



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 84/03

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 302 30 639.0

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 17. März 2004 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Sekretaruk und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister für

Bonbons aus und/oder unter Verwendung von Fruchtgummi und/oder Schaumzucker und/oder Gelee und/oder Lakritze (ausgenommen für medizinische Zwecke), sämtliche Waren ohne Verwendung von Brausepulver

ist nach Beschränkung der beanspruchten Waren im Beschwerdeverfahren die Wortmarke

### **APFELSCHORLE.**

Das Deutsche Patent- und Markenamt – Markenstelle für Klasse 30 – hat die Anmeldung wegen eines bestehenden Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. APFELSCHORLE sei für Bonbons und Süßigkeiten eine Beschaffenheitsangabe, da diese Geschmacksrichtungen wie Getränke aufwiesen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie trägt vor, dass APFELSCHORLE in beschreibender Form ausschließlich für Getränke verwendet werde und keine eigene Geschmacksrichtung sei. Apfel vermittele nur einen sehr ungefähren Eindruck vom Geschmack einer Süßware. Auch wenn es bereits die Bezeichnung APFELSCHORLE für Brausepulver gebe, sei dies für den vorliegenden Fall nicht von Bedeutung, da, anders als es bei Brausepulver der Fall sei, Bonbons zur Getränkeherstellung ungeeignet seien. Die typischen Eigenschaften der Apfelschorle, die zwar mit einem entsprechend schmeckenden Brausepulver erreicht werden können, seien mit den in dem Warenverzeichnis aufgeführten Bonbons nicht zu erreichen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht das Eintragungshindernis des Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) entgegen. Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender, beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr.; vgl. BGH, BIPMZ 2002, 85 – Individuelle). Die beanspruchten Waren richten sich an die allgemeinen deutschen Verkehrskreise. Diese werden die Marke „Apfelschorle“ als nicht unterscheidungskräftige im Vordergrund stehende Sachangabe, nämlich deren Geschmacksrichtung, ansehen.

Die Markenstelle hat bereits zutreffend darauf hingewiesen, dass der Bonbongeschmack durchaus häufig von Getränken übernommen ist, (z.B. Cola, Coffee, Lemon, mit einem Schuss „Bitter-Lemon“ - <http://www.halter-bonbons.ch/21.10.2002;rotwein-bonbon-www.bonbonmacher-anno1900.de/21.10.2002;teebonbons-www.biemashofer.at/21.10.2002>). Somit werden sie auch bei „Apfelschorle“ nur den Geschmack, nicht aber einen bestimmten Anbieter vermuten.

Dabei spielt es keine Rolle, ob als Zutat Brausepulver verwendet wurde, oder ob dies nicht der Fall ist. An der Einordnung als Geschmacksrichtung ändert sich jedenfalls nichts.

Winkler

Sekretaruk

Kruppa

br/Ko