

BUNDESPATENTGERICHT

Leitsatz

Aktenzeichen:	33 W (pat) 82/06
Entscheidungsdatum:	17. Juni 2008
Rechtsbeschwerde zugelassen:	nein
Normen:	§ 8 Abs. 2 Nr. 4, 9 MarkenG; §§ 39, 43 Kreditwesengesetz (KWG)

DRSB Deutsche Volksbank

Seit der Aufgabe der Bindung der Marke an den Geschäftsbetrieb begründen in der Marke enthaltene Angaben, die sich auf den Anmelder oder Markeninhaber beziehen, grundsätzlich keine Schutzhindernisse mehr nach § 8 Abs. 2 Nr. 4 oder Nr. 9 MarkenG. Derartige Schutzhindernisse müssen sich vielmehr aus der Marke an sich in Bezug auf die angemeldeten oder eingetragenen Waren oder Dienstleistungen ergeben.



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 82/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 304 72 765

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 17. Juni 2008 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Bender und der Richter Knoll und Kätker

beschlossen:

1. Die Beschwerde wird zurückgewiesen.
2. Der Antrag der Markeninhaber, dem Antragsteller die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen, wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Gegen die Eintragung der Marke 304 72 765

DRSB Deutsche Volksbank

für

Klasse 35: Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten;

Klasse 36: Versicherungswesen, Finanzwesen, Geldgeschäfte, Immobilienwesen;

Klasse 42 wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen, Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software, Rechtsberatung und -vertretung

ist ein Antrag auf Löschung eingereicht worden. Der Antrag wird auf § 50 Abs. 1 i. V. m. §§ 8 Abs. 2 Nr. 4, 9 und 10 MarkenG sowie auf Bestimmungen des Kreditwesengesetzes, insbesondere §§ 39 und 43 KWG gestützt. Die Markeninhaber haben dem Antrag (rechtzeitig) widersprochen.

Mit Beschluss vom 10. März 2006 hat die Markenabteilung 3.4. des Deutschen Patent- und Markenamts den Löschantrag zurückgewiesen. Nach Auffassung der Markenabteilung liegt kein Löschanungsgrund vor, insbesondere nicht nach § 50 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG. Es könne nicht festgestellt werden, dass die Benutzung der angegriffenen Marke "ersichtlich" i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG nach sonstigen Vorschriften im öffentlichen Interesse untersagt werden könne. Die von dieser Vorschrift erfassten Benutzungsverbote müssten sich auf die Verwendung der Marke an sich beziehen, d. h. deren Inhalt oder Aussage, während es auf weitere Begleitumstände beim bereits erfolgten oder erwarteten tatsächlichen Einsatz der Marke nicht ankomme. § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG sei nicht anwendbar, wenn die Benutzung der Marke auch in zulässiger Weise möglich erscheine. Auf solche außerhalb der Marke liegenden Umstände beziehe sich aber die Verbotsvorschrift des § 39 KWG. Danach dürfe die Bezeichnung "Volksbank" nur von einem Kreditinstitut verwendet werden, das eine Erlaubnis nach § 32 KWG besitze, in der Rechtsform einer eingetragenen Genossenschaft betrieben werde und einem Prüfungsverband angehöre. Auch unter dem Gesichtspunkt des Wegfalls des früheren Prinzips der Bindung der Marke an den Geschäftsbetrieb liege daher kein Löschanungsgrund nach § 50 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG vor. Ein Markenmelder bzw. -inhaber

müsse nicht Inhaber eines Geschäftsbetriebs sein, insbesondere nicht eines solchen, der die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen abdecke. Dementsprechend dürften auch keine Nachweise hierfür verlangt werden, zumal der Markenschutz auch kein Benutzungsrecht für ein bestimmtes Unternehmen gewähre. Somit sei vorliegend nicht zu prüfen, ob die angegriffene Marke für ein Kreditinstitut i. S. d. § 39 Abs. 1 u. 2 KWG eingetragen worden sei. Vielmehr sei auch die Möglichkeit einer rechtmäßigen Benutzung der Marke zu berücksichtigen, etwa durch eine in Gründung befindliche eingetragene Genossenschaft, die die Anforderungen des § 39 KWG erfülle. Damit könne die Benutzung der angegriffenen Marke nicht ersichtlich nach § 39 KWG untersagt werden.

Die angegriffene Marke könne auch nicht nach § 43 KWG gelöscht werden. Diese Vorschrift beziehe sich offenkundig nicht unmittelbar auf Markenregistrierungen und sei auch nicht analog anwendbar. Sie betreffe die Eintragung von Unternehmen in öffentliche Register, wie etwa Handels- oder Genossenschaftsregister im Hinblick auf erlaubnispflichtige Bankgeschäfte oder Finanzdienstleistungen oder den unzulässigen Gebrauch von Firmen oder Firmenzusätzen. Die Markenregistrierung erfolge hingegen lediglich für bestimmte Waren oder Dienstleistungen ohne Bindung an einen bestimmten Geschäftsbetrieb, wobei das Gebot der Firmenwahrheit als solches regelmäßig keine Rolle spiele.

Auch könne die angegriffene Marke nicht nach § 50 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG gelöscht werden. Das Eintragungshindernis der Täuschungsgefahr beziehe sich nur auf die Irreführung durch den Zeicheninhalt als solchen in Bezug auf die eingetragenen Waren und Dienstleistungen, nicht hingegen auf die Irreführung durch die besondere Art der Verwendung im Geschäftsverkehr. Es sei daher nicht relevant, ob die unberechtigte Führung der Bezeichnung "Volksbank" eine Täuschung des Verkehrs bewirke. Damit sei eine Täuschungsgefahr bereits deshalb zu verneinen, weil die angegriffene Marke in Bezug auf die eingetragenen Dienstleistungen nicht per se unrichtig sei, sondern erst durch die Nutzung durch ein bestimmtes Unternehmen zu falschen Vorstellungen

beim Publikum führen könne. Im Übrigen sei es hinsichtlich der Dienstleistungen der Klassen 35 und 42 fraglich, ob derartige Fehlvorstellungen überhaupt geeignet seien, wirtschaftliche Entscheidungen des Verkehrs positiv zu beeinflussen.

