



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 521/22

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Markenmeldung 30 2021 021 466.4**

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 11. September 2023 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Akintche und die Richterin Lachenmayr-Nikolaou

beschlossen:

Die Beschwerde der Anmelderin wird zurückgewiesen.

### **Gründe**

#### **I.**

Die Bezeichnung

### **PIZZ-A-BOX**

ist am 1. Oktober 2021 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister für die nachfolgend aufgeführten Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 07: Verkaufsautomaten;

Klasse 35: Vermietung von Verkaufsautomaten; Betrieb von Verkaufsautomaten, nämlich Einzelhandelsdienstleistungen im Bereich Lebensmittel und Getränke;

Klasse 37: Reparatur und Wartung von Verkaufsautomaten; Bereitstellung von Informationen zu Reparatur und Wartung von Verkaufsautomaten;

Klasse 39: Nachfüllen und Befüllung von Verkaufsautomaten.

Die Markenstelle für Klasse 35 des DPMA hat die Anmeldung mit Beschluss vom 13. Januar 2022 zurückgewiesen. Dem Anmeldezeichen fehle als beschreibende Angabe die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Bei „PIZZ-A-BOX“ handle es sich um eine üblich gebildete Kombination der bekannten beschreibenden Angaben „Pizza“ sowie „Box“; die Kombination werde vom interessierten (Fach-)Publikum ohne weiteres als Pizzabox verstanden. Kombinationen mit dem Bestandteil „Box“ seien bekannt und üblich, so gebe es

Begriffsbildungen wie Aufbewahrungsbox, Genießerbox, Geschenkbox, Musikbox, Getränkebox, Snackbox, Verkaufsbox, Süßigkeitenbox etc. Die angemeldete Bezeichnung werde deshalb im Zusammenhang mit den hier beanspruchten Waren „Verkaufsautomaten“ und den Dienstleistungen im Bereich Verkaufsautomaten von den angesprochenen (Fach-)Verkehrskreisen nicht als Hinweis auf eine bestimmte betriebliche Herkunft dieser Waren und Dienstleistungen verstanden, sondern lediglich beschreibend als Hinweis auf deren Art, Gegenstand bzw. Bestimmung, nämlich dahingehend, dass es sich bei den Verkaufsautomaten um solche als Verkaufsboxen für Pizza handele und der Gegenstand der Dienstleistungen Verkaufsboxen für Pizza seien. Dem Anmeldezeichen fehle daher diesbezüglich die individualisierende Eigenart und damit die erforderliche Unterscheidungskraft. Auch die Schreibweise, hier speziell die Verwendung von Bindestrichen, vermöge die Schutzfähigkeit der angemeldeten Bezeichnung nicht zu begründen. Sie wirke wie ein bloßes einfaches Gestaltungsmittel, das nicht ausreichend sei, um vom beschreibenden Verständnis der Bezeichnung wegzuführen, und an das der Verkehr auch in anderen Bereichen gewöhnt sei. An der ohne weiteres verständlichen, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen beschreibenden Angabe bestehe zudem ein Freihaltebedürfnis gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

Hiergegen hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt.

Die Beschwerdeführerin ist der Auffassung, dass das Anmeldezeichen über ein Minimum an Fantasie verfüge. Die Auffassung, dass der Verbraucher bei der Benennung der Wortfolge „PIZZ-A-BOX“ die Bindestriche unberücksichtigt lasse und das Wort als „Pizzabox“ verstehe, sei nicht nachvollziehbar. Vielmehr bewirkten die Bindestriche eine Sprechpause, die hörbar sei und vom Verbraucher auch nicht ignoriert werde, da diese zu einem anderen Sinngehalt führe. Das Merkmal der angemeldeten Bezeichnung sei gerade das Wortspiel. Durch die Abspaltung des „A“ von „PIZZ-A“ werde dieses nach den englischen Grammatikregeln zu einem Artikel. Die dadurch entstandene englische Wortfolge „pizz a box“ mache keinen Sinn. Bei „PIZZ“ handle es sich weder um ein bekanntes Wort der englischen noch

