

Gründe

I.

Die Bezeichnung

PAUSENSPASS

ist am 20. Januar 2012 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister für die folgenden Waren und Dienstleistungen der

Klasse 29:

Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; tiefgefrorenes, konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Fruchtmus; Eier; Milch und Milchprodukte; Speiseöle und -fette;

Klasse 30:

Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Tapioka, Sago, Kaffee-Ersatzmittel; Mehle und Getreidepräparate einschließlich Cerealienriegel; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Pralinen mit und ohne Füllung, Schokoladewaren (soweit in dieser Klasse enthalten), Bonbons, Fruchtgummi, Kaugummi (ausgenommen für medizinische Zwecke) und andere Zuckerwaren, Speiseeis; Honig, Mellassesirup; Hefe, Backpulver, Salz, Senf, Essig, Saucen (Würzmittel), Gewürze, Kühleis;

Klasse 32:

Biere; Mineralwässer und kohlensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken.

angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts hat diese unter der Nummer 30 2012 010 310.3 geführte Anmeldung nach vorheriger Beanstandung durch Beschluss eines Beamten des gehobenen Dienstes überwiegend, nämlich für die Waren

Klasse 29:

Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild; Fleischextrakte; tiefgefrorenes, konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Fruchtmus; Eier; Milch und Milchprodukte;

Klasse 30:

Kaffee, Tee, Kakao, Zucker, Reis, Kaffee-Ersatzmittel; Getreidepräparate einschließlich Cerealienriegel; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, Pralinen mit und ohne Füllung, Schokoladewaren (soweit in dieser Klasse enthalten), Bonbons, Fruchtgummi, Kaugummi (ausgenommen für medizinische Zwecke) und andere Zuckerwaren, Speiseeis; Honig;

Klasse 32:

Biere; Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke; Fruchtgetränke und Fruchtsäfte; Sirupe und andere Präparate für die Zubereitung von Getränken,

zurückgewiesen.

Nach Auffassung der Markenstelle ist die angemeldete Marke in Bezug auf diese Waren wegen der im Vordergrund stehenden sachbezogenen Bedeutung nicht unterscheidungskräftig i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Bei der Bezeichnung „PAUSENSPASS“ handele es sich um eine sprachüblich gebildete Wortzusammensetzung der beiden Begriffe „Pause“ und „Spas“, die einen im Vordergrund stehenden, werblichen Sachhinweis in dem Sinne beinhalte, dass die Waren als Erfrischung in Pausen genossen würden, was dem Konsumenten Spaß verschaffen könne. Mit dem Begriff „Pause“ werde bekanntlich eine kürzere Unterbrechung einer Tätigkeit bezeichnet, die der Erholung oder Entspannung dienen solle. Das weitere Zeichenelement „Spas“ stelle ein vielgebräuchliches Werbebeschlagswort dar, das in nahezu allen Warengebieten einschließlich in dem vorliegend einschlägigen Lebensmittelsektor als Aufforderung oder Versprechen zum spaßigen Genuss verwendet werde. Insbesondere in dem Lebensmittel- und Getränkebereich seien beide Wortelemente der angemeldeten Bezeichnung weit verbreitet, wie Slogans wie „Knackiger Spaß im Glas“, „Der Trinkspaß aus der Tüte“, „Mach mal Pause-..“ uvm zeigen würden. Die vorgenannten Waren der Klassen 29, 30 und 32, wie Biere, Mineralwasser, Fleisch, Fisch, usw. seien alle für eine kleine Erfrischung für zwischendurch geeignet. Mithin erschöpfe sich die angemeldete Bezeichnung im Zusammenhang mit diesen Waren in einer Aneinanderreihung sachbezogener Begriffe.

Hiergegen hat die Anmelderin Beschwerde erhoben.

Sie hält die angemeldete Bezeichnung auch für die vorgenannten Waren für schutzfähig. Auch wenn der angesprochene Verkehr die einzelnen Wortbestandteile erkennen würde, folge daraus nicht zwangsläufig, dass er die Gesamtbezeichnung nicht als betrieblichen Herkunftshinweis wahrnehme. Der angemeldeten Marke in ihrer Gesamtheit könne nämlich nicht ohne weiteres ein unmittelbar beschreibender Begriffsinhalt im Zusammenhang mit diesen Waren zugeordnet werden, insbesondere könne der Bezeichnung „PAUSENSPASS“ nicht eine bestimmte Eigenschaft der so bezeichneten Waren entnommen werden. Daher habe auch das Bundespatentgericht in seinen Entscheidungen „TRAVEL-START“, 27 W (pat) 8/00, und „WHITE SATIN“, 24 W (pat) 137/05, letztere Bezeichnung war angemeldet für „Weichspüler, Faserpflegemittel und Gewebe-Conditioner“, e ohne weiteres und ohne Unklarheiten erfassbare warenbeschreibende Aussage gesehen und daher diese Bezeichnungen als unterscheidungskräftig angesehen.