Schließlich könne die angegriffene Marke auch nicht nach § 50 Abs. 1 MarkenG i.V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG wegen bösgläubiger Anmeldung gelöscht werden. Insbesondere sei ein fehlender genereller Benutzungswille nicht festzustellen, denn der erforderliche Benutzungswille müsse sich nicht auf eine Verwendung der Marke durch den Markeninhaber selbst beziehen. Vielmehr reiche die Absicht aus, die Marke einer Benutzung durch Dritte zuzuführen. Dies könne vorliegend den Markeninhabern nicht abgesprochen werden.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Antragstellers. Nach seiner Auffassung ist die Marke entgegen § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG eingetragen worden. Das Kreditwesengesetz enthalte Vorschriften, die im öffentlichen Interesse das Vertrauen der Verbraucher und der gewerblichen Wirtschaft in ein lauterer Kreditgewerbe schützen wollten. Dementsprechend seien hohe Anforderungen an die Benutzung etwa der Bezeichnung "Volksbank" zu stellen. Die Markenabteilung gehe fehl in der Annahme, dass es bei der Verbotsnorm des § 39 KWG auf außerhalb der Marke liegende Umstände ankomme. Denn die Bezeichnung "Volksbank" beanspruche Schutz für ein Dienstleistungsgewerbe, bei dem es in der Natur der Sache liege, dass Inhalt und Aussage der Marke durch die Ausformung des Dienstleistungsgewerbes geprägt würden. Es sei nicht ersichtlich, wieso das Patentamt zwar u. U. die Voraussetzungen der Butterverordnung, der Fleischbrühwürfelverordnung oder des Bernsteinschutzgesetzes zu prüfen habe, nicht aber die Verbotsnorm des Kreditwesengesetzes. Zwar seien unternehmensbezogene Umstände wegen des Wegfalls der Bindung der Marke an den Geschäftsbetrieb im Eintragungsverfahren grundsätzlich nicht relevant, dies betreffe jedoch nicht Vorschriften, die gerade die Benutzung bestimmter Bezeichnungen für Dienstleistungen regelten. Insoweit bestehe eine Ausnahme von diesem Grundsatz. Diese erscheine gerechtfertigt, da in bestimmten sensiblen Dienstleis-

tungsbereichen ein Regulativ zum Schutz des Interesses der Öffentlichkeit erforderlich sei. Das Markengesetz dürfe insoweit keine Öffnungsklausel für spezialgesetzlich geregelte Verbotsnormen darstellen. Daher sei bei der Anmeldung von Dienstleistungsmarken zu prüfen, ob spezialgesetzliche Vorschriften die Marke in Verbindung mit ihrer Dienstleistung verböten. Zudem gleiche die Möglichkeit einer rechtmäßigen Benutzung der angegriffenen Marke einer Utopie, da bereits ein eingetragener Verein Deutscher Rentenschutzbund (bzw. DRSB) und ein DRSB Deutscher Rentenschutzbund Finanzdienstleistungen AG der Anmelder existiere. Eine rechtmäßige Benutzung durch den Verein oder die Aktiengesellschaft sei nicht möglich und eine Lizenzierung an einen Dritten aufgrund dessen quasi ausgeschlossen. Da bereits eine direkte Anwendung von § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG zur Löschung führe, sei es nicht relevant, ob § 43 KWG analog angewendet werden könne.

Zudem verstoße die angegriffene Marke gegen § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG, da die Eignung zur Täuschung ersichtlich sei. Aufgrund der starken Benutzung der Bezeichnung "Volksbank" durch die rund 1400 Mitglieder des Antragstellers gehe der verständige Durchschnittsverbraucher davon aus, dass "da wo Volksbank drauf ist, auch Volksbank drin ist". Er vertraue der Marke als Gütezeichen. Gerade durch die Aussage der Marke in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen werde also das Publikum getäuscht. Diese Täuschungseignung sei auch ersichtlich, da sie sich aus dem Inhalt des Zeichens selbst ergebe und ("fast") keine nichttäuschende Verwendung denkbar sei. Der Verkehr habe bei Betrachtung der Marke sofort zumindest eines der Mitglieder des Antragstellers vor Augen, so dass bereits der Zeicheninhalt als solcher irreführend sei. Es sei auch nicht zu bezweifeln, dass diese Täuschungsgefahr auch für die Dienstleistungen der Klassen 35 und 42 bestehe.

Im Übrigen bestünden Anhaltspunkte für eine bösgläubige Anmeldung i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG, denn aufgrund der genannten Schwierigkeiten hinsichtlich einer rechtmäßigen Markenbenutzung dürfte auch ein ernsthafter Benutzungswille

zu bezweifeln sein. Zudem bestehe der Verdacht der Störung eines schutzwürdigen Besitzstandes der Marken des Antragstellers. Hierfür sprächen vor allem neue Markenmeldungen der Markeninhaber bzw. ihnen gehörender juristischer Personen, nämlich die Wortmarkenmeldungen 307 39 972.9 - "DeVo Deutsche Volksbank - Nur wo Volksbank drauf steht ist auch Volksbank drin" und 307 39 344.5 - "BVDV BUNDESVEREINIGUNG DEUTSCHER VOLKSBANKEN". In diesen Wortmarken werde zum Teil wortwörtlich die Beschwerdebegründung der Antragstellerin kopiert. Dies zeige eindeutig die Intention, den schutzwürdigen Besitzstand des Antragstellers zu stören, so dass kein Zweifel mehr an der unlauteren Verwendung der angegriffenen Marke bestehe.

Der Antragsteller beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben und die Löschung der Marke 304 72 765 anzuordnen.

Die Markeninhaber beantragen sinngemäß,

die Beschwerde zurückzuweisen,

dem Antragsteller die Kosten des Verfahrens aufzuerlegen.

