



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 504/17

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2015 012 566.0**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts im schriftlichen Verfahren am 22. März 2017 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterinnen Dr. Mittenberger-Huber sowie der Richterinnen Akintche und Seyfarth

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 27. Oktober 2015 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Die Bezeichnung

#### **zoofresh**

ist am 18. Februar 2015 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 05: Veterinärmedizinische Erzeugnisse; Hygienepräparate für veterinärmedizinische Zwecke; diätetische Lebensmittel und Erzeugnisse für veterinärmedizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Pflaster; Verbandmaterial; Desinfektionsmittel; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Fungizide; Herbizide; Algenbekämpfungsmittel; Aminosäuren für veterinärmedizinische Zwecke; Analgetika; Antibiotika; antiparasitäre Mittel; Antiseptika; Appetitzüglertabletten; Arzneimittel für tierärztliche Zwecke; Augenklappen für veterinärmedizinische Zwecke; Alkohol für veterinärmedizinische Zwecke; Badezusätze für tiermedizinische Zwecke; therapeutische Badezusätze; Badesalze für tiermedizinische Zwecke; Bakterienpräparate für tierärztliche Zwecke; bakteriologische Präparate für tierärztliche Zwecke;

Balsam für veterinärmedizinische Zwecke; Bandagen für tiermedizinische Zwecke; Beruhigungsmittel; biologische Präparate für veterinärmedizinische Zwecke; Biozide; blutbildende Mittel für veterinärmedizinische Zwecke; blutreinigende Mittel für veterinärmedizinische Zwecke; chemische Präparate für veterinärmedizinische Zwecke; chemisch- pharmazeutische Erzeugnisse; Detergentien für veterinärmedizinische Zwecke; Diagnostikmittel für veterinärmedizinische Zwecke; Diätgetränke für tiermedizinische Zwecke; diätische Substanzen für veterinärmedizinische Zwecke; Diätnahrungsmittel für veterinärmedizinische Zwecke; Nahrungsmittel auf Eiweißgrundlage für veterinärmedizinische Zwecke; Eiweißpräparate für veterinärmedizinische Zwecke; Elixiere [veterinärmedizinische Präparate]; Enzyme für veterinärmedizinische Zwecke; Enzympräparate für veterinärmedizinische Zwecke; Fette für tierärztliche Zwecke; Fieberheilmittel; Fliegenfänger [Klebstreifen]; Fliegenvertilgungsmittel; Gase für veterinärmedizinische Zwecke; Verbandgaze; Glukose für veterinärmedizinische Zwecke; chirurgische Gewebe für veterinärmedizinische Zwecke; pharmazeutische Präparate für die Hautpflege; Heftpflaster; Hefe für veterinärmedizinische Zwecke; Hormone für veterinärmedizinische Zwecke; Hufkitte; hundeabstoßende Mittel; Hundelotionen; Hundewaschmittel; Impfstoffe; Inkontinenzhosen für veterinärmedizinische Zwecke; Inkontinenzhosen; Insektenvertilgungsmittel; Insektenvertreibungsmittel; Insektizide; Jodtinkturen; Kältesprays für tiermedizinische Zwecke; Kalkpräparate für veterinärmedizinische Zwecke; Kapseln für tiermedizinische Zwecke; keimtötende Mittel; Kompressen; chemische Kontrazeptiva; Kulturen von Mikroorganismen für tierärztliche Zwecke; Larvenvertilgungsmittel; Laxantien für tiermedizinische Zwecke; Lebertran; Leinsamen für tiermedizinische Zwecke; Lotionen für veterinärmedizinische Zwecke; Luftreinigungsmittel; Malz für tiermedizinische Zwecke; Malzmilchgetränke für tiermedizinische Zwecke; Mäusevertilgungsmittel; veterinärmedizinische Getränke; veterinärmedizinische

