

# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 153/01

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
10. Juli 2002

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 300 81 192.6

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 10. Juli 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Stoppel des Richters Paetzold und der Richterin Schwarz-Angele

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

### **Gründe:**

#### **I.**

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Wortfolge

**crisp`n fresh**

als Kennzeichnung für die Waren

**Frucht- und Gemüsechips mit Brot-Croutons oder kleingemahlten Nüssen sowie getrockneten Fruchtscheiben insbesondere von Äpfeln, Birnen und Pflaumen auch mit Zusatz von Teigwaren und/oder Kartoffeln und/oder Reis soweit in Klasse 29 und 30 enthalten.**

Die Markenstelle für Klasse 29 hatte die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft und dem Bestehen eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Dabei ist zur Begründung ausgeführt, die Wortfolge bedeute soviel wie „knusprig und frisch“ und sei für alle Waren unmittelbar beschreibend.

Die Anmelderin hat hiergegen Beschwerde erhoben. Sie ist der Ansicht, auch wenn dem Verbraucher die deutsche Bedeutung von crisp (=knusprig) und fresh (=frisch) bekannt sei, so sei die Marke in ihrer Gesamtheit insbesondere wegen des „`n“ ungewöhnlich. Dieses sei nicht ohne weiteres als Abkürzung für „and“ geläufig und damit phantasievoll und eigentümlich genug, um die Schutzfähigkeit als Marke zu begründen. Auch sei die Marke vieldeutig, denn mit knusprig und frisch

könnte sowohl der Verwendungszweck (also knusprige und frische Ware) als auch die Wirkungsweise (knackiger Genuß führt zu einer Erfrischung) gemeint sein. Im übrigen werde Obst und Gemüse nicht als knusprig bezeichnet. Es handle sich allenfalls um eine sprechende Marke, die dem Verbraucher Raum für mehrere gedankliche Assoziationen lasse. Auch gebe es eine Reihe ähnlicher Marken, die vom amerikanischen Markenamt unbeanstandet eingetragen worden seien.

Das Gericht hat eine Nachschau im Internet, Prospekten und Zeitungen gehalten und der Anmelderin die Unterlagen zur Kenntnisnahme übersandt. Weitere Fundstellen sind in der mündlichen Verhandlung erörtert worden. Im übrigen wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig (§ 66 Abs 1 MarkenG), hat in der Sache aber keinen Erfolg.

Der Eintragung der Marke steht das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG) entgegen, denn sie bedeutet soviel wie „knusprig und frisch“ und erschöpft sich damit unzweideutig und ausschließlich in der Beschreibung der Produkte.

Ob eine angemeldete Marke ausreichend Unterscheidungskraft besitzt ist allein aus der Sicht der angesprochenen Verkehrskreise zu entscheiden (konkrete Unterscheidungseignung). Genügt dem jeweils angesprochenen Verkehr das Zeichen um damit die Ware nach ihrer Identität von anderen Waren abzugrenzen, so sind die geringen Anforderungen an die Unterscheidungskraft erfüllt (st Rspr, zB BGH MarkenR 2002, 86 – AC). Handelt es sich bei dem Wort aber um einen die Waren beschreibenden Begriffsinhalt, der ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird, so sieht der Verbraucher darin nur eine Beschreibung der

Wareneigenschaften und keine Kennzeichnung des Produkts. Ist eine fremdsprachige Marke zu beurteilen, so ist sie dann der deutschen Übersetzung gleichzustellen, wenn die deutsche Bedeutung vom inländischen Verkehr ohne weiteres erkannt wird (vgl Althammer, Ströbele, Markengesetz, 6. Auflage, § 8 Rdn 131 ff). Davon ist hier auszugehen.

Das englische Wort crisp bedeutet knusprig und es ist bereits auf einer Vielzahl von Warenkennzeichnungen und Warenbeschreibungen zu finden. So gibt es zB ein Knäckebrot Wasa Crisp, einen Crisp-Joghurt von Aldi, Müsli und Müsliriegel verschiedener Hersteller mit der Kennzeichnung Crisp (zB Ovomaltine Crisp Müsli oder Müsliriegel Fitness Crisp), Schokolade, die mit Crisp auf eine knusprige Konsistenz hinweist (zB Lila Pause Corn Crisp und Joghurt Crisp von Milka, Ritter Sport Crocant Crisp oder Sarotti Weisse-Crisp), sog Crisp-Schalen zum knusprig braun Backen in der Mikrowelle (von Trykko) und ein Crisp-System zu einem ebensolchen Zweck für das Backrohr (Bauknecht) usw. Das Wort Crisp hat schon eine derartige Bekanntheit erreicht, dass die Süddeutsche Zeitung in einem Artikel (Ausgabe vom 28.8.1999, Seite V2/28) über die neue Esskultur von einem „Crispi-Meter“, dem akustisch richtigen Knack beim Biss in den Schokoriegel berichtet.

