



# BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 30/04

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 300 44 422**

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 08. Juni 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie der Richterin Bayer und des Richters Merzbach

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I.**

Die Bezeichnung

## **Gesundheitswerkstatt.de**

ist am 13. Juni 2000 für die Dienstleistungen

„Werbemaßnahmen für Internet-Präsentationen im Hinblick auf Gesundheitsinformationen, Reisen, gesunde Kinder, Sport und Gesundheit, gesund und fit im Beruf, gesunde Schwangerschaft, gesund und fit über 60, Gesundheitsladen, gesund im Alltag; Internet-Präsentation für Gesundheitsinformationen aller Art; Erstellen, Halten und Betreiben von Internet-Präsentationen für Gesundheitspflege und Informationen über gesunde Kinder, Gesundheit und Reisen, gesunde Schwangerschaft, gesund und fit im Beruf, fit über 60, gesund im Alltag, Sport und Gesundheit, Betreiben eines Gesundheitsladens online;

zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden.

Mit Bescheid vom 08. November 2000 hat die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung wegen absoluter Schutzhindernisse nach § 8 Abs 2 Nr 1 u 2 MarkenG beanstandet. Die angemeldete Bezeichnung stelle insgesamt keinen schutzfähigen Gesamtbegriff dar. Internetadressen oder Teile davon seien nicht schutzfähig, wenn sie hinsichtlich der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen lediglich unmittelbar beschreibender Natur seien. Dies sei vorliegend der Fall, weil der Begriff „Gesundheitswerkstatt“ bereits vielfach als Bestandteil von Internetadressen als Hinweis auf die Art der dort an-

gebotenen Waren oder Dienstleistungen Verwendung finde. Wegen dieses beschreibenden Charakters fehle der angemeldeten Bezeichnung auch die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Mit Beschluss vom 14. März 2001 hat die Markenstelle die Anmeldung unter Bezug auf den Beanstandungsbescheid vom 08. November 2000 zurückgewiesen.

Die dagegen gerichtete Erinnerung der Anmelderin hat die Markenstelle für Klasse 42 mit Beschluss vom 15. Dezember 2003 zurückgewiesen. Der in Anlehnung an eine Internetadresse gebildeten Wortkombination fehle die erforderliche Unterscheidungskraft. Dem Bestandteil „de“ komme innerhalb einer Internetadresse allein keine individualisierende Bedeutung zu, da er als Länderkennung für Deutschland keinen unternehmenskennzeichnenden Hinweis enthalte. Eine Individualisierung erfolge regelmäßig durch die Second-Level-Domain, vorliegend also dem Bestandteil „Gesundheitswerkstatt“. Dieser werde jedoch als beschreibende Bezeichnung für ein Dienstleistungsangebot in Zusammenhang mit Gesundheitsfragen verstanden. Der Ausdruck „Werkstatt“ werde über seinen ursprünglichen Sinngehalt hinaus insbesondere im Internet zur Bezeichnung eines Portals, das der Entwicklung, Weiterführung, Auseinandersetzung mit einem bestimmten Sachthema diene, verwendet. Die Wortbildung reihe sich ohne weiteres in vergleichbare Begriffsbildungen des Ausdrucks „Werkstatt“ mit einer Sachangabe ein wie z.B. „Mathe-Werkstatt“; „Rechtschreibwerkstatt“; „Online-Werkstatt“, „StartUp-Werkstatt“ etc.. Bei der angemeldeten Bezeichnung handele es sich daher in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen um einen beschreibenden Hinweis im Sinne eines Portals zu Fragen der Gesundheit im Internet und somit über die Art und den Inhalt der beanspruchten Dienstleistungen. Eine entsprechende Verwendung des Begriffs „Gesundheitswerkstatt“ sei auch nachweisbar. Entscheidend sei dabei nicht der Nachweis der Verwendung dieses Begriffs als Bestandteil einer URL; vielmehr komme es auf den beschreibenden Gebrauch an, da letzterer für die Beurteilung der Schutzfähigkeit entscheidend sei.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin mit dem Antrag,

unter Aufhebung des Beschlusses des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Dezember 2003 das Deutsche Patent- und Markenamt anzuweisen, die Marke antragsgemäß einzutragen.