Kräuter; Melkfett; Menstruationshöschen für Tiere; mineralische Nahrungsergänzungsmittel für Tiere; Mineralwässer für tiermedizinische Zwecke; Mineralwassersalze; Mittel für die Bodensterilisierung; Mittel zur Desodorierung der Luft; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Moor für veterinärmedizinische Zwecke; Mundspülungen für veterinärmedizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel aus Enzymen; Nahrungsergänzungsmittel aus Glukose [Traubenzucker]; Nahrungsergänzungsmittel aus Leinsamen; Nahrungsergänzungsmittel aus Proteinen; Nahrungsergänzungsmittel aus Weizenkeimen; Narkotika; Nebenprodukte der Getreideverarbeitung für diätetische oder tiermedizinische Zwecke; Nährmittel auf Eiweißgrundlage für veterinärmedizinische Zwecke; Nervenstärkungsmittel; Nahrungsergänzungsmittel für Tier oder für veterinärmedizinische Zwecke; Nahrungsergänzungsmittel aus Hefe oder Leinsamenöl; Öle für veterinärmedizinische Zwecke; oxidationshemmende Tabletten; parasitentötende Mittel; parasitentötende Halsbänder für Tiere; Parasitenvertilgungsmittel; Pastillen für veterinärmedizinische Zwecke; Pestizide; Pflaster für veterinärmedizinische Zwecke; pilztötende Mittel [Antikryptogame]; Pomaden für veterinärmedizinische Zwecke; Porzellan für Zahnprothesen; Präparate von Spurenelementen für den Tierkonsum; Präparate zum Sterilisieren; Proteinzusatzstoffe für Tiere; Rattengift; Räucherkerzen; Räuchermittel für veterinärmedizinische Zwecke; Reiseapotheken für veterinärmedizinische Zwecke [Arzneimittel-Sets]; Rizinusöl für veterinärmedizinische Zwecke; chemische Reagenzien für veterinärmedizinische Zwecke; Riechsalz; Salze für veterinärmedizinische Zwecke; Salben für veterinärmedizinische Zwecke; Schädlingsvertilgungsmittel; Schlafmittel für tiermedizinische Zwecke; Schleifmittel für zahnärztliche Zwecke; Schneckenvertilgungsmittel; Seren; serotherapeutische Arzneimittel für veterinärmedizinische Zwecke; Sirupe für veterinärmedizinische Zwecke; Sonnenbrandsalben für tiermedizinische Zwecke; Sonnenschutzmittel für veterinärmedizinische Zwecke; Stamm-

zellen für veterinärmedizinische Zwecke; Stärke für diätetische Zwecke; Stärke für tiermedizinische Zwecke; Suppositorien für veterinärmedizinische Zwecke; Tierwaschmittel; Tinkturen für veterinärmedizinische Zwecke; Tücher, getränkt mit tiermedizinischen Lotionen; Ungeziefervertilgungsmittel; gefüllte Verbandkästen für tiermedizinische Zwecke; Verbandmaterial; Verbandstoffe; Verdauungsmittel für tiermedizinische Zwecke; veterinärmedizinische Präparate; Viehwaschmittel; Vitaminpräparate für Tiere; Wurmmittel für Tiere; Windeln für Haustiere; Wurzeln mit veterinärmedizinischer Wirkung;

Klasse 16: Papier, Pappe [Karton], soweit nicht in anderen Klassen enthalten; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Schreibmaschinen; Büroartikel [ausgenommen Möbel]; Lehr- und Unterrichtsmittel [ausgenommen Apparate]; Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist; Drucklettern; Druckstöcke; Abreißkalender; Abziehbilder; Aktenordner; Alben; Anzeigekarten [Papeteriewaren]; Aufkleber, Stickers [Papeteriewaren]; Befeuchter [Büroartikel]; Behälter für Papier- und Schreibwaren; Kästen für Papier- und Schreibwaren; Briefbeschwerer; Bierdeckel; Bilder; Briefpapier; Broschüren; Bucheinbände; Bücher; Buchstützen; Comic-Hefte; grafische Darstellungen; Einbände [Papier- und Schreibwaren]; Etiketten, nicht aus Textilstoffen; Farbdrucke; Fotografien [Abzüge]; Federhalter; Figuren [Statuetten] aus >Papiermaché; Flaschenverpackungen aus Pappe oder Papier; Flyer; Folien aus Kunststoff für Verpackungszwecke; Formen für Modellierten [Künstlerbedarf]; Glückwunschkarten; grafische Reproduktionen; Handbücher; Hüllen [Papier- und Schreibwaren]; Kalender; Kataloge; Lätzchen aus Papier; Lesezeichen; Loseblattbinder; Malerschablonen; Malkästen [Schülerbedarf]; Musikglückwunschkarten; Notizbücher; Notizklemmen [Papeteriewaren]; Ordner [Büroarti-