Nach ihrer Auffassung hat die Markenabteilung den Löschungsantrag zu Recht zurückgewiesen. Insbesondere sei sie richtig davon ausgegangen, dass Marken nur dann einem Eintragungshindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG unterfielen, wenn die Nutzung aufgrund der Marke in sich, also ohne weitere Begleitumstände durch ihren Inhalt oder die Aussage der Marke selbst, untersagt werden müsse. Das Kreditwesengesetz mit seinem § 39 und der darin normierten Nutzungsuntersagung des Begriffs "Volksbank" stelle jedoch einen außerhalb der Marke liegenden Begleitumstand dar. Diese Vorschrift enthalte keine Voraussetzungen für die Eintragung von Marken, sondern nur für Kreditinstitute, die im geschäftlichen Ver-

kehr die Bezeichnung "Volksbank" nutzen wollten. § 39 KWG regelt damit eine unternehmensbezogene Voraussetzung, so dass § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG nicht anwendbar sei. Dies zeige sich auch darin, dass der Gesetzgeber die Bindung der Marke an einen bestimmten Geschäftsbetrieb habe entfallen lassen.

§ 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG stelle auch keine "Gelenkvorschrift" dar, aus der man eine Löschung der angegriffenen Marke herleiten könne. Die Vorschrift sei im summarischen Verfahren vor dem Patentamt nur äußerst eingeschränkt einsetzbar und setze voraus, dass ein eindeutiger Verstoß vorliege. Dies sei nur dann der Fall, wenn der Verstoß - ohne Auslegung außerkennzeichenrechtlicher Vorschriften - ohne weiteres ersichtlich sei. Er sei insbesondere dann nicht ersichtlich, wenn eine gesetzeskonforme Benutzung der Marke möglich sei. Hier liege jedoch erst gar kein Verstoß gegen das Kreditwesengesetz vor. Denn § 39 KWG enthalte nur Vorschriften für den geschäftlichen Auftritt eines Unternehmens, wenn es unter der Bezeichnung "Volksbank" tätig werde. Im vorliegenden Fall sei aber von einem geschäftlichen Auftritt noch gar nicht die Rede. Vielmehr hätten die Beschwerdegegner durch strafbewehrte Unterlassungserklärung sogar zugesichert, die Marke erst dann zu gebrauchen, wenn ein die Marke nutzendes Unternehmen die Bedingungen des Kreditwesengesetzes, einschließlich § 39 KWG erfülle. Im Falle eines Verstoßes wäre die Bundesagentur für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) als Aufsichtsbehörde sicherlich eingeschritten. Es sei ohne weiteres möglich, die Marke durch ein Unternehmen einzusetzen, das die Bedingungen des § 39 KWG auch erfülle.

Die angegriffene Marke könne auch nicht nach § 43 KWG oder nach § 8 Abs. 2 Nr. 4 oder Nr. 10 MarkenG gelöscht werden, wobei die Markeninhaber auf die entsprechenden Ausführungen des angefochtenen Beschlusses verweisen.

Der Löschungsantrag bzw. seine Begründung durch den Antragsteller zielen nicht auf den Schutz der Öffentlichkeit, sondern vielmehr darauf ab, letztlich die Interessen des Antragstellers und seiner Kollektivmarkenbenutzer, bei denen es sich

ausschließlich um Kredit- und Finanzinstitute, nicht aber um die Öffentlichkeit handele, zur Abwehr möglicher Konkurrenten durchzusetzen. Hierfür sei das Lösungsverfahren nach § 50 MarkenG, bei dem nur absolute Schutzhindernisse zählten, nicht vorgesehen.

Ergänzend verweisen die Markeninhaber auf die Entscheidung BGH GRUR 1992, 865 - "Volksbank". Darin habe der Bundesgerichtshof entschieden, dass das Wort "Volksbank" keinen Markenschutz und damit auch keinen urheberrechtlichen Schutz gewähre, auch nicht in Zusammenhang mit § 39 Abs. 2 KWG. Dieser habe lediglich Auswirkungen im geschäftlichen Verkehr für Kreditinstitute. Eine Löschung der Marke wegen absoluter Schutzhindernisse sei mit dem Kreditwesengesetz also nicht denkbar. Dementsprechend sei die Beschwerde kostenpflichtig zurückzuweisen, da der Antragsteller von dieser Entscheidung gewusst habe, was sich aus einem Telefonat mit dem 6. Zivilsenat des OLG Frankfurt ergeben habe. Mit dem vorliegenden Verfahren bezwecke der Antragsteller nur, den Markeninhabern Kosten und Zeitverluste bei der Nutzung der Marke zu bereiten. Im Übrigen sei die Abweisung der zivilrechtlichen Löschungsklage des Antragstellers vom o. g. Gericht inzwischen bestätigt worden.

Soweit der Antragsteller auf andere Marken der Markeninhaber verweise, so hätten diese rein gar nichts mit dem vorliegenden Verfahren zu tun. Bereits der Bundesgerichtshof habe in der o. g. Entscheidung festgestellt, dass die Bezeichnung "Volksbank" keine namensmäßige Unterscheidungskraft aufweise. Es sei nicht ersichtlich, dass und inwiefern die streitgegenständliche Marke i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG bösgläubig angemeldet sein solle. Sofern der Antragsteller offenbar von einer bösgläubigen Anmeldung jeder Marke ausgehe, die den Gattungsbegriff "Volksbank" beinhalte, verkenne er, dass er nach dem Willen des Gesetzgebers eben nicht der Wahrer aller Volksbanken und entsprechender Kennzeichnungen sei. Vielmehr gehe die Rechtsordnung von einem freien Wettbewerb mit lauterem Mitteln als besonders schutzwürdiges Gut aus. Das vom Antragsteller

betriebene Lösungsverfahren ziele auf die Unterlaufung und Vermeidung des freien Wettbewerbs ab.

