



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 71/02

(Aktenzeichen)

Verkündet am
18. November 2003

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

...

betreffend die Marke 398 10 789

(hier: Löschung)

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 18. November 2003 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dr. Ströbele sowie des Richters Prof. Dr. Hacker und der Richterin Kirschneck

beschlossen:

Die Beschwerde der Antragsgegner wird zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Die Antragsgegner sind Inhaber der am 26. Februar 1998 angemeldeten und am 25. August 1998 unter der Nummer 398 10 789 eingetragenen Marke

DAKOTA

deren Warenverzeichnis lautet:

„Lederreinigungs- und -pflegemittel (soweit in Klasse 3 enthalten); Seifen; Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer; Brillen und Teile von Brillen, insbesondere Sportbrillen und Sonnenbrillen; Brillenrahmen; Brillenetuis;

Sportlerunfallschutzbekleidung, insbesondere Körperschutzpolster; Laser Pointer; Uhren und Zeitmeßinstrumente; Juwelierwaren, Schmuckwaren; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus (soweit in Klasse 18 enthalten); Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme; Sattlerwaren; Bekleidungsstücke, insbesondere Sport- und Freizeitbekleidung, einschließlich Gürtel; Schuhwaren; Kopfbedeckungen; Gymnastik- und Sportartikel (soweit in Klasse 28 enthalten)“.

Der Antragsteller begehrt die Löschung dieser Marke, weil es sich um eine frei-haltebedürftige geographische Herkunftsangabe handle (§ 50 Abs. 1 Nr. 3 i.V.m. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Der Begriff „Dakota“ bezeichne ein Territorium im mittleren Westen der Vereinigten Staaten, das im wesentlichen von den Staaten Nord-Dakota und Süd-Dakota eingenommen werde. Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs seien von der Eintragung nicht nur solche Bezeichnungen ausgeschlossen, die von den beteiligten Verkehrskreisen aktuell mit den beanspruchten Waren in Verbindung gebracht würden. Geographische Angaben seien dem Markenschutz vielmehr auch dann entzogen, wenn eine solche Verbindung in Zukunft vernünftigerweise zu erwarten sei. Das sei hier der Fall. In dem genannten Gebiet werde u.a. Rinderzucht betrieben. Insoweit liege es nahe, daß sich dort lederverarbeitende Industrie ansiedle. Darüber hinaus eigne sich die Bezeichnung „DAKOTA“ als Angabe über die geographische Herkunft jeglicher Waren, die aus den Staaten Nord- oder Süd-Dakota stammten.

Der Antragsteller hat beantragt,

die Löschung der Marke 398 10 789 anzuordnen.

Die Antragsgegner haben dem ihnen am 7. März 2001 zugestellten Löschungsantrag mit Schriftsatz vom 23. März 2001, beim Deutschen Patent- und Markenamt eingegangen am 26. März 2001, widersprochen und beantragt,

den Löschungsantrag zurückzuweisen.

Nach ihrer Ansicht stellt der Begriff „Dakota“ schon keine geographische Angabe dar, sondern bezeichnet eine Gruppe der Sioux-Indianer. Geographische Angaben seien nur die Bezeichnungen „Nord-Dakota“ und „Süd-Dakota“, nicht aber „Dakota“ in Alleinstellung. Davon abgesehen unterliege die Marke „DAKOTA“ auch keinem Freihaltebedürfnis. Die vom Antragsteller herangezogene Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs, insbesondere dessen „Chiemsee“-Urteil vom 4. Mai 1999, sei auf den vorliegenden Fall nicht anwendbar, da die angegriffene Marke bereits vor dem Erlaß dieses Urteils eingetragen worden sei. Es sei im Sinne dieses Urteils auch nicht vernünftigerweise zu erwarten, daß die Bezeichnung „Dakota“ als geographische Angabe mit den beanspruchten Waren in Verbindung gebracht werde. Im übrigen seien sowohl vom Deutschen Patent- und Markenamt als auch vom Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt zahlreiche vergleichbare Marken eingetragen worden.