kel]; Magazine [Zeitschriften]; Papiergesichtstücher; Papierhandtücher; Papierservietten; Papiertaschentücher; Plakate; Portraits; Postkarten; Prospekte; Radiergummi; Registrierbücher; Rundschreiben; Sammelkarten, ausgenommen für Spiele; Schablonen [Papier- und Schreibwaren]; Schreibmappen [Papeteriewaren]; Schreibunterlagen; Schriften [Veröffentlichungen]; Schülerbedarf [Papier- und Schreibwaren]; Stempel; Platzdeckchen [Sets] aus Papier; Tischdecken aus Papier; Tischtücher aus Papier; Tischwäsche aus Papier; Toilettenpapier; Untersetzer aus Papier; Wimpel, Fahnen [aus Papier]; Zeichenblöcke; Zeitpläne [Drucksachen]; Zeitschriften; Zeitungen; Zettelspieße für Büro Zwecke [Haken];

Klasse 28: Spiele für Tiere; Spielzeug für Tiere; Angelgeräte; Attrappen [Scherzartikel]; Rasseln für Tiere; große und kleine Spielbälle; Bauklötze [Spielwaren]; Christbaumschmuck [ausgenommen Beleuchtungsgeräte und Zuckerwaren]; Drachen; Duftköder [Lockmittel, Duftstoffe] für die Jagd oder den Angelsport; elektronische Ziele; Faschingsmasken; ferngesteuerte Fahrzeuge [Spielzeuge]; Geräte für Körperübungen; Geräte für Spiele; Kegel [Spiel]; Marionetten; Kescher; Köder für die Jagd oder den Angelsport; Konfetti; Kreiselspielwaren für Tiere; Lockpfeifen für die Jagd; Mobiles [Spielwaren]; Murmeln; Netze [Sportartikel]; Schmetterlingsnetze; Plüschspielzeug für Tiere; Plüschtiere; Puzzles; Puppen [Spielwaren]; Puppenbetten; Puppenhäuser; Ringspiele für Tiere, insbesondere Juteringe als Spielzeug für Tiere; Schaukeln; Scherzartikel; Schwimmbecken [Spielwaren]; Schwimmbretter; Schwimmflügel; Schwimmgürtel; Schwimmwesten; Spielkugeln; kleine Spielkugeln; Spielwürfel; Spielzeug für Haustiere; Spiele für Haustiere; Steuergeräte für Spielkonsolen; Jutehanteln, als Spielzeug für Tiere und Haustiere; Spielzeug für Tiere und Haustiere mit Geräuscherzeugung im Falle einer Beschleunigung-, oder Druck- oder Zugeinwirkung; Teddybären; tragbare Spiele mit LCD-Display; Trampoline für

Haustiere; Videospielgeräte; Wippen; Spiele und Spielzeug; Spielangeln für Tiere und Haustiere, an deren freien Enden ein Spielzeug beweglich angebracht ist; Textil- oder Plüsch-Spielzeug für Tiere und Haustiere, insbesondere in Herzform; Schlupf-Tunnel für Tiere und Haustiere in Form von Rohrabschnitten aus textilem Material, Kunststoff oder Plüsch; Turnartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Sportartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind;