der deutschen Sprache. Es könne höchstens als Abkürzung von „pizzicato“ verstanden werden; pizzicato sei ein Adverb der englischen Sprache, das eine Art oder Technik beschreibe, wie ein Saiteninstrument gespielt werden könne. Diese Bedeutung aus der Musiksprache werde der hier angesprochene Verkehr aber nicht erkennen. Vielmehr werde er die Bezeichnung wegen der Bindestriche als Imperativ im Sinne von „pizz eine Box“ auffassen. „Pizz“ werde hier zu einem Verb, „to pizz something“ existiere aber in der englischen Sprache nicht. Der deutsche Verbraucher werde dies erkennen und daher zum Nachdenken angeregt. Soweit Entscheidungen zu eindeutig beschreibenden Begriffen mit dem Bestandteil „Box“ zitiert worden seien, beträfen diese Angaben ohne die hier verwendete Schreibweise mit Bindestrichen und seien daher nicht auf den vorliegenden Fall anwendbar.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 des DPMA vom  
13. Januar 2022 aufzuheben.

Der Senat hat mit gerichtlichem Schreiben vom 25. Juli 2023 unter Beifügung seiner Rechercheergebnisse darauf hingewiesen, dass die angemeldete Bezeichnung nicht für schutzfähig erachtet werde.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

## II.

Die nach §§ 64 Abs. 6, 66 MarkenG zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache keinen Erfolg.

Der Eintragung der Bezeichnung **PIZZ-A-BOX** als Marke steht für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat dem Anmeldezeichen gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG daher zu Recht die Eintragung versagt.

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG 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 MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2020, 411 Rn. 10 – #darferdas? II; GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; 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 AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 229 Rn. 27 – BioID AG/HABM [BioID]; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 565 Rn. 12 – smartbook).

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 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI). Allerdings gilt es zu berücksichtigen, dass aus Gründen der Rechtssicherheit und der ordnungsgemäßen Verwaltung die Prüfung jeder Anmeldung nicht nur umfassend, sondern auch streng sein muss, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu verhindern (vgl. EuGH GRUR 2019, 1194 Rn. 28 – #darferdas?). 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 analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 – Henkel KGaA; BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 10 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops).

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 2019, 1194 Rn. 20 – AS/DPMA [#darferdas?]; GRUR 2008, 608 Rn. 67 – Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [MATRATZEN]; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 – grill meister).

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 (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland NV/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2020, 411 Rn. 11 – #darferdas? II). 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 Unterscheidungs mittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard).

2. Nach diesen Grundsätzen ist der angemeldeten Bezeichnung **PIZZ-A-BOX** für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG abzusprechen. Denn das beschwerdegegenständliche Zeichen wird von den angesprochenen Verkehrskreisen lediglich als geringfügige Abwandlung einer beschreibenden Angabe, nicht aber als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst.

a. Die Dienstleistungen der Klasse 35 „Betrieb von Verkaufsautomaten, nämlich Einzelhandelsdienstleistungen im Bereich Lebensmittel und Getränke“ richten sich an den Endverbraucher. Die übrigen Dienstleistungen sowie die Waren der Klasse 7 werden dagegen in erster Linie von gewerblichen Abnehmern nachgefragt.

