



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 539/21

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2020 003 363.2**

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 6. Juli 2023 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, des Richters Merzbach und der Richterin kraft Auftrags Wagner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## Gründe

### I.

Das am 17. Februar 2020 unter Inanspruchnahme einer US-Priorität vom 7. Februar 2020 angemeldete Wortzeichen

## STARSCOPE

soll für die Waren

„Klasse 09: Ferngläser; Monokulare; Teleskope; Teleskoplinsen“

in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister eingetragen werden.

Mit Beschluss vom 11. Mai 2021 hat die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 09 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) zurückgewiesen.

Die angemeldete Bezeichnung **STARSCOPE** sei aus den bekannten englischen Begriffen „STAR“ und „SCOPE“ gebildet. „SCOPE“ bezeichne ein Beobachtungsgerät. Der Begriff „STAR“ weise einerseits auf die zu beobachtenden möglichen Objekte, nämlich Sterne, hin, stelle gleichzeitig aber auch einen Qualitätshinweis im Sinne eines Starproduktes dar. Der Begriffskombination **STARSCOPE** komme daher in ihrer Gesamtheit die Bedeutung „Sternenbeobachtungsgerät“ oder auch „qualitativ hochwertiges

Beobachtungsgerät“ zu. Dieser Sinngelhalt erschließe sich dem inländischen Verkehr auch ohne weiteres. Dies gelte auch hinsichtlich des Bestandteils „SCOPE“, welcher dem Verkehr auch im Inland begegne, da auf dem Markt befindliche Teleskope bspw. als „adventure scope, firstscope“ oder „travel scope“ bezeichnet würden.

Mit dieser Bedeutung weise die sprachregelgerechte und verständliche Wortbildung **STARSCOPE** nicht auf eine betriebliche Herkunft, sondern unmittelbar auf die Art (scope) der beanspruchten Waren und ihre Qualität bzw. Bestimmung (star) hin.

Unerheblich sei, ob insbesondere „SCOPE“ noch über weitere Bedeutungen wie zB „Fokus“ verfüge, da diese Bedeutungen vorliegend nicht nahegelegt seien. Zudem reiche es für das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG aus, wenn das angemeldete Zeichen nur mit einer seiner Deutungsmöglichkeiten einen beschreibenden Aussagegehalt aufweise.

Angesichts des sich aufdrängenden beschreibenden Begriffsinhalts von **STARSCOPE** komme es auch nicht darauf an, ob die angemeldete Wortkombination bereits verwendet werde oder ob es sich um eine auf die Anmelderin zurückzuführende und nur von ihr selbst verwendete Wortneuschöpfung handele.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt, mit der sie geltend macht, dass der Begriffskombination **STARSCOPE** entgegen der Auffassung der Markenstelle nicht die Bedeutung „Sternenbeobachtungsgerät“ oder „qualitativ hochwertiges Beobachtungsgerät“ zugeordnet werden könne. So sei der Zeichenbestandteil „scope“ inländischen Verkehrskreisen nicht ohne weiteres verständlich und weise zudem im Deutschen eine Vielzahl von Bedeutungen wie z.B. „Geltungsbereich“, „Anwendungsbereich“, „Bereich“, „Reichweite“, „Aufgabenstellung“, „Betätigungsfeld“, „Spielraum“, „Rahmen“, „Kompetenzbereich“, „Ausmaß“, „Zielwasser“ usw., nicht jedoch die von der Markenstelle angenommene Bedeutung

„Beobachtungsgerät“ auf. Daran änderten auch die Verweise der Markenstelle auf verschiedene Produktbezeichnungen mit dem Bestandteil „SCOPE“ nichts, da es sich um Produktangebote aus den USA handele und „SCOPE“ in den darin ausgewiesenen Begriffsbildungen wie zB „Firstscope“ in markenmäßiger und gerade nicht in beschreibender Weise verwendet werde.

Ebenso könne nicht davon ausgegangen werden, dass die angesprochenen Verkehrskreise „star“ (also Stern) als eher banalen Hinweis auf eine Sternenbeobachtung oder als einen Qualitätshinweis im Sinne von „Starprodukt“ verstehen.

