

BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 240/02

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 67 301.2

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 11. Juni 2003 unter Mitwirkung de Vorsitzenden Richters Stoppel, des Richter Paetzold und der Richterin Schwarz- Angele

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

G r ü n d e

I.

Zur Eintragung in das Markenregister angemeldet ist die Wortfolge

Snack Hits

als Kennzeichnung die Waren

Im Extrudierverfahren hergestellte Kartoffel-, Weizen-, Reis- und Maisprodukte für Nahrungszwecke; Kartoffelchips, Kartoffelsticks; Rosinen, Haselnuss-, Erdnuss-, Cashewkerne, Pistazienkerne und Mandeln, getrocknet, geröstet, gesalzen und/oder gewürzt; getrocknete Früchte;

Back- und Konditorwaren, Biskuits, Kuchen, Schokolade, Schokoladewaren, Pralinen, Zuckerwaren, Bonbons, Marzipan, Salzgebäck, Salzstangen, Salzbrezeln

Die Markenstelle für Klasse 29 hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft mit folgender Begründung zurückgewiesen: Bei dem Wort „Snack“ handle es sich um einen Begriff, der in der Bedeutung „Imbiss, kleine Zwischenmahlzeit“ ein fester Bestandteil der deutschen Sprache sei. Das Wort „Hit“ bedeute „Verkaufsschlager, Spitzenprodukt“ und werde in den unterschiedlichsten Warengengebieten in diesem Sinn verwendet. Beide Worte seien sprachüblich zusammengefügt und ergäben keinen neuen schutzfähigen Gesamtbegriff. Der angesprochene Verkehr werde die angemeldete Marke auf grund der Allgemeingültigkeit der Bestandteile als konkreten Hinweis darauf verstehen, dass die Waren selbst „Snack Hits“ seien, d.h. Imbisse, die für eine bestimmte Zeit besonders be-

liebt sind und von vielen andern gekauft würden. Dieser Sinngehalt ergebe sich aus der Wortfolge unmittelbar, ohne dass eine gedanklich analysierende Betrachtung notwendig sei.

Die Anmelderin hat hiergegen Beschwerde eingelegt, diese aber nicht begründet.

Das Gericht hat der Anmelderin Fundstellen aus dem Internet übersandt, die eine Verwendung des Begriffes „Snack-Hits“ belegen und eine Frist zur Stellungnahme hierzu eingeräumt. Diese Frist wurde von der Anmelderin nicht wahrgenommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet, denn der begehrten Eintragung in das Markenregister steht das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft entgegen (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG).

Wenn der Verbraucher die Bezeichnung „Snack Hits“ auf den beanspruchten Waren sieht, so denkt er an eine unzweideutig und unmittelbare Beschreibung der Ware, nicht jedoch an einen Hinweis auf deren Hersteller.

Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG liegt vor, wenn die Marke dem Verkehr als Unterscheidungsmittel für die Waren verschiedener Hersteller genügt. Die Anforderungen des Verbrauchers an diese konkrete Unterscheidungseignung sind hierbei nach Ansicht der ständigen Rechtsprechung gering (zB BGH, WPR 2002, 1073 – BONUS II), so dass nur Bezeichnungen ausgeschlossen sind, die entweder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt haben oder zB in der Werbung derart „verbraucht“ sind, dass sie vom Verkehr nicht als Unterscheidungsmittel akzeptiert werden. Wegen des Eintragsanspruchs gemäß § 33 Abs 2 MarkenG sind Zweifel letztlich zugunsten der Anmelderin zu werten.

Trotz dieser hohen Anforderungen an die Zurückweisung einer Marke wegen fehlender Unterscheidungskraft sind die Voraussetzungen hier zu bejahen.

Wie die Markenstelle zutreffend und umfassend ausgeführt hat, wird der Verbraucher in der angemeldeten Marke wegen deren unzweideutig und unmittelbar beschreibender Aussage keine Kennzeichnung des Produkts sehen, sondern nur eine Produktbeschreibung. „Snack Hits“ sind nichts anderes als „die Hits unter den Snacks“, also Snacks, die eine Spitzenstellung einnehmen. Diese Behauptung und Anpreisung einer marktführenden Stellung bewegt sich im Rahmen dessen, was der Verkehr im Bereich der Werbung gewohnt ist und auch erwartet. Dass die dahinter stehende Aussage „diese Snacks sind wegen ihrer Qualität und/oder ihres Sortiments die besten/die Marktführer auf ihrem Gebiet“ auf das Schlagwort „Snack Hits“ verkürzt ist, bewirkt keine den Markenschutz begründende Eigenheit, denn gerade diese Art des werbenden Marktauftritts ist weit verbreitet. Zudem ergab eine Eingabe dieses Begriff im Internet, dass das Wort „Snack-Hit“ bereits beschreibend in dem oben genannten Sinn gebraucht wird. So fanden sich folgende Textstellen: „Der Snack-Hit, den alle Katzen lieben“, oder „Wraps heißen die neuen Snack-Hits der amerikanischen Küche“, oder „Fertiggerichte und Snack-Hits“ usw. Damit wird der Verkehr in der gewünschten Marke keinen Herstellerhinweis sehen.

Soweit die Anmelderin – in der Begründung vor dem Patentamt - ihren Eintragsanspruch auf die Eintragung von „Snack-Hits“ in Portugal und Frankreich, sowie auf eine ähnlich lautende Marke („Sweet-Hits“) in Deutschland stützt, ist dem entgegenzuhalten, dass es sich bei der Entscheidung über die Eintragung einer Marke zum einen um eine Rechtsfrage handelt – womit eine Ermessenbindung ausscheidet -, zum anderen, dass sich aus Art 3 GG nur ein Rechtsanspruch auf gleiches Recht im Recht ergeben könnte, nicht aber ein Anspruch auf eine gleiche, jedoch unrechtmäßige Entscheidung. Zudem können Voreintragungen allenfalls bei Zweifelsfällen als Indiz gewertet werden, bei einer wie hier vor-

liegenden eindeutigen Rechtslage aber besteht aber kein Raum für die Heranziehung derartiger Umstände.

Die Beschwerde war damit zurückzuweisen.

Stoppel

Paetzold

Schwarz-Angele

Na