

BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 224/00

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 399 07 609.3

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 24. Juli 2002 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 23. September 1999 aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen "Großküchengeräte, nämlich Möbel, Kombi-Dämpfer, Dunstabzugshauben, Friteusen, Spülmaschinen, Grillgeräte, Herde, Kühlaggregate, Mikrowellengeräte, Backöfen, Serviergeräte, Wärmeschränke sowie Teile vorgenannter Waren, sämtliche Waren aus Stahl, Aluminium und Edelstahl; Vermietung, Wartung und Reparatur der vorgenannten Waren" zurückgewiesen worden ist.

Im übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 20 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung der für die Waren und Dienstleistungen

"Verkaufspavillons, Verkaufscontainer, Großküchengeräte, nämlich Möbel, Kombi-Dämpfer, Dunstabzugshauben, Friteusen, Spülmaschinen, Grillgeräte, Herde, Kühlaggregate, Mikrowellengeräte, Backöfen, Servier-Geräte, Wärmeschränke sowie Teile vorgenannter Waren, sämtliche Waren aus Stahl, Aluminium und Edelstahl, Vermietung, Wartung und Reparatur der vorgenannten Waren"

bestimmten Wortmarke

Snack Point

wegen fehlender Unterscheidungskraft sowie als beschreibende Angabe zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, bei der angemeldeten Bezeichnung handele es sich um eine aus den in Deutschland geläufigen englischen Begriffen "Snack" und "Point" gebildete Angabe mit der Bedeutung "Imbisspunkt" bzw. "Imbiss-Stelle". In dieser Bedeutung beschreibe sie nur die Bestimmung der mit der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen, die alle im Zusammenhang mit der Zubereitung kleiner Imbisse stünden. Wegen ihrer Eignung als beschreibende Angabe sei die angemeldete Bezeichnung im Interesse der Mitbewerber der Anmelderin freizuhalten. Außerdem fehle ihr wegen ihres beschreibenden Begriffsinhalts jegliche Unterscheidungskraft.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde. Sie ist der Auffassung, die Bezeichnung "Snack Point" sei eine weder in der deutschen noch in der englischen Sprache verwendete, originelle Wortneubildung. Insbesondere sei es unüblich, den Begriff "Point" im Sinne einer Ortsangabe zu verwenden. Die deutsche Übersetzung der angemeldeten Marke mit "Imbiss-Punkt" oder "Imbiss-Stelle" dränge sich schon deshalb nicht auf, weil auch diese deutschen Bezeichnungen in der Umgangssprache ungebräuchlich seien. Der sich auf Grund der Übersetzung der Markenstelle ergebende Begriffsgehalt der Bezeichnung "Snack Point" sei auch für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Der Senat hat der Anmelderin die im Internet ermittelten Verwendungen der Bezeichnung "Snack Point" zur Kenntnis- und Stellungnahme übersandt. Die Anmelderin hat sich hierzu nicht geäußert.

II

Die zulässige Beschwerde ist nur in bezug auf die aus dem Tenor ersichtlichen Waren und Dienstleistungen begründet, mußte im übrigen jedoch erfolglos bleiben.

Für die Waren "Verkaufspavillons, Verkaufscontainer" stellt die Bezeichnung "Snack Point" eine konkret und eindeutig beschreibende Angabe über deren Art und Bestimmung i.S.v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar, die - wie die vom Senat durchgeführten Ermittlungen ergeben haben - in Deutschland bereits als Hinweis auf einen Ort verwendet wird, an dem ein Snack, also ein schneller, d.h. bereits fertig zubereitet vorhandener kalter oder warmer Imbiss, gekauft und eventuell auch direkt verzehrt werden kann. Diesbezüglich steht auf Grund der der Anmelderin vor der Beschlussfassung zugestellten Internet-Rechercheergebnisse fest, dass z.B. die "Brotinsel" in Braunschweig innerhalb ihres Internetauftritts darauf hinweist, dass ihr Snackpoint die Möglichkeit biete, sich mit einem Kaffee, einem kühlen Getränk und/oder einem Vollkornsnack zu stärken. Weiterhin betreibt die Uni Giessen als gastronomisches Angebot eine große Mensa, eine kleine Mensa und einen Snackpoint. Eine ähnliche Differenzierung ihres gastronomischen Angebots findet sich auch unter der Internet-Adresse "www.dieoliverie.de/UnternehmenInfo.htm", wo "Die Oliverie" ihre drei Angebote "Die klassische Oliverie", "Der Oliverie-Treff" und "Der Oliverie-Snackpoint" darstellt und in bezug auf ihre Snackpoints ausführt: "Die Marktnische des Oliverie-Snackpoints befindet sich an stark frequentierten Örtlichkeiten wie Bahnhöfen. Aus einer kompakten, mediterran gestalteten Einheit bekommt der eilige Gast seinen Oliverie-Snack auf die Hand, um dem nächsten Kunden Platz zu machen". Die