Die Anmelderin beantragt (sinngemäß),

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 30 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 5. Juli 2012 aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen worden ist.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, die Schriftsätze der Anmelderin und auf den übrigen Akteninhalt verwiesen.

II.

Die Beschwerde ist gemäß §§ 64 Abs. 6 Satz 1, 66 Abs. 1 MarkenG zulässig, sie ist jedoch unbegründet. Der Senat teilt die Auffassung der Markenstelle, dass der angemeldeten Bezeichnung im Zusammenhang mit den noch streitgegenständlichen Waren der Klassen 29, 30 und 32 jegliche Unterscheidungskraft i.S.d.

§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt. Die Anmeldung ist deshalb von der Markenstelle insoweit zu Recht gemäß § 37 Abs. 1, Abs. 5 MarkenG zurückgewiesen worden.

1.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2004, 428, Tz. 30, 31 Henkel; BGH GRUR 2006, 850, Tz. 18 FUSSBALL WM 2006). Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Produkten lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH GRUR 2006, 850, Tz. 19 FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674, Tz. 86 Postkantoor). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u.a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Produkte zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (vgl. BGH - FUSSBALL WM 2006 a. a. O.). Zumindest in diesem Sinne fehlt der angemeldeten Marke in Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Waren die Unterscheidungskraft.

Bei der Beurteilung von Schutzhindernissen ist maßgeblich auf die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise abzustellen, wobei dies alle Kreise sind, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann. Dabei kommt es auf die Sicht des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers im Bereich der einschlägigen Waren und Dienstleistungen an (Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8, Rdn. 29, 30). Die beanspruchten Waren der Klassen 29, 30 und 32 sind an die inländischen Verbraucher gerichtet.

Ausgehend hiervon wird der angesprochene Verkehr die angemeldete Wortkombination „PAUSENSPASS“ im Zusammenhang mit den noch beanspruchten Waren der Klassen 29, 30 und 32 nur als sachbezogenen, werbeüblichen Hinweis darauf verstehen, dass diese Waren „bei kürzeren Tätigkeitsunterbrechungen“ verzehrt werden und dabei „Vergnügen bereiten“ können, und damit als Hinweis auf wesentliche Merkmale der ihm dargebotenen Waren.

Bei der angemeldeten Bezeichnung „PAUSENSPASS“ handelt es sich um eine sprach- und werbeübliche Aneinanderreihung zweier beschreibender Begriffe zu einem verständlichen schlagwortartigen Sachbegriff im oben genannten Sinne. Der Verkehr ist daran gewöhnt, mit neuen schlagwortartigen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen in einprägsamer und schlagwortartiger Form übermittelt werden (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8, Rdn. 107). Zwar ist es grundsätzlich nicht ausgeschlossen, dass sich selbst zwei Sachangaben durch ihre Zusammenstellung zu einer unterscheidungskräftigen Bezeichnung verbinden. Voraussetzung hierfür wäre aber, dass ein merklicher und schutzbegründender Unterschied zwischen der Kombination und der bloßen Summe ihrer Bestandteile besteht (vgl. EuGH GRUR 2004, 680, Tz. 39 - 41 Biomild; Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Aufl., § 8 Rdn. 156, 157). Die angemeldete Bezeichnung weist jedoch keine solche ungewöhnliche Struktur oder weitere Besonderheiten syntaktischer oder semantischer Art auf, die von einem rein sachbezogenen Aussagegehalt wegführen könnten.