Da „SCOPE“ nicht mit „Beobachtungsgerät“ übersetzt werden könne und in seinen nachweisbaren, dem inländischen Verkehr jedoch nicht ohne weiteres geläufigen Bedeutungen keinen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Waren aufweise, könne auch der Gesamtbezeichnung **STARSCOPE** auf Grundlage der sich danach bietenden vielfältigen Übersetzungsmöglichkeiten kein sinnvoller Bedeutungsgehalt hinsichtlich dieser Waren zugeordnet werden. **STARSCOPE** sei ein neu geschaffener Begriff, den es so im Wortschatz der englischen oder der deutschen Sprache nicht gebe, so dass der Verkehr diesen entweder gar nicht verstehe oder sich erst einmal Gedanken machen müsse, was es damit auf sich habe. Bei **STARSCOPE** handele es sich daher um ein allenfalls allgemeine Assoziationen hervorrufendes sog. „sprechendes Zeichen“, welches die beanspruchten Waren weder zB hinsichtlich ihrer Bestimmung unmittelbar beschreibe und noch sonst über einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Aussagegehalt verfüge. Der Eintragung stehe daher weder ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG noch das Schutzhindernis fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

Zu berücksichtigen sei weiterhin, dass die angemeldete Bezeichnung in anderen Ländern zur Eintragung gelangt sei, insbesondere auch in den USA.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 09 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 11. Mai 2021 aufzuheben.

Der Senat hat der Anmelderin mit Verfügung des Vorsitzenden vom 5. Juni 2023 unter Mitteilung eines Termins zur Beratung und Entscheidung am 6. Juli 2023 Rechercheergebnisse zur Verwendung der Bezeichnung „SCOPE“ übersandt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Denn der angemeldeten Marke fehlt es in Bezug auf die beanspruchten Waren an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr 1 MarkenG. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

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 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 2018, 932 Rn. 7 – #darferdas? I; 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).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmelde- bzw. Prioritätszeitpunkt (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 aufweisen, 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 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas? I). 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 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. Ausgehend davon weist die angemeldete Marke **STARSCOPE** in Bezug auf die beanspruchten Waren aus den von der Markenstelle zutreffend dargelegten Gründen keine Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auf.

a. Bei der angemeldeten Bezeichnung handelt es sich um eine für den Verkehr trotz der Zusammenschreibung in einheitlichen Großbuchstaben erkennbare Kombination des geläufigen englischen Begriffs „STAR“ mit dem weiteren Bestandteil „SCOPE“.

b. Der Zeichenbestandteil „Star“ hat im Deutschen die Bedeutung „Stern“ (vgl. unter [www.pons.com](http://www.pons.com) - „star“). Abgeleitet von seiner wortsinngemäßen Bedeutung bezeichnet dieser Begriff im Englischen wie im Deutschen ferner „jemand, der auf einem bestimmten Gebiet Berühmtheit erlangt hat“ (vgl. DUDEN-online zu „Star“). Auf Grundlage seiner letztgenannten Bedeutung wird er seit langem in der deutschen Geschäfts- und Werbesprache auch als Wertversprechen verwendet. In diesem Sinne bringt er die Spitzenstellung von Waren oder Dienstleistungen zum Ausdruck. Es handelt sich damit um eine gebräuchliche Qualitätsangabe, welche als Hinweis auf eine Sonderstellung gegenüber konkurrierenden Produkten verwendet wird (vgl. BPatG 29 W (pat) 112/11 - THE AUTOMOTIVE STAR; BPatG 28 W (pat) 548/16 - Inox Safety Star; 30 W (pat) 514/12 – STARTECH; 30 W (pat) 534/12 - CADSTAR). In Bezug auf die beanspruchten Waren „Ferngläser; Monokulare; Teleskope; Teleskoplinsen“ kann das Zeichenelement „STAR“ entweder als Hinweis auf den Gegenstand der Beobachtung („Stern“) oder die Qualität des Beobachtungsgeräts verstanden werden.