GENO-Akademie Stuttgart verweist auf ihr gastronomisches Angebot mit dem Hinweis: "Das Bistro – Getränke- und Snackpoint. Der Treffpunkt am Mittag und Abend mit reichhaltigem Angebot wie: ... Snacks ...".

Die Bezeichnung "Snack Point" wird jedoch nicht nur für bereits in Betrieb befindliche Imbiss-Stellen verwendet, sondern unter der Internetadresse "www.backring.de" vom Backring Nord auch zur Bezeichnung eines Konzepts benutzt, mit dem den künftigen Betreibern von Snackpoints komplette eingerichtete und eigenständig aufstellbare Module für deren Betrieb angeboten werden.

Auf Grund der umfangreichen, vorstehend nur beispielhaft aufgezählten Verwendungen der Bezeichnung "Snackpoint" ist davon auszugehen, dass es sich bei der angemeldeten Bezeichnung um eine solche handelt, die jedenfalls in der Zukunft auch von anderen Anbietern von Verkaufspavillons und Verkaufscontainern benötigt wird, um gegenüber ihren Kunden, insbesondere Bäckereien und Metzgereien, auf deren Eignung und Bestimmung für den Betrieb eines Snackpoints hinzuweisen.

Nach dem Gesagten liegt auf der Hand, daß für die genannten Waren der angemeldeten Marke auch die erforderliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG), wie der Verkehr darin in beachtlichem Umfang eine warenbeschreibende Angabe sehen wird.

Für die weiterhin beanspruchten Großküchengeräte und deren Teile sowie die auf alle Waren bezogenen Vermietungs-, Wartungs- und Reparaturdienstleistungen stellt die angemeldete Bezeichnung hingegen keine unmittelbar beschreibende Angabe i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar. Der Senat hat insoweit nicht feststellen können, das es speziell für den Betrieb eines Snackpoints geeignete und bestimmte Geräte bzw speziell auf die Vermietung, Wartung und Reparatur von Snackpoints ausgerichtete Dienstleistungen gibt. Auch die Markenstelle hat diesbezüglich keine Nachweise erbracht, die ihre abweichende Beurteilung zu tragen

geeignet wären. Es fehlt deshalb insoweit an konkreten Tatsachen für die Annahme, die Mitbewerber könnten die angemeldete Bezeichnung aktuell oder in Zukunft als beschreibenden Hinweis für diese Waren und Dienstleistungen benötigen.

Für die im Tenor im einzelnen aufgeführten Waren und Dienstleistungen fehlt der angemeldeten Marke auch nicht jegliche Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, weil sie – wie dargelegt – diese Waren und Dienstleistungen nicht hinreichend konkret beschreibt. Es bedarf insoweit nämlich zumindest eines gedanklichen Zwischenschrittes von der Vorstellung über eine Imbissverkaufsstelle hin zu deren Einrichtungen bzw. zu den darauf bezogenen Vermietungs-, Wartungs- und Reparaturtätigkeiten, den der Verkehr, der nicht zu einer analysierenden Betrachtungsweise von Marken neigt (BGH GRUR 1995, 408, 409 – PROTECH), erfahrungsgemäß nicht anstellt.

Aus diesen Gründen war der Beschwerde der Anmelderin in dem aus dem Tenor ersichtlichen Umfang teilweise stattzugeben.

Albert

Kraft

Reker

Bb