Mit dieser macht sie geltend, dass der Begriff „Werkstatt“ in Zusammenhang mit „Gesundheit“ bisher nicht geläufig sei und es sich daher um eine neue, lexikalisch nicht nachweisbare Wortschöpfung handele, welche die dahinter stehenden beanspruchten Dienstleistungen nicht beschreibe. Unter „Werkstatt“ verstehe man den Arbeitsraum eines Handwerkers oder ein dem Austausch von Erfahrung oder Ideen dienendes Treffen von Künstlern. Keinesfalls beschreibe dieser Begriff jedoch das Betreiben einer Internet-Präsentation für Gesundheitsinformationen. Es existierten zudem eine Reihe von eingetragenen Marken mit den Bestandteilen „Gesundheit“ bzw. „Werkstatt“. Die von der Markenstelle angeführten Begriffsbildungen wie „Mathe-Werkstatt“, „Online-Werkstatt“ etc. seien keinesfalls im Sprachgebrauch, sondern allenfalls vom Markenamt gebildet oder entsprechenden Anmeldungen entnommen. Zudem werde auch bei diesen Begriffen die jeweilige Tätigkeit, die sich dahinter verberge, nicht erkannt. Ebenso wenig lasse sich entgegen der Auffassung der Markenstelle auch eine beschreibende Verwendung des Begriffs „Gesundheitswerkstatt“ feststellen. Der von der Anmelderin vorgelegte Kommentar zu der von der Markenstelle durchgeführten und der Anmelderin übersandte MetaGer-Suchanfrage zu dem Begriff „Gesundheitswerkstatt“ belege vielmehr, dass der Begriff im wesentlichen von der Anmelderin für ihr Internetportal benutzt werde. Daher könne auch kein Freihaltebedürfnis an dieser Wortschöpfung bestehen.

Der Anmelderin wurde mit Zwischenbescheid vom 05. April 2004 eine Google-Recherche zu dem Begriff „Gesundheitswerkstatt“ übersandt. Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle sowie auf die Schriftsätze der Anmelderin und den weiteren Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil die Bezeichnung „Gesundheitswerkstatt.de“ für die beanspruchten Dienstleistungen nicht über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG verfügt.

Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG ist nach ständiger Rechtsprechung im Hinblick auf die Hauptfunktion der Marke, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten, die einer Marke 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 (vgl. zur st. Rspr. EuGH MarkenR 2004, 99, 108 Tz. 81 - KPN/Postkantoor; BGH MarkenR 2004, 39 – Cityservice; MarkenR 2004, 138, 139 – Westie-Kopf). Ob ein Zeichen Unterscheidungskraft aufweist, ist unter Berücksichtigung der angesprochenen Verkehrskreise, der konkret gewählten Sprachform und den insoweit üblichen Bezeichnungsgewohnheiten auf dem maßgeblichen Dienstleistungssektor zu beurteilen, wobei grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen ist (vgl. zur st. Rspr. BGH MarkenR 2004, 138, 139 – Westie-Kopf).

Jegliche Unterscheidungskraft fehlt einer Bezeichnung aber dann, wenn es sich um eine übliche Beschreibung konkreter Merkmale der in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen handelt, oder wenn der Verkehr aus anderen Gründen die Bezeichnung stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel versteht. Die erforderliche Unterscheidungskraft weist ein Zeichen daher nicht allein deshalb auf, weil es sich in Bezug auf die jeweiligen Waren und Dienstleistungen nicht um eine unmittelbar beschreibende Angabe handelt. Vielmehr kann einer Marke die Unterscheidungskraft in Bezug auf Waren oder Dienstleistungen auch aus anderen Gründen als ihrem etwaigen beschreibenden Charakter fehlen (st. Rspr.; zuletzt EuGH, MarkenR 2004, 111, 113 – BIOMILD/Campina Melkunie; EuGH, Mar-