Mit Beschluß vom 31. Januar 2002 hat die Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamts die Löschung der angegriffenen Marke 398 10 789 angeordnet. Zur Begründung hat sie ausgeführt, daß der Begriff „Dakota“ zwar zum einen einen Indianerstamm bezeichne. Daneben handle es sich aber auch um eine geographische Bezeichnung für ein Gebiet, das im wesentlichen die US-amerikanischen Staaten „Nord-Dakota“ und „Süd-Dakota“ umfasse. Der Verkehr werde daher davon ausgehen, daß die von der angegriffenen Marke erfaßten Waren entweder in Dakota hergestellt oder aus Rohmaterialien (z.B. Leder) gefertigt worden seien, die aus Dakota stammten. Einen beschreibenden Sinngehalt weise die angegriffene Marke aber auch insoweit auf, als eine Herstellung der Waren nach Art der Dakota-Indianer in Betracht komme. So liege es bei den Waren „Lederreini-

gungs- und -pflegemittel, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, Reise- und Handkoffer, Sattlerwaren“. Darüber hinaus sei Dakota auch als Freizeit- und Erholungsgebiet bekannt. Unter diesem Gesichtspunkt eigne sich die angegriffene Marke als beschreibende Angabe für „Brillen und Teile von Brillen, insbesondere Sportbrillen und Sonnenbrillen, Sportlerunfallschutzbekleidung, insbesondere Körperschutzpolster; Bekleidungsstücke, insbesondere Sport- und Freizeitbekleidung, einschließlich Gürtel; Schuhwaren, Kopfbedeckungen; Gymnastik- und Sportartikel“.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Antragsgegner. Sie vertiefen ihr Vorbringen vor dem Deutschen Patent- und Markenamt und machen darüber hinaus geltend, daß sich die angegriffene Marke bereits zum Zeitpunkt der Eintragung, jedenfalls aber in der Folgezeit als betrieblicher Herkunftshinweis für die Waren

„Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen; Parfümerien, Brillen und Teile von Brillen; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus“

zugunsten der Antragsgegner im Verkehr durchgesetzt habe. Zur Stützung dieses Vorbringens haben sie zwei eidesstattliche Versicherungen vom 16. November 2002 sowie umfangreiches Prospekt- und Videomaterial zu den Akten gereicht. Darüber hinaus haben sie die Beibringung eines demoskopischen Gutachtens angeboten.

Die Antragsgegner beantragen,

den angefochtenen Beschluß der Markenabteilung aufzuheben und den Löschungsantrag zurückzuweisen.

Hilfsweise regen sie an, die Rechtsbeschwerde zuzulassen.

Der Antragsteller beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er verteidigt den angefochtenen Beschluß. Die behauptete Verkehrsdurchsetzung der angegriffenen Marke hat er bestritten.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst hierzu eingereichten Anlagen Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Antragsgegner ist zulässig, bleibt aber in der Sache ohne Erfolg. Die Markenabteilung hat im Ergebnis zu Recht angenommen, daß die angegriffene Marke für die von ihr erfaßten Waren eine Freihaltebedürftige geographische Angabe darstellt, die nicht in das Register hätte eingetragen werden dürfen (§ 50 Abs. 1 Nr. 3 i.V.m. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG). Auch eine (teilweise) Verkehrsdurchsetzung der angegriffenen Marke kann nicht festgestellt werden.

1. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind von der Eintragung u.a. solche Marken ausgeschlossen (und daher nach § 50 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG gegebenenfalls zu löschen), die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der geographischen Herkunft der von der Marke erfaßten Waren (oder Dienstleistungen) dienen können.