b. Das angemeldete Zeichen stellt zwar formal betrachtet nicht eine bloße Aneinanderreihung von beschreibenden Begriffen dar. Vielmehr handelt es sich zunächst um eine ungewöhnliche Kombination, denn dem in der deutschen und der englischen Sprache nichtexistierenden Wort „PIZZ“ folgen der englische unbestimmte Artikel „A/a“ (= ein) und das aus dem Englischen stammende, eingedeutschte Wort „BOX“. Die vorangestellte Buchstabenfolge „PIZZ“ könnte zwar – worauf die Beschwerdeführerin zu Recht hinweist - als Abkürzung des italienischen Wortes „pizzicato“, das in der Musik die Spielweise „gezupft, gerissen“ bei Streichinstrumenten bezeichnet, aufgefasst und das Anmeldezeichen mit „zupfe/reiße eine Schachtel“ übersetzt werden. Ungeachtet des Umstands, dass dies eine analysierende Betrachtung voraussetzte, die aber zu unterbleiben hat, liegt eine solche Aussage im Bereich der hier maßgeblichen Waren und Dienstleistungen völlig fern. Für die angesprochenen Verkehrskreise, die ohnehin die Angabe „PIZZ“ nicht als Abkürzung in vorgenanntem Sinn erkennen dürften, ergibt sich diesbezüglich kein sinnvoller Begriffsinhalt; erst recht weist die Bezeichnung in einer solchen Bedeutung weder einen beschreibenden noch sonstigen Sachbezug zu den relevanten Waren und Dienstleistungen auf.

c. Allerdings wird das hier jeweils angesprochene Publikum in der Angabe **PIZZ-A-BOX** unschwer und ohne weiteres Nachdenken eine wortspielerische Bezugnahme auf die Angabe „PIZZABOX“ erkennen; es handelt sich damit um die offenkundige Abwandlung des Sachbegriffs „Pizzabox“ bzw. „Pizza-Box“.

Zu Recht hat die Markenstelle daher zunächst geprüft, ob es sich bei der zugrundeliegenden Angabe „Pizzabox“ um eine beschreibende, nicht unterscheidungskräftige Aussage handelt und sodann, ob die Abweichung durch die konkrete Schreibweise individualisierend, mithin schutzbegründend wirkt (vgl. hierzu Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 13. Aufl., § 8 Rn. 220 ff). Der Einwand der Beschwerdeführerin, die gerichtlichen Recherchebelege sowie die zitierten Gerichtsentscheidungen beträfen Angaben ohne die hier relevante Schreibweise und seien daher unbehelflich, verfängt deshalb nicht.

d. Im vorliegenden Waren- und Dienstleistungskontext kommt der Angabe „Pizzabox“ in zweierlei Hinsicht eine beschreibende Bedeutung zu.

Der Begriff „Pizza“ ist eine Gattungsbezeichnung für eine „(meist heiß servierte) aus dünn ausgerolltem und mit Tomatenscheiben, Käse u. a. belegtem Hefeteig gebackene pikante italienische Spezialität (meist in runder Form)“, vgl. DUDEN Online unter [www.duden.de](http://www.duden.de).

Das eingedeutschte Wort „Box“ kann eine Vielzahl verschiedener Bedeutungen aufweisen, wobei inländischen Verkehrskreisen vor allem die Bedeutungen „Kasten, Schachtel, Kiste, Gehäuse, Dose, Behälter, Karton, Packung, [Papp]schachtel“ geläufig sind (vgl. DUDEN Online sowie dict.cc.). Darüber hinaus hat dieser Begriff in der deutschen Sprache spezielle (eigene) Bedeutungen erfahren, wie z. B. „Stand, in dem das Pferd sich frei bewegen kann“, „abgeteilter Einstellplatz für Wagen in einer Großgarage“ oder „Lautsprecher“ (vgl. DUDEN zu „Box“). Auf diese letztgenannten Begriffe muss nicht näher eingegangen werden, da sie erkennbar keinen beschreibenden Aussagegehalt in Bezug auf die