kenR 2004, 99, 107 – KPN/Postkantoor). Maßgebend ist allein, ob der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsverbraucher, auf dessen Verständnis es allein ankommt (vgl. EuGH MarkenR 1999, 236, Abs 24 – Lloyd/Loints; EuGH MarkenR 2002, 231 – Philips/Remington; BGH MarkenR 2002, 124 – Warsteiner III) in der angemeldeten Marke einen betrieblichen Herkunftshinweis erblickt oder nicht. Ein Eintragungshindernis kann sich daher nicht nur aus dem Bezug des Zeichens zu der Ware oder Dienstleistung selbst ergeben, sondern auch daraus, dass die angesprochenen Verkehrskreise im Hinblick auf den möglichen Inhalt oder Gegenstand der jeweiligen Waren oder Dienstleistungen in dem beanspruchten Zeichen eine Sachinformation sehen (BGH MarkenR 2002, 338, 340 – Bar jeder Vernunft; BGH MarkenR 2003, 148, 149 – Winnetou; EuG GRUR Int. 2001, 864, 866 – CINE COMEDY; BPatG MarkenR 2002, 299, 301 – OEKOLAND).

Ausgehend hiervon fehlt der angemeldeten Wortzusammensetzung „Gesundheitswerkstatt.de“ in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen die erforderliche Eignung, im Verkehr als Unterscheidungsmerkmal hinsichtlich ihrer Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen angesehen zu werden. Die angemeldete Gesamtbezeichnung ist erkennbar nach Art einer (unvollständigen) Internetadresse gebildet, die sich aus der auf Deutschland hinweisenden Top-Level-Domain ".de" und dem an der Stelle der Second-Level-Domain befindlichen Begriff "Gesundheitswerkstatt" zusammensetzt.

Der Bestandteil „Gesundheitswerkstatt“ besteht dabei aus der sprachregelgerechten Zusammensetzung der im deutschen Sprachgebrauch allgemein geläufigen Substantive „Gesundheit“ und „Werkstatt“. Mit diesem Begriff vergleichbare Kombinationen aus dem Wort „Werkstatt“ und einem das jeweilige Thema bezeichnenden Bezugswort werden häufig verwendet. Vor allem im Internet, also dem Dienstleistungsbereich der Anmelderin, wird der Verkehr mit einer Vielzahl von Portalen zu unterschiedlichsten Sachthemen konfrontiert, bei denen Gegenstand, Inhalt oder Thema des jeweiligen Portals schlagwortartig durch eine mit dem

Begriff „Werkstatt“ gebildete Wortkombination beschrieben wird, wie z.B. „Mathe-Werkstatt“; „Schulkultur-Werkstatt“; „Opern-Werkstatt“; „PC-Werkstatt“. Der Begriff „Werkstatt“ bezeichnet dabei nicht seinem ursprünglichen Sinngehalt entsprechend den Arbeitsraum eines Handwerkers oder Künstlers (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 5. Aufl., S. 1805; Wahrig, Deutsches Wörterbuch, 7. Aufl., S. 1391), sondern dient der Bezeichnung der Einrichtung, der Veranstaltung oder – im Internet - des Portals, in welchem die jeweiligen Dienstleistungen zu dem mit dem Bezugswort beschriebenen Thema angeboten oder erbracht werden. In diese Begriffsbildungen reiht sich die Wortkombination „Gesundheitswerkstatt“ ein, so dass sich dem Verkehr die Bedeutung der Wortkombination „Gesundheitswerkstatt“ ohne weiteres und nächstliegend im Sinn einer Einrichtung, Veranstaltung oder eines Portals, in welchem Dienstleistungen zum Thema Gesundheit angeboten werden, erschließt.