Die Markenabteilung ist zutreffend davon ausgegangen, daß es sich bei der Bezeichnung „DAKOTA“ - auch - um eine geographische Angabe im Sinne dieser Vorschrift handelt. Der Begriff „Dakota“ hat mehrere Bedeutungen. Zum einen bezeichnet er einen zu den Sioux gehörenden Indianerstamm. Daneben benennt er ein historisches Verwaltungsterritorium der Vereinigten Staaten,

das jedoch schon im 19. Jahrhundert aufgelöst wurde und heute im wesentlichen von den Staaten Nord-Dakota und Süd-Dakota eingenommen wird (vgl. zum Vorstehenden Brockhaus, Enzyklopädie, 20. Aufl., Bd. 5, S. 58, Stichworte „Dakota“ und „Dakota Territory“; Encyclopaedia Britannica, 15. Aufl., Vol. 3, S. 853, Stichwort „Dakota“). Daraus kann jedoch nicht geschlossen werden, daß es sich nur bei den vollständigen Bezeichnungen dieser beiden Staaten um geographische Angaben im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG handelt, nicht aber bei „Dakota“ in Alleinstellung. Wie sich nämlich aus dem Eintrag „dakota“ in Webster´s Third New International Dictionary, S. 571, ergibt - Kopien sind den Antragsgegnern mit der Terminladung übersandt worden -, bedeutet dieser Begriff - über die schon genannten Inhalte hinaus - auch „of or from the state of No[rth] Dakota or the state of So[uth] Dakota“ bzw. „of the kind or style prevalent in No[rth] Dakota or So[uth] Dakota“. Demzufolge handelt es sich bei „Dakota“ (auch) um einen nach wie vor gebräuchlichen geographischen Begriff, der sich sowohl auf Nord- wie auf Süd-Dakota oder auf das Gebiet beider Staaten beziehen kann. Dasselbe Verständnis ergibt sich aus dem vom Antragsteller vorgelegten Eintrag im Rechtschreibungs-DUDEN, wo „Dakota“ – außer als Bezeichnung für einen Indianerstamm – mit dem Hinweis erläutert wird: „(Staaten in den USA [Nord- und Süddakota])“. Bei dieser Sachlage kann nicht angenommen werden, daß es sich bei „Dakota“ um eine Bezeichnung handelt, die nur zusammen mit weiteren Angaben (wie „Nord-“ oder „Süd-“) eine geographische Angabe darstellt (vgl. hierzu BPatG Mitt. 1991, 98, 99 „SANTIAGO“; Ströbele/Hacker, Marken-gesetz, 7. Aufl., § 8 Rn. 321 a.E.). Vielmehr stellt „Dakota“ auch in Alleinstellung eine geographische Angabe im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar.

2. Es ist seit langem anerkannt, daß nicht jede geographische Angabe einem Eintragungsverbot unterliegt. Für das frühere Recht (§ 4 Abs. 2 Nr. 1 WZG) hatte der Bundesgerichtshof ausgesprochen, daß das Schutzhindernis für geographische Angaben nur eingreift, wenn entweder ein aktuelles Freihaltebedürfnis besteht oder wenn – für die Zukunft - mit einem ernsthaften Freihal-

tebedürfnis zu rechnen ist (BGH GRUR 1983, 768, 769 „Capri-Sonne“). Da in vielen Fällen entsprechende Feststellungen nicht getroffen werden konnten, sind eine große Zahl geographischer Bezeichnungen als Marken in das Register eingetragen worden. Diese Praxis ist jedoch mit dem seit 1. Januar 1995 geltenden Recht (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG), das insoweit auf die zwingende Vorgabe des Art. 3 Abs. 1 Buchst. c Markenrechts-Richtlinie zurückgeht, nicht zu vereinbaren. Der Europäische Gerichtshof hat hierzu ausdrücklich festgestellt, daß die genannte Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs nicht mit der Markenrechts-Richtlinie in Einklang steht (EuGH GRUR 1999, 723, 726 [Nr. 35] „Chiemsee“). Es kommt vielmehr darauf an, ob die betreffende Angabe einen Ort bezeichnet, der von den beteiligten Verkehrskreisen mit den von der Marke erfaßten Waren (oder Dienstleistungen) gegenwärtig in Verbindung gebracht wird oder ob dies vernünftigerweise für die Zukunft zu erwarten ist (EuGH, aaO [Nr. 31] „Chiemsee“). Letzteres kann nur dann verneint werden, wenn entweder die betreffende Angabe dem Verkehr nicht als Bezeichnung eines geographischen Ortes bekannt ist oder wenn es aus sonstigen Gründen wenig wahrscheinlich ist, daß der Verkehr annehmen könnte, daß die betreffenden Waren aus dem bezeichneten Ort oder Gebiet stammen (vgl. EuGH, aaO [Nr. 33] „Chiemsee“). Nach diesen Grundsätzen ist davon auszugehen, daß die Marke „DAKOTA“ für die von ihr erfaßten Waren von Hause aus schutzunfähig ist.

