



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 575/16

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2015 032 323

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 9. Mai 2019 durch den Richter Schwarz als Vorsitzenden, den Richter Paetzold und die Richterin Lachenmayr-Nikolaou

beschlossen:

1. Der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 43, vom 23. August 2016 wird insoweit aufgehoben, als die Anmeldung hinsichtlich der Dienstleistungen

Klasse 35: Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Werbung; Werbung und Unternehmensverwaltung in Bezug auf den Betrieb von Kaffeehäusern, Cafeterien, Restaurants, Imbissstuben und Catering; Verfassung und Herausgabe von Werbetexten; Marketing; Büroarbeiten; Öffentlichkeitsarbeit; Werbung und Marketing für kulturelle Veranstaltungen aller Art; Beschaffungsdienste für Dritte [Erwerb von Waren und Dienstleistungen für andere Unternehmen]; Zusammenstellung von verschiedenen Waren für Dritte, um dem Verbraucher eine bequeme Ansicht und den Kauf dieser Waren zu ermöglichen; Personal- und Managementberatung;

Klasse 43: Dienstleistungen zur Beherbergung von Gästen in Hotels, Kaffeehäusern, Cafeterien, Restaurants, Kantinen und Imbissstuben; Vermietung von Räumen für Unterhaltungsveranstaltungen, Feste und Feierlichkeiten; Dienstleistungen von Hotels und Pensionen; Vermietung von Hotelunterkünften und Gästezimmern; Zimmerreservierung, insbesondere in Hotels und Pensionen; Zimmervermittlung [Hotels, Pensionen]; Auskünfte und Beratung in Bezug auf vorstehend genannte Leistungen;

zurückgewiesen worden ist.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Am 18. März 2015 hat die Beschwerdeführerin das Zeichen

Bison

für die nachfolgend genannten Dienstleistungen zur Eintragung als Wortmarke in das vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister angemeldet:

Klasse 35: Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Werbung; Werbung und Unternehmensverwaltung in Bezug auf den Betrieb von Kaffeehäusern, Cafeterien, Restaurants, Imbissstuben und Catering; Verfassung und Herausgabe von Werbetexten; Marketing; Unternehmensberatung; Büroarbeiten; Öffentlichkeitsarbeit; Werbung und Marketing für kulturelle Veranstaltungen aller Art; Beschaffungsdienste für Dritte [Erwerb von Waren und Dienstleistungen für andere Unternehmen]; Zusammenstellung von verschiedenen Waren für Dritte, um dem Verbraucher eine bequeme Ansicht und den Kauf dieser Waren zu ermöglichen; Entwickeln von Franchisekonzepten für die Vermittlung von wirtschaftlichem und organisatorischem KnowHow, insbesondere in Bezug auf den Betrieb von Kaffeehäusern, Cafeterien, Restaurants, Imbissstuben und Catering; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, insbesondere von Franchisenehmern; organisatorische und betriebswirtschaftliche Beratung über die Führung von gastronomischen Betrieben; Dekoration für Werbezwecke, insbeson-

dere Dekoration von Geschäftslokalen und Gastronomiebetrieben;
Personal- und Managementberatung;

Klasse 43: Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen in Hotels, Kaffeehäusern, Cafeterien, Restaurants, Kantinen und Imbissstuben; Betrieb von Bars, Cafés, Cafeterien, Kantinen, Restaurants und Selbstbedienungsrestaurants; Zubereitung von Speisen und Getränken; Zubereitung von Speisen und Getränken zum Mitnehmen; Cateringdienste und dazugehörige Beratungsdienstleistungen; Verpflegung in Form von zentraler Speiseversorgung; Partyservice; Vermietung von Räumen für Unterhaltungsveranstaltungen, Feste und Feierlichkeiten; Bereitstellung von gastronomietechnischen Ausstattungen für den Verzehr von Speisen und Getränken; Dienstleistungen von Hotels und Pensionen; Vermietung von Hotelunterkünften und Gästezimmern; Zimmerreservierung, insbesondere in Hotels und Pensionen; Zimmervermittlung [Hotels, Pensionen]; Auskünfte und Beratung in Bezug auf vorstehend genannte Leistungen;

Klasse 45: Dienstleistungen eines Franchisegebers, nämlich die Vergabe von Lizenzen für Franchising-Konzepte und für gewerbliche und nichtgewerbliche Schutzrechte.