Eine entsprechende und nicht nur auf die Anmelderin zurückzuführende Verwendung der Bezeichnung als Sachbegriff wird auch durch die vom Senat durchgeführte und der Anmelderin mit Zwischenbescheid vom 05. April 2004 zugesandte Internet-Recherche belegt. So weist zB das Bildungsangebot des „Bildungszentrum Stadt Nürnberg“ ua das Thema „Gesundheitswerkstatt Arbeit und Gesundheit“ bzw. „Gesundheitswerkstatt Psychiatrie“ aus. Unter der Internetadresse [www.jobpilot.de](http://www.jobpilot.de) findet sich in dem Artikel „Nur die Spitze des Eisbergs“ die Formulierung „Ein ähnliches Instrument ist die sechsstündige Gesundheitswerkstatt, die den Änderungsbedarf ermitteln und eine Zukunftsvision für den Betrieb entwerfen will“. Die Internetadresse [www.learn-line.nrw.de](http://www.learn-line.nrw.de) behandelt unter dem Begriff „Themenzentrierte Gesundheitswerkstatt“ Inhalte und Probleme der Gesundheitsförderung in Schulen. Doch nicht nur diese beispielhaft aufgeführten Fundstellen im Internet, sondern auch der von der Anmelderin mit Schriftsatz vom 01. Juli 2004 vorgelegte Kommentar zu einer von der Markenstelle durchgeführten MetaGer-Suchanfrage den Begriff „Gesundheitswerkstatt“ betreffend verdeutlicht, dass dieser Begriff als sachbezogene Bezeichnung für verschiedene in Zusammenhang mit dem Thema Gesundheit stehende Fortbildungs- und Informations-

veranstaltungen, wie z.B. eines vernetzten Unterrichtsprojektes (Ergebnis Nr. 17, 23 der Suchanfrage), eines Selbsthilfeangebots beim Bildungszentrum der Stadt Nürnberg (Ergebnis-Nr. 24, 43, 53 der Suchanfrage) oder eines einmaligen VHS-Kursangebot (Gesundheitswerkstatt Kraft und Kreislauf; Ergebnis-Nr. 35 der Suchanfrage) bereits verwendet wird. In all diesen Fällen dient der Begriff „Gesundheitswerkstatt“ nicht der betrieblichen Herkunftskennzeichnung, sondern der schlagwortartigen Beschreibung von Gegenstand und Inhalt der jeweiligen Dienstleistung.

Vor diesem Hintergrund wird der Verkehr diesen Begriff aber auch in Bezug auf die beanspruchten (Internet)Dienstleistungen nicht als betriebliches Unterscheidungs mittel, sondern als allgemeinen Sachhinweis verstehen, dass die jeweiligen (Internet)Dienstleistungen im Rahmen eines Internetportals zum Thema Gesundheit erbracht werden oder sich inhaltlich mit einem solchen Portal befassen bzw. ein Portal zum Thema Gesundheit Gegenstand der Dienstleistung ist. Ein solches sachbezogenes Verständnis ist ohne weiteres für die Dienstleistungen nahe gelegt, die direkt und unmittelbar dem Betrieb und der Unterhaltung eines Internetportals zu allgemeinen und speziellen Fragen der Gesundheit dienen, wie dies bei den beanspruchten Dienstleistungen bis auf „Werbemaßnahmen für Internet-Präsentationen im Hinblick auf Reisen“ der Fall ist. Aber auch hinsichtlich dieser Dienstleistung steht der sachbezogene Aussagegehalt des Begriffs „Gesundheitswerkstatt“ einer Eignung als betrieblichem Herkunftshinweis entgegen, da der Verkehr in diesem Begriff dann lediglich einen Sachhinweis auf ein Internetportal zu Fragen der Gesundheit in Zusammenhang mit Reisen sehen wird.

Dem Verständnis der angemeldeten Bezeichnung als Sachangabe in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen steht auch nicht entgegen, dass diese nach Art einer (unvollständigen) Internetadresse mit der Länderkennung "de" für Deutschland gebildet ist. Denn allein dem Bestandteil „.de“ als allgemein bekannter Top-Level-Domain kann keine unternehmenskennzeichnende Bedeutung zukommen. Angesichts der Üblichkeit von rein sachbezogenen Second-Level-Do-



mains in Internet-Adressen, die häufig nicht zur Web-Seite eines bestimmten Anbieters von Waren oder Dienstleistungen führen, sondern zu themenbezogenen Web-Seiten mit Links zu verschiedenen Anbietern, wird der Verkehr in dieser nach Art einer Internet-Adresse gebildeten Marke trotz des Umstandes, dass Internet-Adressen grundsätzlich nur einmal vergeben werden, nur einen Sachhinweis auf ein Internet-Portal zu Fragen und Themen der Gesundheit sehen (st. Rspr., vgl. BPatG PAVIS PROMA 24 W (pat) 167/03 – handy.com).