Die angemeldete Marke „PAUSENSPASS“ setzt sich trotz Zusammenschreibung offenkundig aus den zwei Begriffen „PAUSEN“, der Mehrzahl von Pause, und „SPASS“ zusammen, die häufig auch in Kombination mit anderen Wortelementen verwendet werden (z.B. Fahrspaß, Spaßbremse, Spaßgesellschaft, Ruhepause, Kaffeepause usw), dabei ebenso wie beim Anmeldezeichen mit dem vorangestellten Begriff „Pause“ bzw. „Pausen“, wie z.B. bei Pausenbrot, Pausenhof usw.. Das Wort „Pause“ hat die Bedeutung einer kürzeren Unterbrechung einer Tätigkeit, die der Erholung oder Ähnlichem dienen soll, und in einer Vielzahl von

Wortzusammensetzungen wie Denkpause, Frühstückspause, Ruhepause, Verschnaufpause vorzufinden ist (vgl. DUDEN, Deutsches Universalwörterbuch, 4. Aufl., auf die die Markenstelle sowohl im Beanstandungsbescheid wie auch in dem angefochtenen Beschluss hingewiesen hat, Bl. 4 und 22 der Patentamtsakte; ebenso in der aktuellen Auflage, 7. Aufl., 2011). „Spaß“ hat u.a. die Bedeutung von Freude, Vergnügen, das man bei einem bestimmten Tun hat (s. hierzu u.a. Beschluss des 26. Senats des Bundespatentgerichts vom 14. September 2011, 26 W (pat) 1/11 – FREIZEIT SPASS (mit Verweis auf DUDEN Deutsches Universalwörterbuch, 7. Aufl., 2011), auf den die Markenstelle im Beanstandungsbescheid vom 20. Februar 2012 hingewiesen hat, Bl. 4 der Patentamtsakte).

Mit diesem Bedeutungsgehalt ist die angemeldete Bezeichnung geeignet, in Bezug auf die streitgegenständlichen Waren der Klassen 29, 30 und 32 einen Hinweis auf die Bestimmung oder Eigenschaft der Waren zu geben, nämlich dass diese bei kurzen Tätigkeitsunterbrechungen verzehrt werden und der Konsum dieser Waren Genuss, Vergnügen oder Freude bereiten können. Dabei ist entgegen der Auffassung der Anmelderin nicht erforderlich, dass sich der Verbraucher konkrete Vorstellungen dazu macht, in welcher Art und Weise der Genuss, das Vergnügen oder der Spaß erzielt wird. Die von der Anmelderin noch beanspruchten Waren wie Fleisch, Fisch, Geflügel, Brot, Kleingebäck, feine Back- und Konditorwaren, Speiseeis können bei kürzeren Tätigkeitsunterbrechungen, also Pausen, wie z.B. Schulpausen, Arbeitspausen, Fahrpausen, Wanderpausen etc., verzehrt werden und dem Konsumenten Vergnügen bereiten. Kaffee, Tee, Kakao, Brot, Fruchtsäfte, Milch sind typische Produkte, die in solchen Pausen konsumiert werden. Pausenbrote oder -brötchen, können mit „Honig, Konfitüre, Fruchtmus, Fisch, Fleisch usw.“ belegt sein. Auch Back- und Süßwaren wie Schokolade, Bonbons, Fruchtgummi, Speiseeis werden gerne bei kleinen Zwischenmahlzeiten gegessen.

Die angemeldete Bezeichnung „PAUSENSPASS“ gibt also im Zusammenhang mit den streitgegenständlichen Waren der Klassen 29, 30 und 32 in diesem Sinne einen einprägsamen, schlagwortartigen Sachhinweis. Zudem ist der Verkehr daran gewöhnt, im Geschäftsleben ständig mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen lediglich in einprägsamer Form übermittelt werden, ohne dass er in diesen einen betrieblichen Herkunftshinweis sehen wird.

Schließlich rechtfertigen die von der Widersprechenden genannten Entscheidungen anderer Senate des Bundespatentgerichts betreffend die Anmeldezeichen „WHITE SATIN“ und „TRAVEL-STAR“ keine andere Beurteilung. Die vorliegende Fallkonstellation ist nicht mit der Bezeichnung „WHITE SATIN“ vergleichbar, weil die dortige Begriffskombination nach den Feststellungen des Senats keinen produktbezogenen Sachhinweis gegeben hat. In Bezug auf die Bezeichnung „TRAVEL-STAR“ handelt es sich um eine ältere Entscheidung, die ebenfalls in keiner Weise vergleichbar erscheint.

Nach alledem war die Beschwerde zurückzuweisen.

2.

Einer mündlichen Verhandlung bedurfte es nicht. Die Anmelderin hat keinen Antrag auf Durchführung einer mündlichen Verhandlung gestellt (§ 69 Nr. 1 MarkenG). Der Senat hat eine mündliche Verhandlung auch nicht aus anderen Gründen für erforderlich gehalten, zumal auch keine Tat- oder Rechtsfragen klärungs- oder in mündlicher Verhandlung erörterungsbedürftig erscheinen.

Knoll

Metternich

Grote-Bittner

Hu