, seien der englischen Sprache mächtig, mit den Möglichkeiten der modernen Medien vertraut und an Dienstleistungen von Banken, insbesondere denen von Direktbanken, d. h. an Bankdienstleistungen per Telefon und Internet, interessiert. Sie verstünden daher sofort

und ohne zusätzlichen analytischen Aufwand die Bedeutung der betreffenden Marke in dem Sinne, dass die von einer Direktbank angebotenen Dienstleistungen mühelos und bequem in Anspruch genommen werden könnten. Das Wort „easy" signalisiere ihnen somit auf den ersten Blick die Leichtigkeit und Annehmlichkeit, die für sie mit der Erledigung von Bankgeschäften von zu Hause, vom Büro aus oder „zwischendurch" verbunden sei, gewissermaßen ohne eine Bankfiliale während der Geschäftszeiten aufsuchen zu müssen (Randnrn. 22 und 23).

26 Der von dem fraglichen Wort vermittelte eindeutige Aussagegehalt dränge sich sofort als Hinweis auf Art, Beschaffenheit und Bestimmung der betreffenden Dienstleistungen auf (Randnrn. 25 und 27). Der rein beschreibende Charakter des Wortes EASYBANK sei im englischsprachigen Teil der Europäischen Union gegeben, so dass Artikel 7 Absatz 2 der Verordnung Nr. 40/94 Anwendung finde (Randnr. 22).

27 Indem die Beschwerdekammer das Wort EASYBANK als ausschließlich beschreibend für Dienstleistungen einer Direktbank angesehen hat, hat sie Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c der Verordnung Nr. 40/94 fehlerhaft angewandt.

28 Das Wort „easy" ist nämlich ein geläufiger allgemeiner Ausdruck des Lobes. Es ruft Assoziationen hervor, enthält ein Element subjektiver Einschätzung und ist völlig unspezifisch. In Kombination mit dem Wort „bank" und insbesondere in Verbindung mit einer Direktbank ist das Wort „easy" dazu bestimmt, bei der potenziellen Kundschaft den angenehmen allgemeinen Eindruck hervorzurufen, dass die betreffende Direktbank ohne Schwierigkeiten oder Anstrengungen zugänglich sei.

29 Zwar kann der damit suggerierte leichte Zugang den potenziellen Kunden der Sache nach nur dazu dienen, die angebotenen Bankdienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Die Werbebotschaft betrifft aber gleichwohl ausdrücklich nur das Bankinstitut als solches. Da sie keinen Hinweis auf die Modalitäten einer konkreten Dienstleistung oder auf andere Einzelheiten der Abwicklung von Bank-

geschäften enthält, bezeichnet sie weder abstrakt noch konkret Art, Beschaffenheit, Menge, Bestimmung, Wert oder sonstige Merkmale der verschiedenen Bankdienstleistungen, die das betreffende Bankinstitut für seine Kunden erbringen kann.

30 Das fragliche Wort gibt also nicht über die Art und Weise Auskunft, in der — nach erfolgtem Zugang — Geschäfte behandelt werden, die u. a. in einem Kreditantrag, der Einlösung eines Schecks, einem Auftrag zur Anlage von Kapital an der Börse, einem Antrag auf Zuteilung von Aktien bei einer Emission oder auch in einem Überweisungsauftrag oder der Abhebung vom persönlichen Konto bestehen können, und erst recht nicht über das — negative oder positive — Ergebnis eines solchen Online-Vorgangs für den potenziellen Kunden.

31 Die Beschwerdekammer leitet demgegenüber den beschreibenden Charakter des Wortes EASYBANK aus der Werbebotschaft ab, dass sämtliche von einer Direktbank angebotenen Dienstleistungen das gemeinsame Merkmal hätten, dank der Verwendung elektronischer Hilfsmittel leichter zugänglich zu sein als die von einer herkömmlichen Bank angebotenen. Jedoch ist der Zusammenhang zwischen der Bedeutung des Wortes EASYBANK und den Dienstleistungen, die von einer Direktbank erbracht werden können, zu vage und zu unbestimmt, als dass dieser Ausdruck als Beschreibung der betreffenden Dienstleistungen verstanden werden könnte. Daher versetzt das fragliche Wort als solches den potenziellen Kunden nicht in die Lage, die ihm eventuell zugänglichen konkreten Bankleistungen oder gar eines oder mehrere ihrer Merkmale sofort und genau zu identifizieren.

32 Folglich kann das Wort EASYBANK jedenfalls nicht als ein Zeichen mit ausschließlich beschreibendem Charakter im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c der Verordnung Nr. 40/94 angesehen werden.

