



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 6/07

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die Markenmeldung 305 29 483.0

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie des Richters Viereck und der Richterin Dr. Kober-Dehm in der Sitzung vom 12. März 2008

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Bezeichnung

### **ALL IN ONE**

ist als Marke für

„Zuckerwaren, hergestellt aus oder unter Verwendung von Fruchtgummi und/oder Schaumzucker und/oder Gelee und/oder Lakritze, ausgenommen für medizinische Zwecke“

zur Eintragung in das Register angemeldet.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschlüssen vom 8. November 2005 und vom 27. Juni 2006, von denen letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, zurückgewiesen.

Der angemeldeten Bezeichnung fehle die für eine Eintragung als Marke erforderliche Unterscheidungskraft. Die Wortfolge „ALL IN ONE“ sei in der Bedeutung von „Alles in Einem“ lexikalisch verzeichnet. Sie diene zur Umschreibung dafür, dass ein Produkt mehrere Bestandteile oder Fähigkeiten in sich vereine. Inländische Verkehrskreise verstünden die Wortfolge ohne weiteres in diesem Sinn, da diese aus einfachen Wörtern des englischen Grundwortschatzes bestehe. Der verständige durchschnittliche Verbraucher erwarte unter der angemeldeten Bezeichnung eine Zuckerware, die entweder gleichzeitig unterschiedliche Geschmacksrichtungen aufweise, aus verschiedenen Schichten bestehe oder unterschiedliche Bedürfnisse befriedige. Die Verwendung der angemeldeten Wortkombination im Zusammenhang mit Nahrungsmitteln lasse sich durch eine Recherche im Internet,

das ein allgemein zugängliches Informationsmittel darstelle, mit der Eingabe der Begriffe „all in one“ und „Nahrung“ unter [www.google.de](http://www.google.de) ohne weiteres belegen.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie macht geltend, dass die Markenstelle die Schutzfähigkeit der angemeldeten Bezeichnung zu Unrecht verneint habe. Die Wortkombination „ALL IN ONE“ werde im deutschen Sprachgebrauch nicht verwendet. In der englischen Sprache sei die Kombination lediglich in den Begriffen „all in one suit“ (= einteiliger Anzug) oder „all in one device suitable for every purpose“ (= eierlegende Wollmilchsau) nachweisbar. Da bei der angemeldeten Bezeichnung ein konkretisierender Zusatz fehle, enthalte sie keine beschreibende Aussage. Dementsprechend stellten auch die angegriffenen Beschlüsse nicht konkret fest, welche Bedeutung die Wortfolge in Bezug auf die beanspruchten Waren aufweisen solle. Es werde lediglich in allgemeiner Form darauf hingewiesen, dass das Produkt verschiedene Geschmacksrichtungen aufweisen oder unterschiedlichen Bedürfnissen des Verbrauchers dienen könne. Diese Bedeutungsmöglichkeiten, für die die angemeldete Marke im Übrigen selbst keine Anhaltspunkte enthalte, seien offensichtlich willkürlich aus einer Vielzahl vorstellbarer Bedeutungen ausgewählt. Die Mehrdeutigkeit bzw. Interpretationsbedürftigkeit einer Marke sei ein Indiz für ihre Unterscheidungskraft. Bei Süßwaren lasse sich die Vielzahl der in Betracht kommenden Eigenschaften unmöglich in einem einzigen Produkt vereinigen. Da dies den Verkehrskreisen bekannt sei, fassten sie die Bezeichnung „ALL IN ONE“ als ironisch übertriebene und originelle Produktbezeichnung auf, die herkunftshinweisenden Charakter besitze.

Der Senat hat der Anmelderin die Ergebnisse seiner Internetrecherche zur Verwendung der Bezeichnung „ALL IN ONE“ im Zusammenhang mit Süßwaren übermittelt.

Die Anmelderin beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde der Anmelderin ist zulässig, in der Sache aber nicht begründet. Die Markenstelle hat im Ergebnis zu Recht angenommen, dass die angemeldete Marke nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft von der Eintragung ausgeschlossen ist.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen 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. Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (st. Rspr.; EuGH GRUR Int. 2005, 1012, Rdn. 27 ff. - BioID; BGH GRUR 2003, 1050 - Cityservice; GRUR 2006, 850, 854 - FUSSBALL WM 2006). Dabei darf die Prüfung, ob das erforderliche Maß an Unterscheidungskraft vorhanden ist, nicht auf ein Mindestmaß beschränkt werden, sondern muss streng und vollständig sein, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu vermeiden (EuGH 2003, 604, 607 [Nr. 57 - 59] - Libertel; GRUR 2004, 674, 680 [Nr. 123 -125] - Postkantoor; GRUR 2004, 1027, 1030 [Nr. 45] - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Enthält eine Bezeichnung einen beschreibenden Begriffsinhalt, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird, ist der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung als Marke wegen Fehlens jeglicher Unterscheidungskraft zu versagen. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard). Die Mehrdeutigkeit oder Interpretationsbedürftigkeit einer Bezeichnung kann zwar im Einzelfall die erforderliche

Unterscheidungskraft begründen. Ob eine schutzbegründende Bedeutungsvielfalt vorliegt, ist allerdings nicht abstrakt, sondern im Zusammenhang mit den jeweils beanspruchten Waren zu beurteilen, was zur Folge haben kann, dass sich mehrere in Betracht kommende Deutungsmöglichkeiten auf einen im Vordergrund stehenden Sinngehalt reduzieren (Ströbele, in: Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 8 Rn. 56). Nach diesen Grundsätzen kann der angemeldeten Marke die erforderliche Unterscheidungskraft nicht zuerkannt werden.

Wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat, bedeutet „ALL IN ONE“ wörtlich übersetzt soviel wie „Alles in Einem“ und wird sowohl zur Bezeichnung von Allzweckprodukten als auch von für jeden Verwender geeigneten Erzeugnissen verwendet (vgl. (PONS Großwörterbuch Englisch-Deutsch, Neubearbeitung 2005, S. 26, wo als Verwendungsbeispiele die Ausdrücke „all-in-one cleaner“ und „all-in-one shampoo“ genannt werden).

Aus der der Anmelderin übermittelten Internetrecherche des Senats ergibt sich, dass der Ausdruck „ALL IN ONE“ im deutschen Sprachgebrauch im Zusammenhang mit Süßwaren als Hinweis auf eine mögliche Darbietungsform verwendet wird, die darin besteht, dass ein größeres Sortiment des betreffenden Anbieters als Mischung in einer Packung angeboten wird. So wird unter der Adresse <http://www.otto-office.com> eine Fruchtgummi-Mischung der Marke „Trolli“ unter der Bezeichnung „All in One“ vertrieben, bei der Minibeutel mit verschiedenen Fruchtgummi-Sorten in einer (regulären) Packung enthalten sind. Die Anmelderin kann daher nicht mit Erfolg geltend machen, dass die angemeldete Bezeichnung mehrdeutig und interpretationsbedürftig sei. Ebenso wenig kann ihr darin gefolgt werden, dass die angemeldete Wortkombination nicht beschreibend sei, weil sie keinen konkretisierenden Zusatz enthalte. Auch wenn mit der angemeldeten Bezeichnung in einer verabsolutierenden Form auf den Umfang des Angebots hingewiesen wird, liegt die Annahme fern, der Verkehr werde darin einen betrieblichen Herkunftshinweis sehen. Der Verkehr ist an derartige plakative Aussagen in der Werbung gewöhnt und wird aufgrund der ihm geläufigen Gepflogen-

heiten in der Süßwarenbranche, Mischungen verschiedenartiger Zuckerwaren in einer Packung anzubieten, die angemeldete Bezeichnung ohne weiteres als Hinweis auf eine alle oder doch mehrere Sorten enthaltende Mischung auffassen.

Die Markenstelle hat die angemeldete Marke für die beanspruchten Waren nach alledem im Ergebnis zu Recht von der Eintragung ausgeschlossen. Allerdings hat die Markenstelle die Zurückweisung der Anmeldung u. a. auf Fundstellen im Internet gestützt, hinsichtlich derer die Anmelderin offensichtlich keine Gelegenheit zur Stellungnahme hatte. In der Lasche der Verfahrensakten des Deutschen Patent- und Markenamts befindet sich ein lose eingelegter Ausdruck einer Internetrecherche zu den von der Erinnerungsprüferin in ihrem Beschluss erwähnten Eingabebegriffen „all in one“ und „Nahrung“ vom 12. Juni 2006. Der Akte lässt sich jedoch weder entnehmen, dass die Erinnerungsprüferin ihren Beschluss gerade auf diese Recherche vom 12. Juni 2006 gestützt hat, noch ergibt sich, dass der Anmelderin ein Ausdruck derjenigen Recherche, die die Erinnerungsprüferin tatsächlich zur Begründung ihrer Entscheidung herangezogen hat, im Vorfeld des angefochtenen Erinnerungsbeschlusses übermittelt worden ist. Anschauungsbeispiele, mit denen ein bestimmtes Verkehrsverständnis belegt und auf die die spätere Entscheidung gestützt werden soll, müssen in das Verfahren eingeführt werden. Nach § 59 Abs. 2 MarkenG ist den Verfahrensbeteiligten Gelegenheit zu geben, sich dazu innerhalb einer bestimmten Frist zu äußern, wenn es sich nicht um Umstände handelt, die den Verfahrensbeteiligten ohne weiteres gegenwärtig sind und deren Entscheidungserheblichkeit bekannt ist. Hierzu ist es grundsätzlich erforderlich, etwaige Rechercheergebnisse zu übermitteln. Der bloße Hinweis auf eine Fundstelle kann allenfalls dann genügen, wenn es sich um eine allgemein zugängliche und jederzeit nachprüfbare Quelle handelt (z. B. Duden, Brockhaus). Dies ist bei Fundstellen im Internet in aller Regel nicht der Fall. Zwar ist das Internet allgemein zugänglich. Die dort aufzufindenden Inhalte können sich aber jederzeit ändern. Insoweit ist es unabdingbar, einen datierten Ausdruck der betreffenden Stellen zu fertigen und den Verfahrensbeteiligten zur Kenntnis zu ge-

ben (vgl. Ströbele, in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 83 Rn. 42 a. E. m. w. N.). Dies ist im vorliegenden Fall offensichtlich unterblieben.

Trotz dieses Verfahrensfehlers ist eine Aufhebung des angefochtenen Beschlusses und eine Zurückverweisung der Sache an das Deutsche Patent- und Markenamt im Interesse der Verfahrensökonomie nicht angezeigt. Der Senat hat der Anmelderin die einschlägigen Fundstellen aus dem Internet vor der Entscheidung in der Sache übermittelt und war daher nicht gehindert, selbst abschließend in der Sache zu entscheiden (BGH GRUR 1997, 637, 638 - Top Selection; Ströbele, in: Ströbele/Hacker, a. a. O., § 70 Rn. 5).

Hacker

Viereck

Kober-Dehm

Hu