Dem steht zunächst nicht entgegen, daß das insoweit maßgebende „Chiemsee“-Urteil des Europäischen Gerichtshofs erst am 4. Mai 1999, also erst nach der Eintragung der angegriffenen Marke, ergangen ist. Denn der Europäische Gerichtshof hat mit diesem Urteil lediglich klargestellt, wie die Vorschrift des Art. 3 Abs. 1 Buchst. c Markenrechts-Richtlinie (und die darauf beruhende Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) auszulegen ist und richtigerweise seit dem 1. Januar 1995 hätte angewendet werden müssen (vgl. Schwarze/Schwarze, EU-Kommentar, Art. 234 Rn. 67 m.w.N.). Auf die frühere Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs könnten sich die Antragsgegner allenfalls

berufen, wenn die angegriffene Marke schon vor dem 1. Januar 1995 eingetragen worden wäre (vgl. § 162 Abs. 2 Satz 2 MarkenG). Dies ist nicht der Fall.

Des weiteren ist davon auszugehen, daß den angesprochenen allgemeinen Verkehrskreisen die Bezeichnung „Dakota“ als geographische Angabe bekannt ist. Der Begriff „Dakota“ bezeichnet ein riesiges Gebiet der USA. Er hat darüber hinaus auch in seiner geographischen Bedeutung Eingang in den „Rechtschreibungs-DUDEN“ gefunden, der – wie der Antragsteller zu Recht ausführt – den gebräuchlichen Gegenwartswortschatz widerspiegelt. Bei dieser Sachlage muß angenommen werden, daß der durchschnittlich informierte Verbraucher, auf den abzustellen ist (vgl. Ströbele/Hacker, aaO, § 8 Rn. 83 m.w.N.), den Begriff „Dakota“ (auch) in seiner geographischen Bedeutung kennt.

Allerdings läßt sich nicht feststellen, daß der Verkehr die Bezeichnung „Dakota“ als geographische Angabe bereits gegenwärtig mit den von der angegriffenen Marke erfaßten Waren in Verbindung bringt. So liegen keine konkreten Anhaltspunkte vor, daß Waren dieser Art in nennenswertem Umfang in Dakota hergestellt oder unter Verwendung von aus Dakota stammenden Rohmaterialien gefertigt werden, und dies dem inländischen Verkehr – etwa aufgrund entsprechender Warenimporte – auch bekannt ist (vgl. hierzu auch EuG GRUR Int. 2003, 1020, 1021 [Nr. 38] „OLDENBURGER“).

Jedoch ist eine solche Entwicklung „vernünftigerweise zu erwarten“. Wann eine Entwicklung in diesem Sinne „vernünftigerweise zu erwarten“ ist, kann nicht im Rückgriff auf die zitierte frühere Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs beurteilt werden. Auszugehen ist vielmehr davon, daß eine Bezeichnung, die tatsächlich eine geographische Angabe darstellt und dem Verkehr auch als solche bekannt ist, grundsätzlich im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dazu dienen kann, die geographische Herkunft von Waren (oder