Zudem sei der Antragsteller durch die weiteren Marken der Markeninhaber keineswegs in seinem schutzwürdigen Besitzstand gestört. Vielmehr solle er sich über eine Klarstellung, dass sich nur Volksbank nenne, was auch Volksbank als Gattung eines Geschäftsbetriebs beinhalte, "geradezu freuen". Durch die neu angemeldete Marke der Markeninhaber seien die schutzwürdigen Rechte des Antragstellers also nicht beeinträchtigt, zumal der Gattungsbegriff "Volksbank" in seiner Funktion und Ausprägung im Sinne des Kreditwesengesetzes klärend gestärkt werde.

Im Verfahren vor der Markenabteilung haben die Markeninhaber mit Schriftsatz vom 10. August 2005 vorgetragen, dass sie zumindest "momentan" keine Bankgeschäfte betrieben. Sie beabsichtigten, ein nach § 32 KWG erlaubnispflichtiges Unternehmen aufzubauen. Man befinde sich allerdings in der Planungsstufe. Es sei ferner beabsichtigt, ein solches Unternehmen in der Rechtsform der Genossenschaft bei gleichzeitigem Anschluss an einen Prüfungsverband zu gründen. Insoweit würden bei Zeiten die Vorschriften der §§ 32 und 39 KWG eingehalten werden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II

Die zulässige Beschwerde des Antragstellers ist nicht begründet. Die Markenstelle hat den Lösungsantrag zu Recht zurückgewiesen, weil kein Lösungsgrund vorliegt.

1. Zunächst kann nicht festgestellt werden, dass ein Lösungsgrund nach § 50 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG (Täuschungsgefahr) vorliegt. Nach diesen Vorschriften sind Marken vom Schutz ausgeschlossen, die geeignet sind, das Publikum insbesondere über "die Art, die Beschaffenheit oder die geografische Herkunft der Waren oder Dienstleistungen" zu täuschen.

a) Allerdings geht der Senat mit dem Antragsteller davon aus, dass die angegriffene Marke eine (deutsche) Volksbank benennt, was zwischen den Beteiligten offenbar auch nicht strittig zu sein scheint. In ihrer Kombination aus der allenfalls als Abkürzung für "Deutscher Republikanischer Studentenbund" belegbaren, und damit unterscheidungskräftigen Buchstabenkombination "DRSB" mit der nachgestellten Angabe "Deutsche Volksbank" wirkt die angemeldete Marke für den Verkehr als Bezeichnung einer durch die Abkürzung "DRSB" konkretisierten (Spezial-)Volksbank oder als Joint-Venture eines Unternehmens "DRSB" mit einer deutschen Volksbank. Dies gilt sowohl dann, wenn der Verkehr den Bedeutungsgehalt der Buchstabenkombination "DRSB" nicht kennt, wovon überwiegend auszugehen ist, als auch dann, wenn er sie als Abkürzung für den o. g. Studentenbund auffasst, oder sie gar als die von den Markeninhabern offenbar beabsichtigte Kurzform für "Deutscher Rentenschutzbund" erkennt. Gerade die Nachstellung der Angabe "Deutsche Volksbank" bewirkt, dass die Gesamtmarke als Benennung einer deutschen Volksbank aufgefasst wird.

Dennoch handelt es sich bei dem Bestandteil "Deutsche Volksbank" um eine Angabe, die i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG keine Täuschungsgefahr aus der Marke an sich begründen kann, auch nicht in Bezug auf "Finanzwesen, Geldgeschäfte". Denn es besteht die Möglichkeit, dass die Markeninhaber oder etwaige Rechtsnachfolger eine Volksbank gründen, erwerben oder dass sie ihre Marke an eine Volksbank veräußern oder lizenzieren. Zwar mag all dies aus der Sicht des Antragstellers so gut wie ausgeschlossen sein. Auch für den Senat erscheinen irgendwelche Kooperationen der Markeninhaber mit deutschen Volksbanken gegenwärtig wenig wahrscheinlich. Insbesondere geht der Senat zugunsten des An-

tragstellers davon aus, dass die Markeninhaber bis heute keine Erlaubnis nach § 32 KWG zum Betrieb von Bankgeschäften erworben haben. Dennoch geht hier eine etwaige Täuschungsgefahr nicht von der Marke an sich aus. Eine Irreführung würde vielmehr erst und nur dann eintreten, wenn die Marke tatsächlich auch von einer Person benutzt würde, die keine deutsche Volksbank ist. Dies wäre jedoch ein äußerer, nicht mehr zur Marke selbst gehörender Umstand.

b) Eine Berücksichtigung solcher Umstände lässt das Gesetz nicht (mehr) zu. Maßgebend hierfür ist der bereits 1992 durch eine Gesetzesänderung eingetretene Wegfall der Bindung der Marke an den Geschäftsbetrieb. Bis zu diesem Zeitpunkt konnte eine Registermarke (damals: Warenzeichen oder Dienstleistungsmarke) nur mit dem Geschäftsbetrieb oder dem Teil des Geschäftsbetriebs, zu dem sie gehörte, auf einen anderen übergehen (§ 8 Abs. 1 Satz 2 WZG in der bis zum 30. April 1992 geltenden Fassung). Zudem setzte die Eintragung einer Registermarke das Bestehen eines Geschäftsbetriebs voraus (§ 1 Abs. 1 WZG). Fiel dieser später weg, so war die Marke löschungsreif (§ 11 WZG). Die Bindung der Marke an den Geschäftsbetrieb war ein traditioneller, zum *ordre public* gehörender Grundsatz des deutschen Warenzeichenrechts (vgl. Busse/Starck, Warenzeichengesetz, 6. Aufl., § 8 Rdn. 1, 5; Althammer, Warenzeichengesetz, 4. Aufl., Rdn. 1, 3; zur Rechtsentwicklung vgl. Fezer, Markenrecht, 3. Aufl., § 3, Rdn. 55 ff.; Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Aufl., § 27, Rdn. 4 ff.). In der Rechtsprechung und Literatur wurde sogar darauf hingewiesen, dass § 8 Abs. 1 Satz 2 WZG das Auseinanderfallen von Betrieb und Zeichen verhindern solle und damit insbesondere, wenn auch nicht ausschließlich bezwecke, Täuschungen der Allgemeinheit zu verhindern (vgl. BGH GRUR 1967, 89, 92 - Rose; Althammer, a. a. O., Rdn. 1; vgl. a. Busse/Starck, a. a. O., Rdn. 1).