**c.** Der weitere Bestandteil „SCOPE“ kann eine Vielzahl von Bedeutungen aufweisen.

**aa.** Als englisches Substantiv kommen ihm die erkennbar keinen beschreibenden oder sonstigen sachbezogenen Aussagegehalt in Bezug auf die vorliegend relevanten Waren aufweisenden Bedeutungen „Umfang, Anwendungsbereich, Bereich, Spielraum, Kompetenzbereich“ zu (vgl. <http://www.dict.cc/?s=scope>).

**bb.** Darüber hinaus handelt es sich bei „SCOPE“ um eine aus dem Griechischen stammende englischsprachige Wortendung (Suffix), welche ebenso wie die sich nur geringfügig in der Schreibweise unterscheidende deutsche Entsprechung „skop“ vor allem auf technischem Gebiet als Wortbildungselement in Begriffsbildungen wie „endoscope“/„microscope“ bzw. – deutsch - „Endoskop“/„Mikroskop“ auf ein Gerät zur optischen Betrachtung hindeuten kann (vgl. zu „-skop“ DUDEN ONLINE-Wörterbuch zu „-skop“; <http://www.duden.de/suchen/dudenonline/skop>; ferner BGH, GRUR 2013, 731 Nr. 22 – Kaleido; BPatG 30 W (pat) 205/96 - DUALSCOPE).

Anders als seine deutsche Entsprechung „-skop“ wird „SCOPE“ aber nicht nur als Bezeichnung technischer Mess- und Beobachtungsgeräte oder von medizinischen Diagnosewerkzeugen in einheitlichen Begriffen wie „endoscope“/„microscope“, sondern darüber hinaus auch in englischen Begriffskombinationen zur Bezeichnung von (Ziel-)Fernrohren/Ferngläsern mit einem Art, Verwendungszweck o.ä. des jeweiligen Fernrohres/Fernglases näher bezeichnenden Zusatz wie zB „rifle scope“, „spotting scope“, „travel scope“, „tactic scope“ verwendet, und zwar entgegen der Auffassung der Anmelderin auch im inländischen Handelsverkehr.

Die der Anmelderin mit Verfügung vom 5. Juni 2023 übermittelte Senatsrecherche zeigt, dass der Begriff „SCOPE“ als Bestandteil dieser englischen Begriffskombinationen nicht nur auf englischsprachigen und für den internationalen Verkehr bestimmten Angebotsseiten inländischer Anbieter, sondern auch auf deren sich an den inländischen (Fach)Verkehr richtenden (deutschsprachigen) Seiten zur Bezeichnung der entsprechenden Geräte verwendet wird. Verwiesen werden kann

dazu auf die am 14. Juni 2018 abrufbare Internetseite [https://www.astroshop.de/astrofotografie/guiding/hilfsmittel/guidescopes/15\\_35\\_71\\_30](https://www.astroshop.de/astrofotografie/guiding/hilfsmittel/guidescopes/15_35_71_30), auf der es u.a. heisst: „Dieses *Fernrohr* wird *Guidescope* oder auch Leitrohr genannt“; ferner auf die inländische Angebotsseite <https://www.ramshop24.de/de/optik/Sniper---Zielfernrohre--Fernglaeser/> vom 12. Dezember 2017, auf der u.a. verschiedene „Sniper rifle Scope(s)“ sowie „Tactical Scope(s)“ angeboten wurden. Als weitere Belegstelle für einen entsprechenden Sprachgebrauch kann verwiesen werden auf die Website <http://viscope.at/viscope.html>, auf der ein „VISSCOPE Das Erlebnisfernrohr“ angeboten wird, sowie auf die bereits am 27. Dezember 2004 abrufbare Internetseite [http://www.traumflieger.de/desktop/lidlscope/das\\_Lidl\\_Teleskop\\_an\\_der\\_Canon\\_DSLR.php](http://www.traumflieger.de/desktop/lidlscope/das_Lidl_Teleskop_an_der_Canon_DSLR.php) betreffend ein als „Lidl-Scope“ bezeichnetes und von der betreffenden Einzelhandelskette zum damaligen Zeitpunkt vertriebenes Teleskop, zu dem ua. ausgeführt wird: „Der Run auf das "Lidl-Scope" hat seinen Grund, denn das umfangreiche Paket bietet für kleines Geld leistungsstarke Technik“.