beanspruchten Waren und Dienstleistungen aufweisen. Je nach Kontext können dem Begriff „Box“ aber auch weitere Bedeutungen zukommen, z. B. „Gerät“ (z. B. Musikbox), „System“ oder auch „Angebotspaket“ (vgl. vorab mit gerichtlichem Hinweis vom 25. Juli 2023 übersandte PAVIS PROMA-Auszüge zu Markenentscheidungen, Bl. 29-32 d. A.). So war es insbesondere bereits lange vor dem Anmeldezeitpunkt üblich, Angebotspakete zu einem bestimmten Thema bzw. zu einer bestimmten Sache für Kunden zu „schnüren“ und auf diese Angebotsform mit dem Begriff „box“ hinzuweisen (vgl. hierzu BPatG, Beschluss vom 06.09.2016, 29 W (pat) 21/15 – yogabox sowie gerichtliche Rechercheergebnisse mit Angaben wie „PIZZA BOX“, „Kinobox“, „Kochbox“ oder „Grillbox“, Bl. 33-39 d. A.). Schließlich dient der Begriff „Box“ mittlerweile als Hinweis auf die Erscheinungsform von kastenförmigen Verkaufsautomaten, vgl. Verwendungsbeispiele wie Tool-Box, Food Box, ErnteBox, marktbox, Softeis-Box (Bl. 40-47 d. A.). Wenngleich es sich dabei (auch) um eher kennzeichenmäßige Verwendungen handeln dürfte, so wird doch deutlich, dass der Verkehr daran gewöhnt ist, durch „-Box“ einen Hinweis auf ein Angebot in einem (Verkaufs)Automaten zu erhalten.

Letztlich kann aber dahinstehen, ob das Wortelement „-BOX“ im angemeldeten Zeichen **PIZZ-A-BOX** für das Publikum eine Beschreibung für Verkaufsautomaten, mithin letztlich nur eine andere Bezeichnung für „Pizza(Verkaufs)automat“ und die damit im Zusammenhang stehenden Dienstleistungen darstellt, wie es die Markenstelle angenommen hat, oder ob sich in den Bedeutungen im Sinne von „kastenförmiger Behälter“ oder „Gerät“ lediglich eine Andeutung bzw. Anspielung auf derartige Verkaufsautomaten ergibt. Denn zur Schutzversagung reicht es aus, wenn das Zeichen in *einer* seiner möglichen Bedeutungen die beanspruchten Waren und Dienstleistungen beschreibt (BGH GRUR 2014, 872 Rn. 25 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 18 – HOT). Die dem Anmeldezeichen zugrundeliegende Angabe „Pizzabox/Pizza-Box“ beinhaltet insofern jedenfalls auch eine sachbezogene Aussage zum einen dahingehend, dass die Verkaufsautomaten eine Produktzusammenstellung mit Lebensmitteln zur Zubereitung einer Pizza, eben eine Pizzabox, ausgeben. Zum anderen kann es sich auch um den Hinweis

darauf handeln, dass die Pizza in einer Schachtel/einem Karton heiß und verzehrfertig aus dem Automaten kommt. Damit wird in Bezug auf die Waren der Klasse 7 sowie die Handelsdienstleistungen in Klasse 35 Art und Inhalt der Verkaufsautomaten beschrieben und bezüglich der übrigen Dienstleistungen ein Sachhinweis auf deren Gegenstand gegeben.

e. Auch die in dem Anmeldezeichen abweichende Schreibweise, nämlich die Trennung der Angabe PIZZABOX bzw. PIZZA-BOX durch zwei Bindestriche zu **PIZZ-A-BOX**, begründet die Schutzfähigkeit nicht. In klanglicher Hinsicht ist die Absetzung durch die beiden Bindestriche – anderes als die Beschwerdeführerin meint – nicht bzw. kaum wahrnehmbar. Denn auch vergleichbar mit Bindestrich gebildete bekannte Bezeichnungen wie „Wahl-o-mat“ oder übliche Angaben wie „DIN-A4-Heft“ werden ohne Unterbrechung ausgesprochen.

