



BUNDESPATENTGERICHT

26 W (pat) 195/01

(AktENZEICHEN)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 301 29 159.4

hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. Juli 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Albert sowie der Richter Kraft und Reker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 32 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die für die Waren

"Biere, alkoholfreie Getränke, Cola-Mischgetränke"

angemeldete Wortmarke

Da ist Saft drin

als nicht unterscheidungskräftige und beschreibende Angabe zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, bei der angemeldeten Marke handele es sich um eine Inhaltsangabe für die beanspruchten Getränke, die nicht doppeldeutig sei. Insbesondere vermittele die angemeldete Wortfolge auch unter Berücksichtigung des Umstandes, dass es Redewendungen gebe wie "in vollem Saft stehen", "saft- und kraftlos" oder – i.V.m. Batterien – "keinen Saft mehr haben", nicht die Vorstellung, dass die Getränke Kraft bzw Energie enthielten bzw spendeten, weil hier eindeutig die Vorstellung des Verkehrs im Vordergrund stehe, die Getränke enthielten Frucht- oder Gemüsesaft. Auch für Bier sei die angemeldete Wortfolge schutzunfähig, weil dieses Getränk häufig als Gerstensaft bezeichnet werde.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde, die sie nicht begründet hat. Sie beantragt sinngemäß, den angegriffenen Beschluss aufzuheben.

II

Die zulässige Beschwerde musste erfolglos bleiben. Der Eintragung der angemeldeten Wortfolge als Marke stehen, wie die Markenstelle zutreffend festgestellt hat, die Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG entgegen.

Der Satz "Da ist Saft drin" kann dazu dienen, die Art und die Beschaffenheit der beanspruchten Waren "alkoholfreie Getränke, Cola-Mischgetränke" zu bezeichnen. Er weist den Verkehr direkt und unmissverständlich darauf hin, dass es sich bei dem so angebotenen Produkt um einen Saft oder um ein unter Verwendung von Saft hergestelltes Mischgetränk handelt. Eine Mehrdeutigkeit der angemeldeten Wortfolge, die ihre Eignung als warenbeschreibende Angabe in Zweifel ziehen könnte, ist nicht gegeben, weil bei den beanspruchten Getränken ein Verständnis der Bezeichnung als Inhaltsangabe viel näher liegt als die von der Anmelderin angeführten weiteren Verständnismöglichkeiten; denn diese setzen zum einen die Kenntnis der weiteren Bedeutung "Strom, Elektrizität, Kraft" des Begriffs "Saft" und zum anderen die Übertragung dieses Begriffsinhaltes in den Getränkebereich voraus. Eine solche analysierende Betrachtungsweise stellen die mit einer Bezeichnung konfrontierten Durchschnittsverbraucher erfahrungsgemäß aber nicht an (BGH GRUR 2000, 323, 324 – Partner with the Best). Dies gilt insbesondere dann, wenn es sich – wie im vorliegenden Fall – um Waren handelt, die aufgrund ihres eher geringen Preises nur mit geringer Aufmerksamkeit erworben werden, und wenn die dem Verbraucher gegenübertretende Bezeichnung im Hinblick auf die gekennzeichneten Waren einen ohne gedankliche Analyse sofort und ohne weiteres verständlichen Aussagegehalt aufweist. Im Hinblick auf die Waren "alkoholfreie Getränke, Cola-Mischgetränke" besteht an der angemeldeten Wortfolge deshalb bereits ein erhebliches Freihaltungsbedürfnis.

Darüber hinaus fehlt der angemeldeten Wortfolge für alle beanspruchten Waren jegliche Unterscheidungskraft. Auch unter Anlegung des gebotenen großzügigen Maßstabs (BGH GRUR 1999, 1093, 1094 – FOR YOU) kann angesichts des dar-

gelegten, eindeutig warenbeschreibenden Begriffsinhalts der angemeldeten Wortfolge nicht davon ausgegangen werden, dass die angesprochenen Verkehrskreise diese als betriebliches Herkunfts- und Unterscheidungsmittel ansehen werden. Dies gilt auch in Bezug auf die Ware "Biere", wobei es unerheblich erscheint, ob der Verkehr den Bestandteil "Saft" der angemeldeten Wortfolge im Sinne der volkstümlichen Bezeichnung "Gerstensaft" - wie von der Markenstelle angenommen - oder als Hinweis auf die Stärke oder den Alkoholgehalt eines so gekennzeichneten Bieres – wie von der Anmelderin geltend gemacht - versteht; denn bei beiden Verständnismöglichkeiten steht für den Verkehr bei der angemeldeten Wortfolge der inhaltsbeschreibende Aussagegehalt derart im Vordergrund, dass - auch bei Zugrundelegung der für Slogans geltenden Beurteilungsgrundsätze des BGH (WRP 2000, 298, 299 - Radio von hier; WRP 2000, 300, 301 – Partner with the best) - eine Wertung als betrieblicher Herkunftshinweis nicht zu erwarten ist.

Bei dieser Sachlage konnte die Beschwerde keinen Erfolg haben.

Albert

Kraft

Reker

Fa