Klasse 31: Samenkörner; landwirtschaftliche Erzeugnisse, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; gartenwirtschaftliche Erzeugnisse, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; forstwirtschaftliche Erzeugnisse, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; lebende Tiere; frisches Obst; frisches Gemüse; Sämereien; natürliche Pflanzen; natürliche Blumen; Futtermittel; Malz Algarobilla [Tierfutter]; Algen für die tierische Ernährung; aromatisierter Sand für Haustiere [Streu]; rohe, Baumrinde; Baumstämme; Beeren [Früchte]; Blumenzwiebeln; frische dicke Bohnen; Brennereiabfallprodukte für Tierfutter; Bruteier; frische Erdnüsse; Erdnussmehl für Tiere; Erdnussölkuchen für Tiere; lebende Fische; Fischeier; Fischmehl als Tierfutter; Futter für Haustiere; Viehfutter; Futterkalk; Futterkörner; Futtermehle; Futtermittel für Tiere; Futterstroh; lebendes Geflügel; Geflügelmastfutter; Gerste; gesandetes Papier für Haustiere [Streu]; Getränke für Haustiere; Getreidekörner; Getreidekörner [nicht verarbeitet]; frischer grüner Salat; Nebenprodukte der Getreideverarbeitung für Tierfutter; Hafer; Haselnüsse; Heu; Hefen als Tierfutter; Holz mit Rinde [nicht entrindetes Holz]; Hopfen; Hundekuchen; Johannisbrot; essbare Kauknochen für Tiere; Keime [Pflanzen]; Kleibrei [Tierfutter]; Kraftfutter für Tiere; lebende Krustentiere; frische Küchenkräuter; Legemittel für Geflügel; Leinsamen als Tierfutter; Leinsamenmehl als Tierfutter; Leinsamenmehl für Futterzwecke; Mais; Mastfutter für Tiere; Mastschrot

für Tiere; Reismehl [Futtermittel]; lebende Muscheln [Schalentiere]; Nüsse; Ölkuchen; Palmenblätter; Pflanzen [Setzlinge]; frische Pilze; Pilzmyzelien [Vermehrungsmaterial]; unbehandelter Reis; Rüben; Roggen; Samenkörner; Sesam; Viehsalz; Weizenkeime als Tierfutter; Schulpel für Vögel; Sepiaschalen für Vögel; Streu für Tiere; Stroh [Getreidehalme]; Tannenzapfen; lebende Tiere; Tierzuchterzeugnisse; natürlicher Torf; Torfstreu für Tiere; frische Trauben; Treber [Fruchtrückstände]; Treber [Trester]; Vogelfutter; Weizenkeime als Tierfutter; Wurzeln für Tier-Nahrungszwecke;

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Aktualisierung und Pflege von Daten in Computer-Datenbanken; Aktualisierung von Werbematerial; Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen; Auskünfte in Geschäftsangelegenheiten; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen; Beratung in Fragen des Personalwesens; Beratungsdienste in Fragen der Geschäftsführung; Bereitstellung von Geschäftsinformationen über eine Web-Site; Beschaffungsdienstleistungen für Dritte [Erwerb von Waren und Dienstleistungen für andere Unternehmen]; Betrieb einer Im- und Exportagentur; betriebswirtschaftliche Beratung; Buchführung; Dateienverwaltung mittels Computer; Dienstleistungen einer Werbeagentur; Durchführung von Auktionen und Versteigerungen; Einzelhandels- oder Großhandelsdienstleistungen in den Bereichen von Tiernahrung und Futtermitteln, Tierbedarfsprodukten, Heimtierprodukten, Spielzeug für Tiere, veterinärmedizinischen Erzeugnissen und Druckereierzeugnissen, auch im Wege des Teleshoppings, über das Internet sowie mittels Versandhandel; Erstellen von Statistiken; Erstellung von Geschäftsgutachten; Erstellung von Wirtschaftsprognosen; Erteilung von Auskünften [Information] und Beratung für Verbraucher in Handels- und Geschäftsangelegenheiten [Verbraucherberatung]; Fernsehwerbung; Herausgabe von Werbetexten; Hilfe bei der Führung von gewerblichen