Mit Beschluss vom 23. August 2016 hat das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA), Markenstelle für Klasse 43, die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft des angemeldeten Zeichens gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Zur Begründung ist ausgeführt, bei dem angemeldeten Zeichen „Bison“ handele es sich um die bekannte und geläufige Bezeichnung für ein „nordamerikanisches Wildrind“. Insoweit stelle die Bezeichnung nichts anderes als einen Hinweis auf einen Dienstleister im Gastronomiebereich dar, der sich insbesondere durch ein

umfangreiches Speiseangebot von Bisonfleischgerichten auszeichne bzw. sich auf die Zubereitung von und/oder die Versorgung mit Bisonfleisch spezialisiert habe. Diese Deutung erschließe sich dem unbefangenen Verbraucher sofort und ohne analysierende Gedankenschritte.

Aus den Rechercheauszüge, welche dem Beschluss des DPMA beigefügt waren, ergebe sich, dass Bisonfleisch auch im Inland konsumiert werde und entsprechende Bisongerichte bzw. Burgergerichte in inländischen Gaststätten, Restaurants, Imbissstuben oder Selbstbedienungsrestaurants angeboten würden. Eine beschreibende Bedeutung sei daher für die Dienstleistungen der Klasse 43 anzunehmen und ebenso für die Dienstleistungen der Klassen 35 und 45, die in Bezug auf den Gastronomiebereich erbracht und werbewirksam angeboten werden könnten.

Zudem sei zu berücksichtigen, dass der Verkehr daran gewöhnt sei, mit solch einem pointierten Werbeschlagwort konfrontiert zu werden, durch das er lediglich zur Inanspruchnahme der so beworbenen Dienstleistungen animiert werden solle. Die Bezeichnung „Bison“ bewege sich in jeder Hinsicht im Rahmen dessen, was auf dem hier zu beurteilenden Dienstleistungssektor als Werbeanpreisung üblich sei und erwartet werde. Es sei nicht unüblich, zur Kennzeichnung gastronomischer Betriebe Namen der hauptsächlich angebotenen Produkte zu verwenden, um den Verkehr sofort auf das Speiseangebot aufmerksam zu machen. Soweit der Anmelder eine schutzbegründende Mehrdeutigkeit der Marke geltend mache, so sei diese im Zusammenhang mit den konkret beanspruchten Dienstleistungen nicht gegeben.

Aus diesen Gründen sei das angemeldete Zeichen nicht unterscheidungskräftig. Ob es auch freihaltebedürftig sei, könne offen bleiben.

Gegen den ihr am 29. August 2016 zugestellten Beschluss wendet sich die Beschwerdeführerin mit ihrer am 26. September 2016 eingegangenen Beschwerde vom selben Tag.