Die Begriffskombinationen und damit auch deren Bestandteil „SCOPE“ werden dabei auch keineswegs kennzeichnend, sondern in der Regel neben einer das betreffende Gerät seiner betrieblichen Herkunft nach individualisierenden Hersteller- und/oder Produktmarke sowie ggf. einer Typenbezeichnung als (beschreibender) Hinweis auf Art, Beschaffenheit und Verwendungszweck des Fernrohres/Fernglases verwendet und vom Verkehr auch allein so verstanden. Es handelt es sich bei diesen Begriffskombinationen grammatikalisch um Komposita, bei denen das Grundwort „SCOPE“ (= Fernrohr/Fernglas) durch das vorangestellte Bestimmungswort näher spezifiziert wird. Jedenfalls der inländische Fachverkehr sowie fachlich interessierte Kreise werden „SCOPE“ in Zusammenhang mit gattungsbegrifflichen Begriffs-kombinationen wie zB „rifle scope“, „spotting scope“, „travel scope“, „tactic scope“ eine eigenständige Bedeutung iS von „Fernrohr/Fernglas“ beimessen.

**cc.** Ein solches Verständnis von „SCOPE“ liegt auch bei der angemeldeten Bezeichnung **STARSCOPE** nahe. Bei allen absoluten Schutzhindernissen hat die Prüfung der Schutzfähigkeit eines Zeichens konkret in Bezug auf die mit der Anmeldung gemäß § 32 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG beanspruchten Waren/Dienstleistungen zu erfolgen. In Kombination mit den vorliegend maßgeblichen Waren drängt sich aber allein ein Verständnis iS von „Fernrohr/Fernglas“ auf, da es sich bei diesen entweder um solche optischen Geräte handeln kann bzw. – was „Teleskoplinsen“ betrifft – diese Bestandteile von Fernrohren/Ferngläsern sein können.

**d.** Ausgehend von einem solchen Verständnis von „SCOPE“ wird der Verkehr dann aber auch die grammatikalisch vergleichbar gebildete Begriffskombination **STARSCOPE** in Zusammenhang mit den beanspruchten Waren auf Anhieb und ohne jeden gedanklichen Zwischenschritt iS eines „qualitativ herausragenden Fernrohrs/Fernglases“ verstehen. Wenngleich „STAR“ als reines Wertversprechen keine nähere Aussage zu Bestimmung, Anwendungsbereich und Funktion des mit „SCOPE“ bezeichneten Gerätes trifft, so stehen beide Zeichen auch nicht unverbunden nebeneinander. Vielmehr verbindet sich „SCOPE“ mit „STAR“ zu einer aus sich heraus verständlichen werblichen Qualitätsangabe in Bezug auf die konkret beanspruchten Waren. So können die beanspruchten Waren „Ferngläser; Monokulare; Teleskope“ unmittelbar als „qualitativ herausragende Ferngläser/Fernrohre“ beworben werden. „Teleskoplinsen“ können für solche Fernrohre/Ferngläser bestimmt sein, so dass **STARSCOPE** insoweit einen die Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ausschließenden engen beschreibenden Bezug zu diesen Waren aufweist.