oder Handelsbetrieben; kommerzielle Verwaltung der Lizenzierung von Waren und Dienstleistungen für Dritte; Layoutgestaltung für Werbezwecke; Marketing; Marketing [Absatzforschung]; Marktforschung; Meinungsforschung; Nachforschung in Computerdateien [für Dritte]; Nachforschungen in Geschäftsangelegenheiten; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Werbung in einem Computernetzwerk; Optimierung des Web-Site-Traffics; Optimierung von Suchmaschinen; Veranstaltung und Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten; Pay-per-Click-Werbung; Personal- und Stellenvermittlung; Personalanwerbung; Plakatanschlagwerbung; Präsentation von Waren in Kommunikations-Medien, für den Einzelhandel und für den Großhandel; Preisvergleichsdienste; Produktion von Werbefilmen; Rundfunkwerbung; Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln; Schaufensterdekoration; Sekretariatsdienstleistungen; Sponsorensuche; Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Telefonantwortedienst für abwesende Teilnehmer; Telemarketing; Verbreitung von Werbeanzeigen; Verfassen von Werbetexten; Verkaufsförderung [Sales promotion] [für Dritte]; Vermietung von Verkaufsautomaten; Vermietung von Werbeflächen; Vermietung von Werbematerial; Vermietung von Werbezeit in Kommunikations-Medien; Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften für Dritte; Vermittlung von Abonnements für Telekommunikationsdienste für Dritte; Vermittlung von Kontaktinformationen in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Vermittlung von Zeitungsabonnements [für Dritte]; Vermittlungsdienste in Geschäftsangelegenheiten; Versandwerbung; Verteilung von Warenproben zu Werbezwecken; Verteilung von Werbematerial [Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben]; verwaltungstechnische Bearbeitung von Bestellungen; Vorführung von Waren für Werbezwecke; Werbung; Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken; Call-Center-Dienstleistungen, näm-

lich telefonische Bestellannahme für Dritte und kaufmännische Bearbeitung [soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind] von Kundenanfragen, -bestellungen und -reklamationen; Outsourcing-Dienste [Hilfe bei Geschäftsangelegenheiten];

Klasse 42: Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -Software; Forschungsarbeiten auf dem Gebiet der Tier-Medizin; industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; Aktualisieren von Computersoftware; Beratung auf dem Gebiet der Energieeinsparung; Beratung auf dem Gebiet der Informationstechnologie [IT]; Beratung im Bereich Entwurf und Entwicklung von Computern; Beratung zur Gestaltung von Webseiten; Bereitstellung von Suchmaschinen für das Internet; biologische Forschung; Computersoftwareberatung; Computer-Systemanalysen; Design von Computersoftware; Design von Computersystemen; Dienstleistungen eines Chemikers; Dienstleistungen von chemischen Labors; Dienstleistungen zum Schutz vor Computerviren; Digitalisieren von Dokumenten [Scannen]; Durchführung chemischer Analysen; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Forschungen auf dem Gebiet der Bakteriologie; Forschungen auf dem Gebiet der Chemie; Forschungen auf dem Gebiet der Veterinärmedizin; Forschungs- und Entwicklungsdienste bezüglich neuer Produkte für Dritte; Gestaltung und Unterhalt von Websites für Dritte; Grafikerdienstleistungen; Hosting; Server-Hosting; Installieren von Computerprogrammen; klinische Versuchsreihen; Materialprüfung; Qualitätsprüfung; Software as a Service [SaaS]; Styling [industrielles Design]; Umweltschutzforschung; Vermietung von Computersoftware; Vermietung von Datenverarbeitungsgeräten; Vermietung von Webservern; Wartung von Computersoftware; Wasseranalyse; Werkstoffprüfung; Wiederherstellung von Computerdaten; wissenschaftliche Forschung; wissenschaftliche Labordienstleistungen.