Bei Wortzeichen wie dem Anmeldezeichen, die gehört und gelesen werden können, hat der Europäische Gerichtshof eine schutzbegründende Abweichung von der jeweiligen Sachangabe sowohl im akustischen wie auch im visuellen Gesamteindruck als erforderlich angesehen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 99 - Postkantoor; GRUR 2004, 680 Rn. 40 – BIOMILD). Demnach könnte einer Abwandlung, die sich nur in eine Richtung, z. B. – wie hier – schriftbildlich, aber nicht klanglich, auswirkt, schon grundsätzlich keine die Unterscheidungskraft begründende Wirkung zugemessen werden. Ob dem in dieser Allgemeinheit zu folgen ist (vgl. hierzu kritisch: Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 221), kann vorliegend aber dahinstehen.

Denn der vom Verkehr zumindest in schriftbildlicher Hinsicht wahrgenommenen Abwandlung kommt vorliegend kein individualisierender Charakter zu. Erkennt nämlich das Publikum in einer bewusst wahrgenommenen Abwandlung den ihm geläufigen Begriff ohne weiteres wieder, fehlt der als solcher erkannten Abwandlung die erforderliche Unterscheidungskraft. Insofern nicht schutzbegründend wirken unter anderem gängige grafische Hervorhebungsmittel, wie z. B. die Trennung

einheitlicher Wörter (vgl. BPatG, 28 W (pat) 138/98 - Vita-Min; 26 W (pat) 542/14 - CHAT\*EAU; 26 W (pat) 25/14 - Bro-Secco; siehe auch Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, 13. Aufl., § 8 Rn. 220 a. E. sowie Ingerl/Rohnke/Nordemann/Wirtz in MarkenG, § 8 Rn. 54,55). Im vorliegenden Fall stellt der zweite Bindestrich schon keinerlei Besonderheit dar, denn bei Begriffsbildungen mit dem Wortbestandteil „box“ ist auch die Schreibweise mit Bindestrich „-Box“ gängig, wie unter anderem die Recherche zeigt. Aber auch die visuelle Trennung des „A“ von „PIZZ“ verhindert nicht, dass die angesprochenen Verkehrskreise ohne gedankliche Analyse oder Zwischenschritte den ihnen geläufigen Begriff „PIZZA“ bzw. den Gesamtbegriff „PIZZA-BOX/PIZZABOX“ sofort wahrnehmen. Wie bei den gerade zitierten Rechtsprechungsbeispielen werden die eingesetzten Bindestriche bzw. Absetzungen nur als werbliche Gestaltungsmittel aufgefasst. Selbst wenn - wie die Beschwerdeführerin meint - der Verkehr in dem Anmeldezeichen eine Aussage mit Aufforderungscharakter sehen würde, verleiht dies dem Zeichen keine individualisierende Eigenart. Allenfalls wird hierdurch die werbliche Wirkung sogar verstärkt, nämlich dahingehend, dass der Verbraucher aufgefordert wird, eine Pizzabox in Anspruch zu nehmen.

Der hier angesprochene Endverbraucher wie auch die gewerblichen Abnehmer werden die Begriffsbildung **PIZZ-A-BOX** im vorliegenden Waren- und Dienstleistungszusammenhang ohne weiteres als werbliche Abwandlung der Aussage „Pizzabox/Pizza Box“ auffassen und zwanglos damit gleichsetzen. Die angemeldete Bezeichnung gibt damit entweder einen Hinweis auf die Art und/oder den Inhalt des Verkaufsgeräts, nämlich dahingehend, dass es sich um Pizzautomaten handelt oder um Automaten, die ein Pizza-Angebotspaket (z. B. Paket aus Teig, Tomatensauce, Käse und anderen Zutaten) oder eine verzehrfertig durcherhitzte Pizza in einer Schachtel/ einem Karton auswerfen.

Nach alledem steht für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen eine sachbezogene Aussage im Vordergrund, so dass die angemeldete Bezeichnung nicht die erforderliche Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG

aufweist.

3. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob das Anmeldezeichen darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die fraglichen Waren und Dienstleistungen freihaltebedürftig ist.

### **R e c h t s m i t t e l b e l e h r u n g**

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 eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt einzulegen.

Mittenberger-Huber

Akintche

Lachenmayr-Nikolaou