

# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 118/01

---

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt  
zugestellt am

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 300 41 574.5/03

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 28. Mai 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Guth und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 13. Dezember 2000 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Die Wortmarke

## **SCHLECKER**

ist für verschiedene Waren und Dienstleistungen der Klassen

1, 3, 5, 6, 8, 9, 11, 16, 21, 24, 25, 26, 30, 31, 32, 34, 40 u. 42

zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 3 des Deutschen Patent- und Markenamtes hat die Anmeldung durch Beschluß einer Beamtin des höheren Dienstes teilweise, nämlich für die Waren

"Diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke, Babykost; feine Backwaren und Konditorwaren; Speiseeis; Honig, Melassesirup; Zuckerwaren, Schokolade, Schokoladewaren; Futtermittel; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate zur Zubereitung von Getränken"

wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 8 Abs 2 Nr 1, 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen. "SCHLECKER" sei ein von "schlecken" abgeleiteter, durch Begriffe wie "Schleckermaul, ein Eis schlecken" usw bekannter Begriff, der vom Verkehr als etwas, was durch lecken genossen werde, verstanden werde. Gerade im Zusammenhang mit Süßigkeiten bzw Naschwerk, wie Eis oder Schokolade usw, werde daher der Verkehr den in dem genannten Sinne existierenden Begriff ohne analysierende Betrachtungsweise als Hinweis auf den Adressatenkreis der Waren auffassen und ihn nicht einem bestimmten Unternehmen zuordnen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie macht geltend, die Bezeichnung "SCHLECKER" weise keinen unmittelbar beschreibenden Produktbezug zu den streitgegenständlichen Waren auf. Mit dem Begriff lasse sich keine Eigenschaft der fraglichen Produkte belegen. In einem Hinweis auf den Adressatenkreis sehe der Verkehr, ebenso wie in der Bezeichnung einer bestimmten Verkaufsstätte, nicht zwingend zugleich einen Hinweis auf die Ware (BGH GRUR 1999, 988 ff – HOUSE OF BLUES). Auch sei "Schlecker" kein üblicher Begriff für die betreffenden Konsumenten, sondern eine Beschreibung ihres Verhaltens. Das Markenwort "SCHLECKER" wäre allein ohne Zusätze keine unmittelbar verständliche, sondern allenfalls eine mittelbare Bestimmungsangabe, der weder jegliche Unterscheidungskraft fehle noch für die ein Freihaltebedürfnis bestehe. So sei auch die parallel eingereichte Gemeinschaftsmarke "SCHLECKER" vom HABM ohne Feststellung absoluter Eintragungshindernisse eingetragen worden.

Die Anmelderin beantragt (sinngemäß),

den angefochtenen Beschluß aufzuheben.

Im Beschwerdeverfahren hat die Anmelderin auf die folgenden Waren der Anmeldung verzichtet:

"Babykost, feine Backwaren und Konditorwaren, Speiseeis, Honig, Zuckerwaren, Schokolade, Schokoladewaren."

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg. Der angemeldeten Marke fehlt im Hinblick auf die nach Einschränkung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen noch verbleibenden beschwerdegegenständlichen Waren

"Diätetische Erzeugnisse für medizinische Zwecke; Melassesirup; Futtermittel; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate zur Zubereitung von Getränken."

weder die nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG erforderliche Unterscheidungskraft noch handelt es sich um eine beschreibende freihaltebedürftige Angabe im Sinn von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG.

Einer Wortmarke fehlt die Unterscheidungskraft, wenn ihr für die fraglichen Waren ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann oder es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache handelt, das vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird. Dabei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh jede noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl ua BGH GRUR 2001, 1150

- LOOK, GRUR 2001, 1043 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten, GRUR 2002, 64 - INDIVIDUELLE). Dies kann vorliegend für die noch in Rede stehenden Waren nicht festgestellt werden.

Das Wort "Schlecker" läßt sich lexikalisch in der Bedeutung von "jemanden, der gern schleckt, Schlecker- oder Leckermaul, Naschkatze" nachweisen (vgl. Pekrun, Das deutsche Wort, 1966, S 612; Wahrig, Deutsches Wörterbuch, 2000, S 1104). Dabei handelt es sich jedoch um einen eher weniger, zudem nur regional (vorwiegend im süddeutschen Raum) umgangssprachlich gebräuchlichen Begriff (vgl. Deutsches Wörterbuch von Jakob und Wilhelm Grimm, 1899, S 551). So ist das Wort "Schlecker" in etlichen, insbesondere auch neueren Wörterbüchern (etwa in der neuesten Auflage von Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl 2001; Kempcke, Handwörterbuch der deutschen Gegenwartssprache, L - Z, 1984) und auch in einigen umgangssprachlichen Wörterbüchern (vgl. Küpper, Pons-Wörterbuch der deutschen Umgangssprache, 1. Aufl, 6. Nachdruck 1997) nicht aufgeführt. Ein Sprachgebrauch des Wortes "Schlecker" in der von der Markenstelle angenommenen Bedeutung von "etwas, das leckend genossen wird", läßt sich demgegenüber nicht feststellen. Die einzige Fundstelle in Pekrun, Das Deutsche Wort, aaO, in der die Bedeutung "Leckerbissen" genannt wird, ist hierfür kein ausreichender Beleg. Die Beschaffenheit oder die Eigenschaft von Waren als "Schleckereien" oder "Leckereien" kann demnach mit dem Wort "Schlecker" nicht bezeichnet werden.

In Betracht kommt das angemeldete Markenwort "SCHLECKER", wie von der Markenstelle ebenfalls angenommen, daher nur in der og Bedeutung "Leckermaul, Naschkatze" als Bezeichnung der von den Waren bestimmungsgemäß angesprochenen Käuferzielgruppe (Produkte "für den/die Schlecker"). Anders aber als möglicherweise bei den allgemein geläufigen Begriffen "Naschkatze" oder "Leckermaul" ist für den Verkehr ein derartiges Verständnis des eher weniger gebräuchlichen Ausdruckes "SCHLECKER" allenfalls in Zusammenhang mit (Lebensmittel-) Produkten nahegelegt, die man typischerweise schleckt oder nascht (zB Eiskrem oder Süßigkeiten). Dies ist bei den verbleibenden beschwerdegegen-

ständlichen Waren sämtlich nicht der Fall. Sie können zwar von Mensch oder Tier konsumiert werden und mitunter einen süßen Geschmack haben; das Genaschtwerden oder Geschlecktwerden ist hingegen kein bestimmungsgemäßes Wesensmerkmal dieser Produkte. Es kann deshalb nicht angenommen werden, daß die angesprochenen Verkehrskreise die angemeldete Marke in Zusammenhang mit den noch in Frage stehenden Waren lediglich als - werblichen - Hinweis auf die bestimmungsgemäß anvisierte Abnehmerschaft und nicht als betriebliches Herkunftsmerkmal auffassen werden.

Ferner steht der Eintragung der angemeldeten Marke nicht das absolute Schutzhindernis einer beschreibenden freihaltebedürftigen Angabe nach § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG entgegen. Aus den dargelegten Gründen kann nämlich das Markenwort "SCHLECKER" mangels eines dahingehenden, für die verbleibenden streitgegenständlichen Waren eindeutigen und unmißverständlichen Begriffsgehalts auch nicht im Verkehr zur Bezeichnung des bestimmungsgemäßen Adressatenkreises dienen.

Ströbele

Guth

Kirschneck

Bb