Mit Beschluss vom 27. Oktober 2015 hat die Markenstelle für Klasse 28 die Anmeldung teilweise gemäß § 37 Abs. 1 und Abs. 5 MarkenG i. V. m. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen, nämlich mit Ausnahme der unterstrichenen Waren und Dienstleistungen. Nach Auffassung der Markenstelle handele es sich bei der Bezeichnung „zoofresh“ um eine für den größten Teil der beanspruchten Waren und Dienstleistungen beschreibende Wortkombination mit der Bedeutung von „zoofrisch“. Ein Zoo bestehe neben den Gebäuden und Revierflächen vorrangig aus den Tieren. Unter Berücksichtigung der Besuchsfrequenzen und des Besuchsaufkommen, der im Zoo gegebenen, nicht natürlichen Lebensbedingungen, der möglichen hygienischen und gesundheitlichen Risiken und dem Ziel, die Tiere gesund, widerstandsfähig und möglichst fortpflanzungsfähig bzw. -willig zu erhalten, seien unterschiedliche Maßnahmen nötig. Hierzu zählten unter anderem die Ernährung und die Haltung der Tiere. Die von der Anmeldung umfassten Waren der Klasse 5 könnten sämtliche für einen Zoo bestimmt sein oder dort verwendet werden mit dem Ziel, dass die Tiere erholt, frisch, gesund, fit, lebendig oder lebhaft blieben. Unter anderem könne dies von der Qualität oder Frische des Futters abhängen. Ebenso könnten lebende Tiere und Tierzuchtergebnisse als Neuankömmlinge zur Bereicherung und Auffrischung der Zoopopulation erholt, frisch, gesund, lebendig, fit oder lebhaft sein. Diesem Zweck dienten auch die in Klasse 28 zurückgewiesenen Waren. Ferner seien auch Forschungen, qualitätsverbessernde Maßnahmen oder Untersuchungen betreffend die Lebensbedingungen von Tieren in nicht natürlicher Umgebung nötig, so dass die entsprechenden Dienstleistungen der Klasse 42 hierfür bestimmt sein könnten. Der sprachüblich gebildeten Wortkombination komme kein über die Summe seiner Bestandteile hinausgehender Gesamteindruck zu. Die hier angesprochenen Verkehrskreise verstünden das Anmeldezeichen im Umfang der zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen daher nur als entsprechenden Sachhinweis.

Gegen diesen Teilzurückweisungsbeschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie sinngemäß beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Zur Begründung führt sie aus, dass die von der Markenstelle angenommene Bedeutung „zoofresh“ keinerlei sachbezogene Aussagen vermittele. Die relevanten Verkehrskreise würden die Zeichenfolge keinesfalls in die Bestandteile „zoo“ und „fresh“ zerlegen, um sodann in mehreren weiteren Deduktionsschritten einen angeblich beschreibenden Gehalt hinsichtlich der zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen abzuleiten. Es handle sich bei der angemeldeten Bezeichnung vielmehr um ein unterscheidungskräftiges Kunstwort, das sprachunüblich gebildet sei. Den maßgeblichen deutschen Verkehrskreisen werde zudem schon die Bedeutung des englischen Begriffs „fresh“ im Sinne von „frisch“ nicht bekannt sein, ohnehin bestünden im Hinblick auf die weiteren Übersetzungsmöglichkeiten im Sinne von „fabrikneu; nicht gekocht, getrocknet, gefroren oder verdorben; erfrischend; kalt/kühl; ohne Salz; unbearbeitet/in seiner Reinform; aktuell/gegenwärtig“ vielfältige Bedeutungs- und Interpretationsmöglichkeiten, die schutzbegründend wirkten. Um der Interpretationsweise des Amtes - das von einer allgemeinsprachlichen Umschreibung des Verwendungszwecks bzw. der Zielsetzung in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen ausginge - gerecht zu werden, müsste die Wortbildung im Übrigen auch „fresh zoo“ heißen, da in der deutschen und englischen Grammatik das Adjektiv immer vor dem Substantiv stehe, welches es näher beschreibe. Ein denkbarer beschreibender Gehalt sei daher allenfalls erst in mehreren Schritten zu ermitteln, so dass dem Anmeldezeichen die erforderliche Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden könne. Auch ein Freihaltebedürfnis bestehe nicht.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die nach §§ 66, 64 Abs. 6 MarkenG zulässige Beschwerde hat auch in der Sache Erfolg. Der Eintragung des Zeichens „zoofresh“ stehen für die verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen entgegen der Auffassung der Markenstelle keine Schutzhindernisse entgegen. Der angefochtene Beschluss ist daher aufzuheben.