e. Soweit die Markenstelle daneben auch ein Verständnis von **STARSCOPE** auf Grundlage der weiteren substantivischen Bedeutung von „STAR“ als englisches Wort für „Stern“ iS von „Sternenbeobachtungsgerät“ in Betracht gezogen hat, ist zunächst anzumerken, dass eine entsprechende englische Begriffsbildung für ein „Sternenteleskop“ in der englischen Sprache und auch im Inland nicht nachweisbar ist. Letztlich kann dies aber offenbleiben. Denn auch bei einem solchen Verständnis würde der Verkehr **STARSCOPE** lediglich einen Hinweis auf den Bestimmungs- und Verwendungszweck der betreffenden Waren entnehmen, nämlich dass es sich bei diesen um ein „Sternenbeobachtungsgerät“ handelt bzw. die Waren dafür bestimmt und geeignet sein können. Diese weitere Interpretations- und Verständnismöglichkeit – soweit sie überhaupt in Betracht kommt - führt auch nicht zu einer schutzbegründenden Unbestimmtheit und Mehrdeutigkeit der Bezeichnung, da sämtliche Deutungsmöglichkeiten in Bezug auf die verfahrensgegenständlichen Waren zu rein sachbezogenen Aussagen von **STARSCOPE** führen und daher auch aus diesem Grunde nicht schutzbegründend wirken können (vgl. BGH GRUR 2014, 376 Nr. 17 – grillmeister). Der alleine durch die verschiedenen – jeweils beschreibenden – Deutungsmöglichkeiten hervorgerufene Interpretationsaufwand des Verkehrs reicht für die Bejahung einer Unterscheidungskraft nicht aus (vgl. BGH GRUR 2014, 569, Nr. 24 – HOT; Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 13. Aufl., § 8 Rn. 191), so dass sich die Anmelderin auch nicht auf eine schutzbegründende Mehrdeutigkeit berufen kann.

Dies gilt gleichermaßen, soweit **STARSCOPE** nach Art eines Wortspiels sowohl als Hinweis auf ein „qualitativ herausragendes Fernrohr/Fernglas“ wie auch iS von „Sternenbeobachtungsgerät“ verstanden werden soll.

f. Die angemeldete Bezeichnung beschränkt sich danach auf eine bloße Aneinanderreihung von zwei beschreibenden und ohne weiteres verständlichen Wortbestandteilen, ohne eine ungewöhnliche Struktur oder Besonderheiten syntaktischer oder semantischer Art aufzuweisen, die von einem rein sachbezogenen Aussagegehalt wegführen könnten. Sie erschöpft sich in Bezug auf

die Waren in einer aus sich heraus verständlichen und sofort erfassbaren schlagwortartigen werblich-anpreisenden Sachaussage zu deren Art („SCOPE“) und Qualität („STAR“). Über diese Sachinformationen hinaus enthält die angemeldete Bezeichnung kein Element, das den Eindruck einer betrieblichen Herkunftskennzeichnung, also einer Marke hervorruft, sondern ist allein dem Bemühen geschuldet, sachbezogene Aussagen und Informationen zur Beschaffenheit der Produkte in werbeüblicher und dem Verkehr bekannter Weise schlagwortartig und einprägsam zu vermitteln.

3. Soweit die Anmelderin im Beschwerdeverfahren weiterhin geltend gemacht hat, dass identische Zeichen u.a. in den USA zur Eintragung gelangt seien, kann sie daraus keinen Anspruch auf Schutzgewährung ableiten. Denn nach übereinstimmender höchstrichterlicher Rechtsprechung lässt sich aus Voreintragungen ähnlicher oder übereinstimmender Marken grundsätzlich kein Schutzgewährungsanspruch herleiten, da es sich bei der Entscheidung über die Schutzfähigkeit einer Marke nicht um eine Ermessens-, sondern um eine gebundene Entscheidung handelt, die jeweils einer auf den Einzelfall bezogenen Prüfung unterliegt (vgl. z.B. EuGH GRUR 2009, 667, Nr. 18 - Bild.t.-Online.de; BGH GRUR 2012, 276, Nr. 18 - Institut der Norddeutschen Wirtschaft e.V.).

4. Die angemeldete Marke **STARSCOPE** kann damit in Bezug auf die beanspruchten Waren ihre Hauptfunktion, nämlich den Verkehrskreisen die Ursprungsidentität der mit der Marke gekennzeichneten Waren zu garantieren, nicht erfüllen. Sie ist deshalb nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

### III.

#### **Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss steht der Anmelderin 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, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.