Die Beschwerdeführerin ist der Ansicht, dass das Wort „Bison“ für die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen keinen unmittelbar beschreibenden Begriffsinhalt aufweise, vielmehr erschließe sich dem angesprochenen Verkehr ein etwaiger Zusammenhang des Begriffs „Bison“ zu diesen Dienstleistungen erst nach einer analysierenden Betrachtungsweise. Ein hinreichend enger beschreibender Bezug zwischen der angemeldeten Bezeichnung und den beanspruchten Dienstleistungen bestehe daher nicht. Insbesondere könne eine etwaige beschreibende Bedeutung des Zeichens „Bison“ im Hinblick auf die Ware „Fleisch“ nicht mit den Dienstleistungen der „Verpflegung von Gästen“ oder dem Betrieb eines Restaurants „gleichgesetzt“ werden. Die Bedeutung des Begriffs „Bison“ erschöpfe sich nicht in der Ware „Bisonfleisch“, zudem sei Bisonfleisch in Deutschland keine übliche Fleischware. Schließlich würden die Dienstleistungen „Verpflegung und Beherbergung von Gästen“ oder „Betrieb eines Restaurants“ weit mehr umfassen als das Anbieten von Fleisch-Gerichten. Der Begriff Bison stehe vielmehr für die Wildnis Amerikas, für weite Prärien und für die Geschichte Amerikas, insbesondere in der Zeit der Indianer. Mit Blick auf diesen im Vordergrund stehenden Begriffsinhalt, dem Hinweis auf ein nordamerikanisches Wildtier, liege es nahe, dass der Verkehr mit der Bezeichnung „Bison“ ein amerikanisches Restaurant verbinde, welches gegebenenfalls die amerikanische Wildnis, die amerikanische Geschichte und/oder die Geschichte der Indianer thematisiere.

Einen ausdrücklichen Antrag hat die Anmelderin und Beschwerdeführerin nicht gestellt.

Der Senat hat der Beschwerdeführerin mit Schreiben vom 16. November 2018 Unterlagen übersandt. Von der Gelegenheit, hierzu schriftsätzlich Stellung zu nehmen, hat die Beschwerdeführerin keinen Gebrauch gemacht.

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

II.

Die zulässige, insbesondere gem. § 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG i. V. m. § 66 Abs. 1 MarkenG statthafte und gem. § 66 Abs. 2 MarkenG fristgerecht eingelegte Beschwerde hat in der Sache nur teilweise Erfolg. Sie ist in dem aus dem Beschlusstenor Ziff. 1 ersichtlichen Umfang begründet, da dem angemeldeten Zeichen 30 2015 032 323 insoweit Eintragungshindernisse nicht entgegenstehen. In diesem Umfang war der angefochtene Beschluss des DPMA, Markenstelle für Klasse 43, vom 23. August 2016 daher aufzuheben.

Hinsichtlich der übrigen beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen steht der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung „Bison“ jedoch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, so dass die Markenstelle insoweit die Anmeldung gem. § 37 Abs. 1 MarkenG zu Recht zurückgewiesen hat.

1. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG schließt von der Eintragung als Marke Zeichen aus, denen für die in der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt.

Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen zukommende Eignung, die von der Anmeldung erfassten Waren bzw. Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und so diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u.a. EuGH, GRUR 2010, 228, Rn. 33 – Audi/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH, GRUR 2018, 301, Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; BGH, GRUR 2016, 934, Rn. 9 – OUI; BGH, GRUR 2014, 569,

Rn. 10 – HOT; BGH, GRUR 2013, 731, Rn. 11 – Kaleido; BGH, GRUR 2012, 1143, Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH, GRUR 2008, 608, Rn. 66 – EUROHYPO; EuGH, GRUR 2006, 229, Rn. 27 – Bio-ID; BGH, GRUR 2016, 934, Rn. 9 – OUI; BGH, GRUR 2014, 565, Rn. 12 – smartbook).

Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Zeichen, die einen beschreibenden Begriffsinhalt enthalten, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht. Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder die Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2017, 186, Rn. 32 – Stadtwerke Bremen; BGH, GRUR 2014, 569, Rn. 10 – HOT; BGH, GRUR 2012, 1143, Rn. 9 – Starsat; BGH, GRUR 2006, 850, Rn. 19 – FUSSBALL WM 2006). Kann dagegen einem Wortzeichen für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch nicht um Angaben, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass ihm die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH,

GRUR 2016, 934, Rn. 12 – OUI; BGH, GRUR 2014, 872, Rn. 21 – Gute Laune Drops; BGH, GRUR 2013, 731, Rn. 13 – Kaleido; BGH, GRUR 2012, 1143, Rn. 9 – Starsat).