Soweit sich dem Verkehr aufgrund der verallgemeinernden Aussage der Bezeichnung die damit im Einzelfall repräsentierten tatsächlichen Inhalte nicht ohne weiteres sofort erschließen, steht dies einem Verständnis als bloße Sachangabe nicht entgegen (vgl. BGH MarkenR 2000, 330 - Bücher für eine bessere Welt; BGH MarkenR 2001, 408 – INDIVIDUELLE). Eine begriffliche Unbestimmtheit kann insbesondere erforderlich und gewollt sein, um einen möglichst weiten Bereich waren- oder dienstleistungsbezogener Eigenschaften, Vorteile oder Leistungsinhalte zu erfassen, ohne diese im Einzelnen zu benennen.

Angesichts der tatsächlichen Verwendung des Begriffs „Gesundheitswerkstatt“ als Sachbezeichnung ist auch unerheblich, dass diese Wortkombination lexikalisch nicht nachweisbar ist. Selbst wenn es sich aber um einen von der Anmelderin selbst geschaffenen Begriff gehandelt hätte, dessen beschreibende Verwendung bislang nicht belegbar gewesen wäre, hätte dies allein nicht zu einer schutzbe gründenden Unterscheidungskraft geführt. So hat der EuGH in seiner Rechtsprechung wiederholt betont, dass die bloße Kombination von schutzunfähigen Bestandteilen selbst bei einer Wortneuschöpfung nicht zwangsläufig zur Eintragungsfähigkeit führt. Entscheidend sei vielmehr, ob der von der Wortkombination erweckte Eindruck in seiner Gesamtheit hinreichend weit von dem abweicht, der durch die bloße Zusammenstellung der Bestandteil entsteht und somit über die Summe dieser Bestandteile hinausgeht (vgl. EuGH MarkenR 2004, 111, 115 – BIOMILD/Campina-Melkunie). Das ist aber bei der sprachüblichen Kombination des Bestandteils „Werkstatt“ mit einer inhalts- und themenbezogenen Angabe wie

„Gesundheit“ nicht der Fall. Vielmehr ist der sachbezogene Aussagegehalt der Bezeichnung für die beanspruchten Dienstleistungen so deutlich und unmissverständlich, dass seine Funktion als sachbezogener Begriff nahe gelegt ist und die beteiligten Verkehrskreise in dem Zeichen lediglich einen Hinweis auf Gegenstand und Inhalt des so bezeichneten Forums, nicht jedoch einen betrieblichen Herkunftshinweis erkennen. Die Wortkombination „Gesundheitswerkstatt.de“ benennt Inhalt und Gegenstand der beanspruchten Dienstleistungen, ohne dass durch die Zusammenfügung der Wörter der sachbezogene Charakter der Wortkombination verloren geht.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der Verkehr daran gewöhnt ist, insbesondere in der Werbung ständig mit neuen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen lediglich in einprägsamer Form übermittelt werden sollen, so dass auch bisher noch nicht verwendete, aber ohne weiteres verständliche Sachaussagen durchaus als solche erkannt und nicht als betriebliche Herkunftshinweise aufgefasst werden können (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 7. Aufl., § 8 Rdnr. 88).