Dienstleistungen) zu benennen. Anderes kann nur dann gelten, wenn es aus besonderen Gründen wenig wahrscheinlich ist, daß die beteiligten Verkehrskreise die Angabe als Bezeichnung für die geographische Herkunft der betreffenden Waren (oder Dienstleistungen) auffassen (vgl. EuGH, aaO [Nr. 33] „Chiemsee“). Während also früher besondere Feststellungen erforderlich waren, um von einer künftigen Verwendung der Bezeichnung als geographische Angabe ausgehen zu können, bedarf es nunmehr umgekehrt besonderer Anhaltspunkte dafür, warum eine geographische Angabe im Einzelfall doch nicht geeignet ist, im Verkehr als geographische Angabe zu dienen (vgl. BPatG GRUR 2000, 149, 150 „WALLIS“). Insbesondere hängt die Annahme eines Schutzhindernisses nicht von dem Nachweis ab, daß die betreffenden Waren an dem bezeichneten Ort bereits produziert werden oder ein anderweitiger Bezug zwischen der Ortsbezeichnung und den Waren feststellbar ist. Es genügt, daß ein solcher Bezug jedenfalls möglich scheint (vgl. BGH GRUR 2003, 882, 883 „Lichtenstein“). Insoweit reduziert sich die Eintragungsfähigkeit geographischer Angaben auf Ausnahmefälle (vgl. HABM [Nichtigkeitsabteilung] Mitt. 1999, 29, 30 [Nr. 7] „CHIEMSEE“).

Im vorliegenden Fall bezeichnet die angegriffene Marke ein Gebiet, das derzeit vor allem landwirtschaftlich, u.a. durch Rinderzucht, geprägt ist. Die Produktion von Leder und Lederwaren erscheint insoweit besonders naheliegend. Aber auch für die übrigen Waren der angegriffenen Marke kann eine Verwendung von „DAKOTA“ als geographische Herkunftsangabe nicht vernünftigerweise ausgeschlossen werden. Dakota umfaßt mit den Staaten Nord- und Süd-Dakota ein sehr großes Territorium. Es herrschen normale (land-)klimatische Bedingungen und das Gebiet ist ein Teil der führenden Industrienation. Bei dieser Sachlage läßt sich kein Anhaltspunkt ersehen, der einer Eignung der Bezeichnung „DAKOTA“, als geographische Herkunftsangabe für die von der angegriffenen Marke erfaßten Waren zu dienen, entgegensteht (vgl. zu Länderbezeichnungen Ströbele/Hacker, aaO, § 8 Rn. 319).

Nach alledem unterliegt die angegriffene Marke dem Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Die von den Antragsgegnern angeführten Voreintragungen rechtfertigen keine andere Sichtweise. Der Registerstand ist für die Beurteilung der absoluten Schutzfähigkeit einer Marke unbeachtlich (BGH Bl. f. PMZ 1998, 248, 249 „Today“). Darüber hinaus wurden diese Voreintragungen überwiegend vor der „Chiemsee“-Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs vorgenommen und geben im übrigen nur die – möglicherweise nicht mehr zutreffende – Auffassung der mit diesen Markenmeldungen befaßten Prüfer wieder.

3. Die Antragsgegner gehen im Ansatz zutreffend davon aus, daß der Löschungsantrag gleichwohl zurückzuweisen wäre, wenn sich die angegriffene Marke entweder schon im Zeitpunkt ihrer Eintragung oder aber nachträglich, d.h. bis zum Schluß der mündlichen Verhandlung im Löschungs-Beschwerdeverfahren als betrieblicher Herkunftshinweis zugunsten der Markeninhaber im Verkehr durchgesetzt hätte (§ 8 Abs. 3, § 50 Abs. 2 Satz 1 MarkenG; Ströbele/Hacker, aaO, § 50 Rn. 45). Die nur für einen Teil der von der angegriffenen Marke erfaßten Waren, nämlich für „Bekleidungsstücke; Schuhwaren; Kopfbedeckungen; Parfümerien, Brillen und Teile von Brillen; Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus“ behauptete Verkehrsdurchsetzung kann jedoch nicht festgestellt werden.

Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs ist die Frage, ob eine Marke das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG durch Verkehrsdurchsetzung überwunden hat (§ 8 Abs. 3 MarkenG; Art. 3 Abs. 3 Satz 1 Markenrechts-Richtlinie), unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalles zu beurteilen. Maßgeblich sind insoweit der von der Marke gehaltene Marktanteil, die Intensität, die geographische Verbreitung und die Dauer der Benutzung der Marke, der Teil der beteiligten Verkehrskreise, der die Ware(n) aufgrund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennt sowie Erklärungen von Industrie- und Handelskammern oder von ande-

ren Berufsverbänden (EuGH GRUR 1999, 723, 727 [Nr. 51] „Chiemsee“). Ergänzend kommt eine Verbraucherbefragung in Betracht, sofern die Beurteilung der Verkehrsdurchsetzung im Einzelfall besondere Schwierigkeiten bereitet (EuGH aaO [Nr. 53] „Chiemsee“). Nach allgemeinen verfahrensrechtlichen Grundsätzen ist darüber hinaus davon auszugehen, daß amtliche Ermittlungen zur Frage der Verkehrsdurchsetzung erst dann veranlaßt sind, wenn der Markeninhaber hinreichend dargetan hat, daß eine Verkehrsdurchsetzung ernstlich in Betracht kommt (vgl. hierzu Ströbele/Hacker, aaO, § 59 Rn. 13 und § 8 Rn. 520).

Das von den Antragsgegnern eingereichte umfangreiche Prospekt- und Videomaterial zeigt die Verwendung verschiedener „DAKOTA“-Marken im wesentlichen für Lederbekleidung, ist aber ansonsten, was die Frage der Verkehrsdurchsetzung angeht, wenig aussagekräftig. Darüber hinaus haben die Antragsgegner mit ihren eidesstattlichen Versicherungen lediglich dargelegt, daß sie zwischen 1990 und 1998 unter der Marke „DAKOTA“ zunächst im Bereich der Lederbekleidung, später als Mode-Vollsortimenter Umsätze von über ... DM erzielt hätten, wobei die Werbeaufwendungen ... DM betragen hätten. Diesen Angaben kann schon nicht entnommen werden, mit welchen Waren im einzelnen welche Umsätze erzielt wurden. Auch die Umsatzentwicklung ist nicht ersichtlich. Im übrigen sind die angegebenen Umsätze von durchschnittlich gut ... DM pro Jahr und die Werbeaufwendungen in Höhe von jährlich rund ... DM, jeweils bezogen auf ein offenbar größeres Warensortiment, das sich an breite Verkehrskreise richtet, nicht geeignet, eine Verkehrsdurchsetzung der angegriffenen Marke nahezulegen.

Auch zum Marktanteil der angegriffenen Marke haben die Antragsgegner keine Angaben gemacht. Aufgrund der genannten Umsatzzahlen dürfte dieser aber eine im Gesamtmarkt kaum wesentliche Größenordnung haben. Zur geographischen Verbreitung der Marke fehlt ebenfalls jeder Vortrag, so daß sich

auch insoweit kein Anhaltspunkt für eine mögliche Verkehrsdurchsetzung, die bundesweit vorliegen müßte (vgl. Ströbele/Hacker, aaO, § 8 Rn. 509), ergibt.

Bei dieser Sachlage ist die von den Antragsgegnern behauptete Verkehrsdurchsetzung für die genannten Waren nicht einmal im Ansatz erkennbar. Insoweit bestand von Seiten des Senats keine Veranlassung, die Antragsgegner zur ergänzenden Beibringung des angebotenen demoskopischen Gutachtens aufzufordern. Dessen unbeschadet wäre es den Antragsgegnern selbstverständlich unbenommen gewesen, ein solches Gutachten vorzulegen.

4. Es bestand kein Anlaß, einem der Verfahrensbeteiligten die Kosten des Beschwerdeverfahrens aufzuerlegen (§ 71 Abs. 1 MarkenG).
5. Der Anregung, die Rechtsbeschwerde zuzulassen, war nicht zu folgen, da die gesetzlichen Voraussetzungen hierfür nicht gegeben sind (§ 83 Abs. 2 MarkenG). Die vorliegende Entscheidung beruht ausschließlich auf Rechtsgrundsätzen, die durch die Rechtsprechung sowohl des Europäischen Gerichtshofs als auch des Bundesgerichtshofs geklärt sind.

Ströbele

Kirschneck

Hacker

Ko