Dass das englische Wort fresh in der Bedeutung frisch allgemein bekannt ist, wird von der Anmelderin nicht in Abrede gestellt. Aber auch die Verbindung der beiden Begriffe durch das `n als Abkürzung für and (= und) ist dem Verkehr geläufig. Diese grammatikalisch korrekte Abkürzung (vgl Webster`s Third international Dictionary; Duden, Die englische Rechtschreibung, jeweils Stichwort n) findet sich seit langem in den Begriffen Rock ´n Roll, R`n`B (als Abk. für Rhythm and Blues), Guns `n Roses, Sex `n` Crime und lässt sich bei einer Suche im Internet häufig in Firmenkennzeichnungen undgl nachweisen (zB Call `n Deal – Kostenlose Kleinanzeigen, Docs `n Drugs, chat `n` brett – ein Chatverein für Brettspiele wie Mühle und Schach, race `n` boarder – eine Website für Raceboarding in der Wildschönau, Bike `n` Fun usw). Die Abkürzung ´n für and ist dem Verkehr damit geläufig und er

wird sie ohne weiteres in dieser Bedeutung erkennen (zumal eine andere weder denkbar noch sinnvoll ist).

Damit steht fest, dass die angemeldet Wortfolge für „knusprig und frisch“ steht. In einer solchen Aussage aber wird der Verkehr keine Marke, sondern eine konkret warenbeschreibende Aussage sehen, die auf eine für den Verbraucher im Vordergrund stehende bedeutsame Eigenschaft der Ware Bezug nimmt (BGH, MarkenR 2001, 209 – Test it). Bei den von der Anmelderin beanspruchten Waren handelt es sich nicht um das klassische Trockenobst, das – wie die Anmelderin zu Recht vorträgt – in aller Regel nicht mit „knusprig“ bezeichnet wird, sondern es sind „Frucht- und Gemüsechips mit Brot-Croutons oder kleingemahlenden Nüssen sowie getrockneten Fruchtscheiben“, womit offenbar Chip-ähnliche Trockenobststücke gemeint sind, denen geröstetes Brot oder Nüsse zugesetzt ist, womit sie knusprig und zB nicht mehr mit einer Dörrpflaume vergleichbar sind. Dass die Ware zudem als frisch bezeichnet wird, entspricht der gängigen Werbung (vgl BGH, MarkenR 2001, 314 – marktfrisch). Dabei ist ohne Bedeutung, ob der Verbraucher das Wort fresh mit der Frische der verwendeten Produkte oder aber dem frischen Geschmack der Chips in Verbindung bringt, denn diese Doppelbedeutung ist keine Mehrdeutigkeit im Sinne einer unterschiedlichen (oder gegensätzlichen) Sachaussage, sondern sie lässt den unzweideutigen Aussagegehalt unberührt und bezieht ihn nur auf die für den jeweiligen Verbraucher im Vordergrund stehende Eigenschaft der Ware. Im übrigen kann fresh ohne weiteres auch auf beide Eigenschaften sozusagen kumulativ bezogen werden, ohne dass dies den Verbraucher zu einer gedanklichen Überlegung mit dem Ziel verleiten könnte, zu erforschen welche Frische nun gemeint sein könnte. Frisch bedeutet frisch - und das gilt im Zweifel für alles.

Als unmittelbar beschreibende Sachaussage steht der Eintragung der Marke auch das Freihaltebedürfnis der Mitbewerber entgegen (§ 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG).

Markeneintragungen in anderen Ländern oder auch in Deutschland könnten, selbst wenn sie mit der hier geprüften Marke identisch wären, nicht allein zur einer ebensolchen Eintragung führen. Sie können nur als Indiz für die Sichtweise bestimmter Verkehrskreise herangezogen werden und sind in Zweifelsfällen durchaus von Nutzen. Rechtsansprüche auf gleiches Recht (einer ansonsten unrechtmäßigen Entscheidung) geben sie aber nicht. Hier ist die Sachlage eindeutig, so dass diese Eintragungen für die Sachentscheidung ohne Belang sind.

Stoppel

Paetzold

Schwarz-Angele

Ko