Diese Rechtslage hat der Gesetzgeber im Hinblick auf die internationale Rechtsentwicklung mit dem am 1. Mai 1992 in Kraft getretenen Erstreckungsgesetz und in einer weiteren Stufe mit dem am 1. Januar 1995 in Kraft getretenen Markengesetz fundamental geändert. Während mit § 47 ErstrG das Erfordernis der Angabe

des Geschäftsbetriebs bei der Anmeldung (§ 2 Abs. 1 Satz 3 WZG a. F.) und der Lösungsgrund des Wegfalls des Geschäftsbetriebs (§ 11 Abs. 1 Nr. 2 WZG a. F.) aufgehoben und die freie Übertragbarkeit des Zeichens eingeführt wurde (§ 8 Abs. 1 Satz 1 WZG i. d. F. des ErstrG, später abgelöst durch § 27 MarkenG), entfiel mit dem Inkrafttreten des Markengesetzes schließlich auch das bis dahin nach § 1 WZG vorausgesetzte Erfordernis des Bestehens eines Geschäftsbetriebs (zu den Hintergründen der Änderung vgl. amtliche Begründung zu § 47 ErstrG, BIfPMZ 1992, 246 f.).

c) Die grundlegende Änderung der rechtlichen Beziehung zwischen der Marke und ihrem Anmelder bzw. Inhaber wirkt sich auch bei der Auslegung von Schutzhindernissen wie der Täuschungsgefahr aus. Denn eine Marke, die in Bezug auf ihren (gegenwärtigen) Anmelder bzw. Inhaber "falsch" ist, kann heute jederzeit an einen anderen Verwender veräußert oder lizenziert werden, für den die Angabe "zutreffend" ist. Es entspricht ersichtlich nicht dem Sinn "absoluter Schutzhindernisse" (Überschrift des § 8 MarkenG), wenn eine Marke in der Hand des einen Anmelders oder Inhabers schutzunfähig und damit nicht eintragbar bzw. lösungsreif wäre, in der Hand eines anderen hingegen nicht beanstandet werden könnte. Dies gilt umso mehr, als die Marke auch im Laufe eines Anmelde- oder Lösungsverfahrens übertragen werden kann und Beanstandungen damit allein durch Veränderungen der Inhaber- oder Lizenzlage ausgeräumt oder umgekehrt neu begründet werden könnten.

Eine Berücksichtigung von inhaberbezogenen Umständen würde darauf hinauslaufen, dass das Patentamt im Eintragungs- oder Lösungsverfahren die Entscheidung über das Vorliegen einer Täuschungsgefahr letztlich anhand von Vermutungen über gegenwärtige und zukünftige Qualifikationen des Markenanmelders bzw. -inhabers und/oder anhand von Spekulationen über etwaige (Nicht-)Veräußerungen treffen müsste. Eine Ermittlung solcher Umstände wäre kaum zuverlässig möglich und würde auch nicht dem Charakter des kursorischen Registerverfahrens vor dem Patentamt entsprechen. Die Frage, ob eine be-

stimmte Verwendung einer Marke durch einen bestimmten Verwender eine Täuschungsgefahr hervorrufen und damit zur Löschung führen kann, ist vielmehr im Rahmen einer Klage auf Verfallslöschung nach § 49 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu klären.

Zur Feststellung eines Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG muss hingegen eine Täuschungsgefahr von der Marke an sich in Bezug auf die angemeldeten oder eingetragenen Waren oder Dienstleistungen ausgehen. Die Marke muss in jedem denkbaren Fall ihrer anmeldungsgemäßen Verwendung eine unrichtige Angabe enthalten. Sofern die auch nur theoretische Möglichkeit einer nicht irreführenden Markenbenutzung besteht, liegt das Schutzhindernis nicht vor.

Dies entspricht - jedenfalls im Ergebnis - der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zur Beurteilung der Täuschungsgefahr in Lösungsverfahren nach §§ 55, 50 MarkenG. In der Entscheidung BGH GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK hat der Bundesgerichtshof in einem Lösungsverfahren festgestellt, dass es bei der Beurteilung, ob ein Schutzhindernis besteht, um die Irreführung durch den Zeicheninhalt und nicht um die Prüfung geht, ob das Zeichen bei einer besonderen Art der Verwendung im Geschäftsverkehr geeignet sein kann, irreführende Vorstellungen zu erwecken. Sofern für die entsprechenden Waren eine Markenbenutzung ohne Irreführung möglich sei, liege das absolute Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG für diese nicht vor (BGH, a. a. O., S. 541, re. Sp., unter Ziff. 4.).

Auch die wegen des harmonisierten Markenrechts zu berücksichtigende europäische Rechtsprechung betont ausdrücklich, dass sich aus einer Gesamtschau der verschiedenen Unterabsätze des Art. 7 Abs. 1 GMV, die weitgehend § 8 Abs. 2 Nr. 1 bis 8 MarkenG entsprechen, ergibt, dass diese sich auf Eigenschaften beziehen, die die angemeldete Marke selbst besitzt und nicht auf Umstände, die das Verhalten des Anmelders betreffen (EuG GRUR Int. 2005, 1017 - INTERTOPS, Rn. 28, 29).