1. Dem Anmeldezeichen fehlt es insbesondere nicht an der erforderlichen Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

a) Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2010, 228 Rn. 33 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2008, 608 Rn. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2013, 731 Rn. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 270 Rn. 8 - Link economy; GRUR 2010, 825 Rn. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2010, 935 Rn. 8 - Die Vision). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH a. a. O. - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2006, 233 Rn. 45 - Standbeutel; GRUR 2006, 229 Rn. 27 - BioID; BGH GRUR 2009, 949 Rn. 10 - My World; GRUR, 2008, 710 Rn. 12 - VISAGE). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2015, 173 Rn. 15 – for you; GRUR 2014, 565 Rn. 12 - smartbook). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer ana-

lysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 - Henkel; BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; MarkenR 2000, 420 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 15 - Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943 Rn. 24 - SAT 2; BGH WRP 2014, 449 Rn. 11 - grill meister).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, Rn. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2012, 1143 Rn. 9 - Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 11 - Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH GRUR 2014, 872 Rn. 21 - Gute Laune Drops; GRUR 2010, 1100 Rn. 20 - TOOOR!). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH GRUR 2014, 1204 Rn. 16 - DüsseldorfCongress; a. a. O. Rn. 16 - Gute Laune Drops; a. a. O. Rn. 23 - TOOOR!). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt,

in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146 Rn. 32 - DOUBLEMINT; 674 Rn. 97 - Postkantoor; GRUR 2004, 680 Rn. 38 - BIOMILD; GRUR 2003, 58 Rn. 21 - Companyline); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe jedoch dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH MarkenR 2007, 204 Rn. 77 f. - CELLTECH; a. a. O. Rn. 98 - Postkantoor; a. a. O. Rn. 39 f. - BIOMILD; a. a. O. Rn. 28 - SAT 2; BGH, a. a. O. - DüsseldorfCongress).

b) Gemessen an diesen Grundsätzen verfügt das Anmeldezeichen „zoofresh“ in Bezug auf die verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft.

Angesprochene Verkehrskreise sind hier je nach konkreter Ware oder Dienstleistung der Fachverkehr, so beispielsweise im Bereich der Produkte aus der Klasse 5 und den verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen aus Klasse 42 insbesondere (veterinär)medizinisch und wissenschaftlich geschultes Personal und im Bereich der Dienstleistungen aus Klasse 35 ein unternehmerisch tätiges Publikum. Ein großer Teil der hier maßgeblichen Waren und Dienstleistungen richtet sich aber auch an den Endverbraucher.

Den Begriff „zoofresh/zoofrisch“ als solchen gibt es im Deutschen und im Englischen nicht. Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin erkennt der hier angesprochene Verkehr aber ohne weiteres, dass sich das Anmeldezeichen aus den beiden Einzelwörtern „zoo“ und „fresh“ zusammensetzt. Das englische Wort „zoo“ entspricht dem identischen deutschen Wort „Zoo“ und hat damit im Englischen wie im Deutschen die Bedeutung „Tierpark, Zoo, Tiergarten“, weist mithin auf eine großes, meist parkartiges Gelände hin, in dem viele, besonders

tropische Tierarten gehalten und öffentlich gezeigt werden (DUDEN Online unter [www.duden.de](http://www.duden.de); LEO Online Wörterbuch Englisch-Deutsch unter [www.leo.dict.org](http://www.leo.dict.org)). Das weitere englische Wort „fresh“ hat in erster Linie die Bedeutungen „frisch, un(ge-/ver-)braucht, neu, kühl, aktuell, gesund“ (vgl. PONS, Online Wörterbuch Englisch-Deutsch). Zudem dürfte der inländische Verkehr auch vielfach dazu neigen, das Wort „fresh“ einfach mit seinem deutschen Pendant „frisch“ gleichzusetzen, zumal beide Wörter eine klangliche und schriftbildliche Nähe aufweisen (vgl. BPatG, Beschluss vom 29.10.2013, 33 W (pat) 552/11 – Solarfresh).