Die Bewertung der Verkehrsauffassung in Bezug auf die einschlägigen Waren und Dienstleistungen richtet sich insbesondere nach der Sicht des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers (EuGH, GRUR 2006, 411, Rn. 24 – Matratzen Concord/Hukla; Ströbele in: Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl. 2018, § 8 Rn. 47). Dieser wird die Marke so wahrnehmen, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtung zu unterziehen (BGH, GRUR 2018, 301, Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; BGH, GRUR 2012, 270, Rn. 12 – Link economy).

Bei der Beurteilung des Schutzhindernisses der fehlenden Unterscheidungskraft kommt es auf das Verkehrsverständnis zum Zeitpunkt der Anmeldung des jeweiligen Zeichens an (BGH, GRUR 2013, 1143, Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten).

2. Nach diesen Grundsätzen ist die Unterscheidungskraft der angemeldeten Bezeichnung nur in Verbindung mit einem Teil der in den Klassen 35, 43 und 45 beanspruchten Dienstleistungen zu verneinen.
 - a) Dies gilt zunächst für die in Klasse 43 beanspruchten Dienstleistungen „Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen in Hotels, Kaffeehäusern, Cafeterien, Restaurants, Kantinen und Imbissstuben; Betrieb von Bars, Cafés, Cafeterien, Kantinen, Restaurants und Selbstbedienungsrestaurants; Zubereitung von Speisen und Getränken; Zubereitung von Speisen und Getränken zum Mitnehmen; Cateringdienste und dazugehörige Beratungsdienstleistungen; Verpflegung in Form von zentraler Speiseversorgung; Partyservice; Bereitstellung von gastronomietechnischen Ausstattung-

gen für den Verzehr von Speisen und Getränken; Auskünfte und Beratung in Bezug auf vorstehend genannte Leistungen“.

Im Inland finden sich oftmals Bezeichnungen von Gastronomiebetrieben bzw. Verpflegungsdienstleistungen, die auf die angebotenen Speisen Bezug nehmen, wie beispielsweise „Fisch-Restaurant“, „Steakhouse“, „Suppenküche“ etc. Wie sich aus den vom DPMA ermittelten Belegen ergibt, wird – und wurde auch bereits im Zeitpunkt der Anmeldung des beschwerdegegenständlichen Zeichens – Bisonfleisch in Deutschland konsumiert und in inländischen Gastronomiebetrieben angeboten. Im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen aus dem Bereich der Gastronomie sowie den hierauf bezogenen Auskunfts- und Beratungsdienstleistungen werden die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise die Bezeichnung „Bison“ dementsprechend als beschreibenden Sachhinweis auf den Inhalt dieser Dienstleistungen verstehen, nämlich dahingehend, dass die angebotenen Dienstleistungen insbesondere Gerichte mit Bison-Fleisch beinhalten.

- b) Dieser beschreibende Gehalt in Form eines Hinweises auf die angebotenen Speisen erstreckt sich auch auf die in Klasse 45 beanspruchten Dienstleistungen auf dem Gebiet des Franchising „Dienstleistungen eines Franchisegebers, nämlich die Vergabe von Lizenzen für Franchising-Konzepte und für gewerbliche und nicht-gewerbliche Schutzrechte“. Franchisekonzepte in der Gastronomie werden oftmals spezialisiert auf bestimmte Speisen und Gerichte angeboten und durchgeführt (vgl. beispielsweise „KFC Kentucky fried chicken“, eine im Franchisesystem betriebene Restaurantkette mit Spezialisierung auf Hähnchengerichte; die ebenfalls im Franchisesystem betriebenen Restaurants „Pizza Hut“ bzw. „Taco Bell“, die Pizzen bzw. mexikanische Gerichte anbieten; die „Flammkuchen Zentrale“, ein spezielles Franchise-System für „Flammkuchen Shops“; vgl. die als Anlagen zum Hinweis des Senats vom 16. November 2018 versandten Belege). Die