d) Allerdings weist der erkennende Senat darauf hin, dass diese restriktive Handhabung des § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG im Lösungsverfahren nach seiner Ansicht nicht etwa aus dem Erfordernis der Ersichtlichkeit (§ 37 Abs. 3 MarkenG) folgen kann. Der gegenteilige Eindruck könnte entstehen, wenn man verschiedenen Rechtsprechungs- und Literaturstellen nachgeht, die der Bundesgerichtshof, a. a. O., zum Beleg für seine Auffassung angeführt hat. Denn in den noch zu § 4 Abs. 2 Nr. 4 WZG ergangenen Entscheidungen BPatG GRUR 1989, 593, 594 - Molino; GRUR 1991, 145 - Mascasano und GRUR 1992, 516, 517 - EGGER NATUR-BRÄU ist die oben dargestellte einschränkende Auslegung auf das in § 4 Abs. 2 Nr. 4 WZG enthaltene einschränkende Tatbestandsmerkmal "ersichtlich" gestützt worden, was die Senate des Bundespatentgerichts in den genannten Entscheidungen auch dadurch deutlich gemacht haben, dass sie den Begriff "ersichtlich" an entsprechender Stelle mit gesperrter Schreibweise, Anführungszeichen oder mit beidem optisch hervorgehoben haben. Mit dem 1995 in Kraft getretenen Markengesetz ist das Ersichtlichkeitserfordernis jedoch aus dem Tatbestand des Schutzhindernisses (§ 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG) herausgenommen worden und kann nach § 37 Abs. 3 MarkenG nur noch im Eintragungsverfahren berücksichtigt werden. Im Lösungsverfahren nach §§ 54, 50 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG ist es also nicht mehr anwendbar (vgl. a. Regierungsbeurteilung zum Markengesetz, BIfPMZ Sonderheft 1994, 84 f.). Auch die vom Bundesgerichtshof weiter angeführten Kommentarstellen Althammer/Ströbele, 6. Aufl., 2000, § 8, Rdn. 230 und Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 1. Aufl., § 8, Rdn. 99 behandeln die Ersichtlichkeit erkennbar nur in Zusammenhang mit dem Eintragungsverfahren.

Zudem knüpft die Kommentarliteratur häufig noch an die früher zum Warenzeichengesetz ergangene Rechtsprechung an, ohne dass sie die Aufgabe der Bindung der Marke an den Geschäftsbetrieb und die Herausnahme des Ersichtlichkeitserfordernisses aus dem Tatbestand des Schutzhindernisses konsequent nachvollzogen hat. So entspricht es einer verbreiteten Meinung in der Kommentarliteratur, dass auch in der Person des Anmelders bzw. Inhabers oder seines

Betriebs liegende Verhältnisse bzw. so bezeichnete Merkmale eine (u. U. ersichtliche) Täuschungsgefahr i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG begründen können, etwa Angaben über Art oder Gründungsjahr des Unternehmens, akademische Titel usw. (vgl. Ingerl/Rohnke, Markengesetz, 2. Aufl., § 8, Rdn. 280, 281, 283, 292; Fezer, 3. Aufl., § 8 Rdn. 298; zweifelnd bereits Ströbele/Hacker, 8. Aufl., § 8, Rdn. 364, 371, 373, 387, 388, wonach die Täuschungsgefahr nur von den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen her beurteilt werden dürfe und bei unternehmensbezogenen Angaben kaum festgestellt werden könne, wobei auch dort verschiedentlich auf das Ersichtlichkeitserfordernis abgestellt wird (a. a. O., Rdn. 371, 394), vgl. andererseits ders., a. a. O., Rdn. 389, Fußn. 1097; Rdn. 391, Fußn. 1103 f., 1117, Rdn. 394 f., wonach den Anschein öffentlicher Einrichtungen erweckende Angaben, solche über Alter oder Tradition des Unternehmens sowie unzutreffende Namen und Firmierungen offenbar grundsätzlich noch vom § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG erfasst sein können; einschränkend auch v. Schultz (Hrsg.), 2. Aufl., § 8, Rdn. 135, 143).

e) Dass sich die Täuschungsgefahr ohne Ansehung der Person des Markeninhabers oder -anmelders aus der Marke selbst in Bezug auf die Waren oder Dienstleistungen ergeben muss, folgt zumindest für unternehmensbezogene Angaben nach Ansicht des Senats vielmehr aus dem Gesetzeswortlaut des § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG. Dieser lautet: "... , die geeignet sind, das Publikum insbesondere über die Art, die Beschaffenheit oder die geographische Herkunft der Waren oder Dienstleistungen zu täuschen". Der Senat hält es für erforderlich, diesen Gesetzeswortlaut entsprechend dem Grundsatz der Unabhängigkeit der Marke vom Geschäftsbetrieb auszulegen. Die Merkmale "... über die ... der Waren oder Dienstleistungen" in § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG sind daher nach dem Wortlaut und aus systematischen Gründen einengend dahingehend auszulegen, dass sie nur rein waren- und dienstleistungsbezogene Umstände erfassen, jedenfalls aber grundsätzlich keine, die den Anmelder, Inhaber oder seinen Geschäftsbetrieb betreffen. Im Übrigen lässt es der Wortlaut des § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG auch ohne weiteres zu, dass auch sonstige außerhalb der Marke und ihrer Waren oder Dienstleis-

tungen liegende Umstände, wie etwa die konkrete Markenverwendung, ebenfalls nicht unter den Tatbestand dieser Vorschrift fallen, ohne dass hierzu auf das Er-sichtlichkeitsanforderung zurückgegriffen werden müsste. Dies bedarf vorliegend aber keiner Entscheidung.

Auf diese Weise wird vermieden, dass das Patentamt sowohl im Eintragungs- wie auch im Lösungsverfahren spekulative und nicht dem Charakter des Registerverfahrens entsprechende Erwägungen über den gegenwärtigen oder zukünftigen Inhaber der Marke und seine Eigenschaften oder Qualifikationen anstellt. Auch wird die Absicht des Gesetzgebers konsequent umgesetzt, dass Holdinggesellschaften, Markendesigner, -vermarkter usw., auf die unternehmensbezogene Angaben vielfach nicht zutreffen werden, Anmelder und Inhaber von Registermarken sein können (vgl. amtliche Begründung zu § 47 Erstreckungsgesetz, BlfPMZ 1992, 246). Zudem ist damit eine Abgrenzung zur Löschungsklage nach § 49 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG i. V. m. § 55 Abs. 1 MarkenG geschaffen. Löschungen wegen täuschender Benutzung werden nach diesen Vorschriften in einem gesonderten Verfahren vor den ordentlichen Gerichten geltend gemacht (zur dortigen Berücksichtigung unternehmensbezogener Angaben vgl. insb. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 49, Rdn. 37). Dabei dürfte zugleich die Verletzung der §§ 3, 5 UWG wegen unlauterer Täuschung im Wettbewerb im gleichen Prozess geprüft werden können.