Es kann dahingestellt bleiben, ob die beiden Einzelbegriffe „zoo“ und „fresh“ für sich genommen jeweils beschreibende Merkmalsbezeichnungen der verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen sein können. Das Gesamtzeichen „zoofresh“ stellt jedenfalls eine Wortkombination dar, die über die bloße Summe ihrer Einzelbestandteile und der in ihnen verkörperten Sachinformationen hinausgeht. Tritt sie dem normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher entgegen, so wird er sie zunächst naheliegend direkt mit „zoofrisch“ übersetzen, mithin zweifellos in dieser adjektivischen Bedeutung erfassen. Denn im Deutschen gibt es durchaus vergleichbare Adjektivbildungen wie jugendfrisch, fangfrisch, knackfrisch, brunnenfrisch, quellfrisch, aprilfrisch, druckfrisch, ofenfrisch, morgenfrisch, brunnenfrisch, frühlingfrisch, postfrisch, röstfrisch oder taufrisch (vgl. Rückläufiges deutsches Wörterbuch, Gustav Muthmann, Niemeyer Verlag, 3. Auflage, S. 379).

Sodann wird der angesprochene Verkehr versuchen, der Wortkombination eine sich zwanglos aus der Bedeutung der Einzelbestandteile ergebende Gesamtbedeutung beizumessen. Aus der sich aufdrängenden Aussage „zoofrisch“ ergibt sich jedoch kein nachvollziehbarer beschreibender Sinngehalt. Sprachlich denkbar ist angesichts der anderen Adjektive mit „-frisch“ die Bedeutung „frisch aus dem Zoo“. Dies ergibt aber bezogen auf die verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen keinen Sinn, denn diese kommen allesamt nicht

aus einem Zoo bzw. werden dort nicht hergestellt oder erbracht. Sofern vereinzelt Zootiere von einem Zoo in einen anderen Zoo „umziehen“, mag davon gesprochen werden können, dass das Tier frisch aus dem Zoo X in den Zoo Y verlegt wurde; gleichwohl ist es unüblich, lebende Tiere als zoofrisch oder zoo-gesund zu beschreiben oder entsprechend anzupreisen. Für das Publikum bleibt unklar, was mit „zoofrisch“ gemeint ist. Die gilt für alle verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen.

In der Gesamtschau ist die angemeldete Wortkombination ungewöhnlich und eröffnet einen relevanten Interpretationsspielraum, so dass die von der Markenstelle dargelegte Bedeutung der angemeldeten Bezeichnung erst in mehreren gedanklichen Schritten nachvollzogen werden kann und zudem nicht hinreichend eindeutig ist. Zwar weckt die Bezeichnung „zoofrisch“ möglicherweise Assoziationen dahingehend, dass es sich - wie die Markenstelle ausführt - um Waren und Dienstleistungen handelt, die für Tiere in einem Zoo bestimmt und für deren Gesundheit/Frische förderlich sind. Dem Verkehr wird sich aber bei unbefangener Wahrnehmung kein entsprechendes produktbeschreibendes Verständnis aufdrängen, so dass die Vorstellungen, was mit der Bezeichnung gemeint sein könnte, eher diffus sein werden. Zu dem von der Markenstelle angenommenen beschreibenden Gehalt des Anmeldezeichens im Sinne einer Bestimmungsangabe gelangt der angesprochene Verkehr vielmehr nur über mehrere Gedankenschritte. Hierfür muss er erst „zoo“ mit Zootieren gleichsetzen, den Begriff „fresh“ auf die Tiergesundheit beziehen und trotz der Verbindung zu einem einheitlichen Adjektiv in das Zeichen die Bedeutung „gesunde, frische, lebhaft Zootiere“ hineinlesen.

Im Rahmen der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist eine derartige analysierende Betrachtungsweise aber unzulässig, weil sich aus ihr keine in den Vordergrund drängende, für den Durchschnittsverbraucher ohne weiteres ersichtliche Beschreibung der Waren und Dienstleistungen ergibt (vgl. BGH

GRUR 2014, 565 Rn. 24 - smartbook; GRUR 2012, 270 Rn. 12 - Link economy).

Mangels einer waren- und dienstleistungsbeschreibenden Sachaussage kann dem Anmeldezeichen daher nicht die Eignung als betrieblicher Herkunftshinweis abgesprochen werden.

2. Im Hinblick auf die fehlende Eignung der Bezeichnung „zoofresh“ zur unmittelbaren Beschreibung der verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen unterliegt das Zeichen auch keinem Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Seyfarth

Hu