Auch der von der Anmelderin mit Schriftsatz vom 02. Juli 2004 vorgelegten Auskunft der WAHRIG-Sprachberatung kann entgegen ihrer Auffassung nicht entnommen werden, dass der Begriff „Gesundheitswerkstatt“ als beschreibende Angabe für ein Internet-Portal mit Gesundheitsinformationen ausscheidet. Vielmehr wird in der Auskunft darauf hingewiesen, dass es schwer sei, eine eindeutige Aussage zu machen, „ohne den genauen Zusammenhang, also den Kontext der Internetseite, zu kennen“ und der Begriff als solches mehrere Bedeutungsmöglichkeiten zulasse. Diese Aussage deckt sich aber mit der vorgenannten Rechtsprechung, wonach die Frage der Unterscheidungskraft nicht losgelöst von den registrierten Dienstleistungen, sondern stets in konkretem Bezug zu diesen zu beurteilen ist. Gerade in Bezug zu den hier beanspruchten Internetdienstleistungen werden die beteiligten Verkehrskreise die in Rede stehende neue „Werkstatt“ - Wortverbindung „Gesundheitswerkstatt“ aus den genannten Gründen aber ohne wei-

tere Überlegungen lediglich als Sachbezeichnung eines Internetportals zu Fragen der Gesundheit auffassen.

Zu beachten ist in rechtlicher Hinsicht ferner, dass alle absoluten Schutzhindernisse im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen sind, das ihnen jeweils zugrunde liegt. Dieser Auslegungsgrundsatz ist auch bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft zu berücksichtigen (vgl. z.B. EuGH GRUR 2003, 604, 607 f (Nr. 44 – 60) – Libertel; Grur Int 2004, 631, 634 (Tz. 44 – 48) – Dreidimensionale Tablettenform I; GRUR 2004, 943, 944 (Tz. 25) – SAT.2). Hierbei besteht die rechtspolitische Grundlage der Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG darin, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren (vgl. dazu Hacker, GRUR 2001, 630 ff). Nur soweit ein Zeichen zur Erfüllung der Herkunftsfunktion geeignet ist, besteht eine Rechtfertigung dafür, die allgemeine Wettbewerbsfreiheit dadurch einzuschränken, dass die betreffende Angabe der ungehinderten Verwendung vorenthalten und zugunsten eines einzelnen monopolisiert wird. Wenn eine Marke die Herkunftsfunktion nicht erfüllen kann, darf sie nicht der freien Verwendbarkeit entzogen und Gegenstand eines Ausschließlichkeitsrechts werden (vgl. EuGH GRUR Int 2004, 631, 634 (Tz. 44 – 46) – Dreidimensionale Tablettenform I). Insoweit dient auch § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG letztlich einem allgemeinen Freihaltungsinteresse (vgl. Hacker, GRUR 2001, 630, 632 ff). Diese Zielrichtung des Gesetzes kann und muss vor allem in Zweifelsfällen bei der Auslegung der Vorschrift beachtet werden (vgl. BPatG, GRUR 2004, 333, 334 – ZEIG DER WELT DEIN SCHÖNSTES LÄCHELN). Im vorliegenden Fall bestätigen diese Erwägungen die Annahme fehlender Unterscheidungskraft. Denn wenn der Verkehr in „Gesundheitswerkstatt.de“ einen Sachhinweis auf ein Internetportal zu dem Thema Gesundheit sieht, diesem Begriff jedoch keine herkunftskennzeichnende Funktion beimisst, würden wesentliche Interessen der Allgemeinheit durch eine Monopolisierung der Bezeichnung beeinträchtigt, denen die Angabe zur freien Verwendung entzogen wäre.

Aufgrund der vorgenannten Feststellungen bestehen auch erhebliche Anhaltspunkte dafür, dass das angemeldete Zeichen in Bezug auf die hier maßgeblichen beanspruchten Waren und Dienstleistung eine beschreibende Angabe im Sinne des § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG darstellt, an der die Mitbewerber ein berechtigtes Freihaltungsbedürfnis haben. Einer abschließenden Entscheidung bedarf es aber im Hinblick darauf, dass das Zeichen bereits keine ursprüngliche Unterscheidungskraft i.S. von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aufweist, insoweit nicht.

Die Beschwerde hat daher keinen Erfolg.

Kliems

Bayer

Merzbach  
Na