Dementsprechend hat der Senat in einer gegenüber dem gleichen Antragsteller ergangenen Entscheidung in einem Lösungsverfahren nach §§ 54, 50 Abs. 1 MarkenG die Löschung der Marke "V-Bank" (als mögliche Abkürzung für "Volksbank") unter Hinweis auf die mangelnde Bindung der Marke an den Geschäftsbetrieb und die Möglichkeit der nicht täuschenden bzw. bankrechtlich zulässigen Benutzung abgelehnt (33. Sen. vom 25. Oktober 2005 (33 W (pat) 152/02)). Eine Täuschungsgefahr wird nach der Spruchpraxis des Senats etwa auch bei Marken verneint, die für Nichtanwälte für die Dienstleistung "Rechtsberatung" eingetragen sind (33. Sen. vom 8. Juli 2003, 33 W (pat) 186/01 - 3M).

f) Nach alledem liegt ein Eintragungshindernis nach § 50 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG auch für die Dienstleistungen der Klasse 36, insbesondere für Finanzwesen und Geldgeschäfte, nicht vor. Für die weiteren Dienstleistungen der Klassen 35 und 42 stellt sich die Frage der Täuschungsgefahr ohnehin nicht ernsthaft, da die angemeldete Marke in Bezug auf solche unternehmensunterstützenden Tätigkeiten vom Verkehr allenfalls als Bestimmungsangabe aufgefasst wird, und solche Dienstleistungen auch von Werbeagenturen, Unternehmensberatungen oder Softwarehäusern für Banken, insbesondere Volksbanken erbracht werden können. Die angegriffene Marke ruft als Bezeichnung für solche Dienstleistungen beim Verkehr also nicht den unbedingten Eindruck hervor, dass sie von einer Volksbank (selbst) erbracht werden. Im Übrigen würden auch insoweit die o. g. Erwägungen gelten.

2. Es liegt auch kein Lösungsgrund nach § 50 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG (gesetzliche Eintragungshindernisse), § 39 Abs. 1 und 2 KWG oder § 43 KWG vor. Auch hier vertritt der Senat im Hinblick auf den Wegfall der Bindung der Marke an den Geschäftsbetrieb die Auffassung, dass die in § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG vorausgesetzte gesetzliche Benutzungsuntersagung die Marke (in Bezug auf ihre Waren oder Dienstleistungen) selbst betreffen muss. In der Person des gegenwärtigen Anmelders oder Inhabers liegende Umstände, wie seine Qualifikation, dürfen bei dieser Beurteilung nicht herangezogen werden. Soweit Rechtsprechung und Literatur dies aus dem Erfordernis der Ersichtlichkeit ableiten (vgl. BGH GRUR 2005, 259 - Roximycin; Ströbele/Hacker, a. a. O., Rdn. 419, 420), das bei § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG - im Gegensatz zur oben behandelten Vorschrift des § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG - im Tatbestand des Schutzhindernisses selbst enthalten ist, kann dies hier dahinstehen, da sich im Ergebnis kein Unterschied zur Auffassung des Senats ergibt.

Die Verwendung der Bezeichnung "Volksbank" ist in Bezug auf die vorliegend eingetragenen Dienstleistungen, insbesondere Finanzwesen und Geldgeschäfte, nach § 39 KWG nicht per se sondern nur für bestimmte Verwender untersagt. Da-

her fällt die Angabe nicht unter das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG. Dies gilt auch in Bezug auf die eingetragenen Dienstleistungen "Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung", auch wenn die Verbotsvorschriften des § 39 Abs. 1 und 2 KWG eine Verwendung der Bezeichnung "Bank" oder "Volksbank" zur Bezeichnung des Geschäftszwecks oder zu Werbezwecken mit einschließen. Denn solche Dienstleistungen kann auch ein Volksbankendachverband, eine andere Volksbank oder eine von diesen beauftragte Werbeagentur oder Unternehmensberatungsgesellschaft für eine Volksbank erbringen. Auch insoweit unterfällt die Marke in Bezug auf ihre Dienstleistungen nicht an sich einem Benutzungsverbot, sondern nur unter bestimmten Begleitumständen.

Auch aus § 43 Abs. 1 oder 2 KWG vermag der Antragsteller nichts anderes herzuleiten, gleich ob er sie direkt, analog oder über § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG anwenden will. Abgesehen davon, dass auch hier die oben genannten Erwägungen entgegenstehen, handelt es sich bei § 43 KWG um eine Vorschrift, die, wie aus dem Wortlaut und dem Zusammenhang der Absätze 1 und 2 hervorgeht, ausschließlich die bei den Registergerichten geführten Register (Handelsregister, Genossenschaftsregister, Vereinsregister usw.) behandelt, also nur Unternehmenskennzeichen i. S. d. § 5 Abs. 2 MarkenG betrifft. Benutzungsverbote als solche werden hingegen von § 39 KWG geregelt.