33 Der Klagegrund greift deshalb durch.

Zum Klagegrund des Verstoßes gegen Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94

Vorbringen der Parteien

34 Der Klägerin zufolge wird die Unterscheidungskraft eines Zeichens von den Beschwerdekammern des Amtes insofern extensiv ausgelegt, als bereits eine ganz geringe Unterscheidungskraft ausreiche. In Bezug auf die streitige Marke vertritt die Klägerin die Auffassung, bei dem Wort EASYBANK handele es sich um eine originelle Kombination zweier Wörter, die sich in keinem gängigen Lexikon finde. Diese Originalität verleihe ihm auch seine Unterscheidungskraft.

35 Das Amt entgegnet, das Erfordernis der Unterscheidungskraft diene dazu, die betriebliche Herkunft der Dienstleistungen zu identifizieren, für die die Eintragung der Marke beantragt werde. Das Wort EASYBANK erfülle ohne besondere, eigentümliche Bestandteile diese Funktion nicht. Das Amt weist insoweit darauf hin, dass es die Eintragung einer Bildmarke mit dem Wortbestandteil EASYBANK zugelassen habe.

Würdigung durch das Gericht

36 Nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 sind „Marken, die keine Unterscheidungskraft haben," von der Eintragung ausgeschlossen, wobei die Unterscheidungskraft in Bezug auf die Dienstleistungen zu beurteilen ist, für die die Eintragung des Zeichens beantragt wurde (siehe oben, Randnr. 21).

37 Im vorliegenden Fall hat die Beschwerdekammer in der angefochtenen Entscheidung ausgeführt (Randnr. 27):

„Der Wortmarke ‚EASYBANK' fehlt insoweit auch die erforderliche, zumindest geringe Unterscheidungskraft, da sie vom angesprochenen Verkehr lediglich als Hinweis auf Art, Beschaffenheit und Bestimmung der Dienstleistungen verstanden wird und nicht als Marke mit betriebskennzeichnendem Herkunftshinweis."

38 Die Beschwerdekammer hat also ihre Auffassung, dass das fragliche Wort den Tatbestand von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 erfülle, der Sache nach daraus abgeleitet, dass es unter Absatz 1 Buchstabe c desselben Artikels zu subsumieren sei. Nach den obigen Ausführungen fällt das Wort EASYBANK nicht unter das dort aufgestellte Eintragungshindernis. Folglich geht die wesentliche Begründung der Beschwerdekammer zu Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 fehl, da sie auf dem oben festgestellten Subsumtionsfehler beruht.

39 Außerdem hat die Beschwerdekammer in der angefochtenen Entscheidung ausgeführt (Randnrn. 27 und 18), dem Wort EASYBANK mangele „es als sprachüblicher Wortzusammenstellung und angesichts des Fehlens zusätzlicher eigentümlicher, also kennzeichnungskräftiger Bestandteile... an jeglichem Phantasieüberschuss" und es sei „weder ungewöhnlich noch auffallend". Jedoch ergibt sich die fehlende Unterscheidungskraft nicht schon aus der Feststellung, dass es dem fraglichen Zeichen an Phantasieüberschuss mangelt oder dass es weder ungewöhnlich noch auffallend ist.

40 Diese Begriffe finden sich in Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 nicht als Kriterien der Unterscheidungskraft. Vielmehr haben der Prüfer und gegebenenfalls die Beschwerdekammer nach dieser Bestimmung — im Wege einer Prognose und unabhängig von jeder tatsächlichen Benutzung des Zeichens im Sinne von Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94 — zu prü-

fen, ob es ausgeschlossen erscheint, dass das fragliche Zeichen geeignet ist, in den Augen der angesprochenen Verkehrskreise die betreffenden Waren oder Dienstleistungen von denen anderer Herkunft zu unterscheiden, wenn diese Verkehrskreise ihre Entscheidung im Geschäftsleben zu treffen haben.

41 Diese Prüfung hat die Beschwerdekammer jedoch nicht vorgenommen.

42 Daher greift auch dieser Klagegrund durch.

43 Nach alledem ist die angefochtene Entscheidung aufzuheben.

Kosten

44 Nach Artikel 87 § 2 der Verfahrensordnung des Gerichts ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen.

45 Da das Amt mit seinem Vorbringen unterlegen ist, sind ihm gemäß dem Antrag der Klägerin die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen

hat

DAS GERICHT (Zweite Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. **Die Entscheidung der Dritten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) vom 31. Januar 2000 (Beschwerdesache R 316/1999-3) wird aufgehoben.**

2. **Der Beklagte trägt die Kosten des Verfahrens.**

Meij Potocki Pirrung

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 5. April 2001.

Der Kanzler

H. Jung

Der Präsident

A. W. H. Meij