Franchisegeber, die ihre Dienstleistungen für einen speziellen Bereich der Gastronomie erbringen, bezeichnen ihr Angebot auch dementsprechend. Die angesprochenen Verkehrskreise dieser Dienstleistungen, bei denen es sich insoweit insbesondere um (potentielle) Franchisenehmer handelt, werden in dem Begriff „Bison“ im Zusammenhang mit diesen Dienstleistungen eine inhaltliche Angabe zum Gegenstand der im Franchisesystem betriebenen Geschäfte in Form von Restaurants etc. sehen.

- c) Entsprechendes gilt für die in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen, die unmittelbar Franchisekonzepte betreffen oder aber speziell im Zusammenhang mit Franchisesystemen im Gastronomiebereich angeboten und erbracht werden können. Deshalb ist das Wort „Bison“ auch für die Dienstleistungen „Unternehmensberatung; Entwickeln von Franchisekonzepten für die Vermittlung von wirtschaftlichem und organisatorischem KnowHow, insbesondere in Bezug auf den Betrieb von Kaffeehäusern, Cafeterien, Restaurants, Imbissstuben und Catering; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, insbesondere von Franchisenehmern; organisatorische und betriebswirtschaftliche Beratung über die Führung von gastronomischen Betrieben; Dekoration für Werbezwecke, insbesondere Dekoration von Geschäftslokalen und Gastronomiebetrieben“ beschreibend.
3. Offen bleiben kann, ob die Eintragung hinsichtlich dieser unter Ziff. 2. a) bis c) genannten Dienstleistungen zugleich wegen eines Freihaltebedürfnisses gem. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu versagen ist. Für die Ablehnung der Eintragung des angemeldeten Zeichens als Marke ist das Vorliegen eines der voneinander rechtlich unabhängig anwendbaren Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder 2 MarkenG ausreichend (EuGH, GRUR 2008, 608, Rn. 54 – EUROHYPO; BGH, GRUR 2012, 272, Rn. 22 – Rheinpark-Center Neuss).

4. Hinsichtlich der im Tenor des Beschlusses genannten Dienstleistungen ist die angemeldete Bezeichnung dagegen keinem Eintragungshindernis im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 2 MarkenG ausgesetzt.

Der Eintragung des angemeldeten Zeichens steht insoweit weder die fehlende Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG noch ein Freihaltebedürfnis gem. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen. Denn in Bezug auf die im Tenor genannten Dienstleistungen der Klasse 35 aus dem Bereich der Werbung, der Unternehmensverwaltung etc. sowie der Klasse 43 auf dem Gebiet der Beherbergung von Gästen, der Vermietung von Unterkünften etc. kommt dem angemeldeten Begriff „Bison“ keine unmittelbar beschreibende Bedeutung zu und ist ihm auch nicht aus sonstigen Gründen die Unterscheidungskraft abzusprechen.

- a) Bezüglich der in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen, gilt dies zunächst für diejenigen auf dem Gebiet der Werbung („Werbung; Werbung und Unternehmensverwaltung in Bezug auf den Betrieb von Kaffeehäusern, Cafeterien, Restaurants, Imbissstuben und Catering; Verfassung und Herausgabe von Werbetexten; Marketing; Öffentlichkeitsarbeit; Werbung und Marketing für kulturelle Veranstaltungen aller Art; Zusammenstellung von verschiedenen Waren für Dritte, um dem Verbraucher eine bequeme Ansicht und den Kauf dieser Waren zu ermöglichen“).