3. Schließlich kann auch kein Lösungsgrund nach § 50 Abs. 1 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG (böswillige Anmeldung) festgestellt werden. Insbesondere liegen keine ausreichenden Anhaltspunkte dafür vor, dass die Marke ohne einen wenigstens generellen Benutzungswillen angemeldet worden ist. Der vom Markeninhaber zu verlangende Benutzungswille kann generell sein, d. h. er muss sich nicht auf eine Verwendung der Marke durch den Markeninhaber selbst beziehen. Dabei reicht die Absicht aus, die Marke einer Benutzung durch Dritte zuzuführen. Angesichts des nur schwer überprüfbaren subjektiven Tatbestands eines Benutzungswillens ist zwar von einer Vermutung dieses Willens bei der Anmeldung einer Marke auszugehen, diese Vermutung kann jedoch durch das

Gesamtverhalten des Markeninhabers widerlegt werden. Als gegen einen generellen Benutzungswillen sprechende Indizien erachtet die Rechtsprechung insbesondere die Anmeldung einer Vielzahl von Marken für völlig unterschiedliche Waren oder Dienstleistungen, das Fehlen einer ernsthaften Planung für die eigene oder eine fremde Benutzung dieser Marken oder etwa die Hortung der Marken im Wesentlichen zu dem Zweck, Dritte bei der Verwendung gleicher oder ähnlicher Marken mit Unterlassungs- oder Schadensersatzansprüchen zu überziehen (Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8, Rdn. 429).

Zwar konnte der Antragsteller durch Vorlage einer DEMAS-Trefferliste mit 98 Marken belegen, dass die Markeninhaber eine Vielzahl von Markenmeldungen eingereicht haben, zu denen auch solche mit dem Bestandteil "Volksbank" zählen. Allerdings weisen die vom Antragsteller genannten Marken weitgehend gleichzeitig den Bestandteil "DRSB" auf. Insofern liegt eine mit einem schutzfähigen Bestandteil gebildete Markenfamilie vor. Auch der schon aus den weiteren Markenbestandteilen erkennbare Schwerpunkt im Versicherungs- und Finanzbereich spricht eher für das Vorhandensein eines Konzepts. Selbst wenn man davon ausgeht, dass die Markeninhaber die Masse dieser Marken nie benutzen werden, so kann allenfalls eine bloße Hortung von Vorratsmarken zur Benutzung für eigene Zwecke und damit ein genereller Benutzungswille festgestellt werden. Zudem wird auch für die Feststellung einer bösgläubigen Anmeldung unter dem Gesichtspunkt des fehlenden Benutzungswillens ein Hinzutreten konkreter Unlauterkeitsmerkmale verlangt (Ströbele/Hacker, a. a. O., Rdn. 430, unter Hinweis auf Ekey/Klippel, Markengesetz, § 50 Rdn. 21). Auch hieran fehlt es, da bisher keine Abmahnungen, Kaufangebote o. Ä. festgestellt werden konnten.

Auch nach den Fallgruppen der Spekulationsmarke oder der Sperrmarke lässt sich keine bösgläubige Anmeldung feststellen. Hierzu fehlt es an der feststellbaren Absicht, gutgläubige Dritte unter Druck zu setzen bzw. Wettbewerber zu behindern. Abgesehen davon, dass (bisher) keine Abmahnungen der Markeninhaber gegen Mitglieder des Antragstellers oder sonstige Behinderungsversuche vorge-

tragen worden sind, spricht auch der Markenbestandteil "DRSB" eher für das Gegenteil. Denn um aus einem Markenbestandteil wie "Volksbank" Rechte gegen andere, insbesondere Volksbanken herleiten zu können, ist der Zusatz "DRSB" sogar hinderlich, da letzterer von Verletzungsgerichten vermutlich als allein schutzfähiger und damit kennzeichnender Bestandteil der Gesamtmarke angesehen würde. Mit den Markeninhabern ist dabei auf die Entscheidung BGH GRUR 1992, 865 - "Volksbank" zu verweisen, wonach dieses Wort keine namensmäßige Unterscheidungskraft aufweist und nicht Grundlage einer unternehmenskennzeichenrechtlichen Verwechslungsgefahr (damals § 16 UWG) sein kann.

Nach alledem ist die Beschwerde nicht begründet.

Der Senat weist allerdings darauf hin, dass diese Entscheidung nicht als "Benutzungserlaubnis" zu verstehen ist. Die Verwendung der angegriffenen Marke durch die Markeninhaber bzw. Erwerber oder Lizenznehmer, die nicht die in §§ 32, 39 KWG vorausgesetzten Qualifikationen einer Volksbank erfüllen, kann ein Verstoß gegen § 39 KWG darstellen, aus dem ein Lösungsgrund nach § 49 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG erwachsen kann.

4. Bei der gegebenen Sach- und Rechtslage besteht kein Anlass, einem der Verfahrensbeteiligten aus Gründen der Billigkeit die Kosten des Beschwerdeverfahrens gemäß § 71 Abs. 1 MarkenG aufzuerlegen.

Aus der Regelung des § 71 Abs. 1 Satz 2 MarkenG folgt, dass jeder Verfahrensbeteiligte im markenrechtlichen Beschwerdeverfahren seine eigenen Kosten in der Regel selbst trägt. Für ein Abweichen von diesem Grundsatz bedarf es stets besonderer Umstände, wie etwa ein mit der prozessualen Sorgfalt nicht zu vereinbarendes Verhalten, dass etwa dann vorliegen kann, wenn ein Beteiligter in einer nach anerkannten Beurteilungsgesichtspunkten aussichtslosen oder zumindest kaum Aussicht auf Erfolg versprechenden Situation sein Interesse am Erhalt oder

Erlöschen des Markenschutzes durchzusetzen versucht (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 71, Rdn. 11).

Als derart aussichtslos erscheinender Versuch kann der Löschungsantrag ebenso wenig angesehen werden, wie seine weitere Verfolgung im Beschwerdeverfahren. Die vom Antragsteller vorgebrachten zahlreichen rechtlichen Ansatzpunkte für sein Löschungsbegehren mögen im Ergebnis zwar nicht für den Erfolg des Antrags ausgereicht haben, waren jedoch keineswegs aus der Luft gegriffen. Dies zeigte schon der vom Senat gesehene Bedarf an einer ausführlichen Behandlung der Frage, ob und unter welchen Gesichtspunkten unternehmensbezogene Angaben im Rahmen der Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 4 und 9 MarkenG zu berücksichtigen sind oder nicht. Die Beschwerde konnte daher nicht als von vornherein aussichtslos oder nahezu aussichtslos erscheinen.

Bender

Knoll

Kätker

Cl