Auch wenn die Bezeichnung „Bison“ für zu bewerbende Waren und Dienstleistungen (Bisonfleisch oder Dienstleistungen aus dem Bereich der Gastronomie, die das Angebot von Bisonfleisch umfassen,) beschreibend sein kann, so ergibt sich hieraus nicht ohne Weiteres eine beschreibende Bedeutung auch hinsichtlich der Werbedienstleistungen selber. Denn Dienstleistungen im Bereich der Werbung werden in der Regel nicht inhaltsbezogen angegeben und nicht auf ein bestimmtes Themengebiet beschränkt, vielmehr ist lediglich eine Bezeichnung nach Art des Mediums

oder der Branchen, auf die die Werbeleistungen bezogen sind, üblich (vgl. GRUR 2009, 949, Rn. 23 f. – My World unter Bezugnahme auf die zugrundeliegenden Feststellungen des Bundespatentgerichts; BPatG 29 W (pat) 539/16 – ARANCINI, abrufbar unter juris.de). Die angemeldete Bezeichnung „Bison“ stellt jedoch weder einen Hinweis auf die Art des verwendeten Mediums noch eine Bezeichnung der Branche, für die Werbeleistungen angeboten werden, dar. Sie ist daher für die in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen aus dem Bereich der Werbung, des Marketing und der Öffentlichkeitsarbeit einschließlich der Zusammenstellung von Waren unterscheidungskräftig und nicht freihaltebedürftig.

Entsprechendes gilt für die weiteren in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen „Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Beschaffungsdienste für Dritte [Erwerb von Waren und Dienstleistungen für andere Unternehmen]; Personal- und Managementberatung“. All diese Dienstleistungen können zwar bezogen auf die verschiedensten Waren, Herstellungs- oder Dienstleistungsbetriebe angeboten und erbracht werden und somit auch speziell in Bezug auf die Ware Bisonfleisch bzw. deren Vertrieb oder auf konkrete Gastronomiebetriebe. Der Senat konnte jedoch nicht feststellen, dass diese Dienstleistungen für ein so konkretes Produkt oder einen derart spezialisierten (Gastronomie-)Betrieb angeboten oder beworben werden.

- b) Ebenso wenig ist ein Schutzhindernis in Bezug auf die in Klasse 43 beanspruchten Dienstleistungen auf dem Gebiet der Beherbergung von Gästen und der Vermietung anzunehmen („Dienstleistungen zur Beherbergung von Gästen in Hotels, Kaffeehäusern, Cafeterien, Restaurants, Kantinen und Imbissstuben; Vermietung von Räumen für Unterhaltungsveranstaltungen, Feste und Feierlichkeiten; Dienstleistungen von Hotels und Pensionen; Vermietung von Hotelunterkünften und Gästezimmern; Zimmerreservierung, insbesondere in Hotels und Pensionen; Zimmervermittlung [Hotels,

Pensionen]; Auskünfte und Beratung in Bezug auf vorstehend genannte Leistungen“).

Die beschreibende Bedeutung der Bezeichnung „Bison“ in Bezug auf die Dienstleistung der Verpflegung von Gästen erstreckt sich nicht auf die von dieser zu trennende Dienstleistung der Beherbergung von Gästen. Die Tatsache, dass im Zusammenhang mit der Beherbergung von Gästen auch Verpflegungsdienstleistungen angeboten werden können, die möglicherweise Bisonfleisch umfassen – beispielsweise in einem Hotelrestaurant –, führt nicht dazu, dass die angesprochenen Verkehrskreise in der Bezeichnung „Bison“ im Zusammenhang mit den beanspruchten Beherbergungsdienstleistungen selber lediglich einen Sachhinweis in Bezug auf ein mit diesen im Zusammenhang stehendes gastronomisches Angebot sehen. Ein solcher Aussagegehalt erschließt sich dem angesprochenen Verbraucher vielmehr erst nach mehreren gedanklichen Zwischenschritten.

5. Der Senat konnte ohne mündliche Verhandlung entscheiden, da die Anmelderin einer solche nicht beantragt (§ 69 Nr. 1 MarkenG) und der Senat eine mündliche Verhandlung auch nicht für geboten erachtet hat (§ 69 Nr. 3 MarkenG).

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Schwarz

Paetzold

Lachenmayr-Nikolaou

Ko