



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 522/13

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
13. November 2014

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2012 008 153.3**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 13. November 2014 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker und der Richterinnen Winter und Uhlmann

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 45 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. Januar 2013 wird aufgehoben.

## Gründe

### I.

Das Zeichen **bloom in may** ist am 9. Oktober 2012 zur Eintragung als Marke in das vom Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register angemeldet worden. Nach teilweiser Zurückweisung der Anmeldung sind Gegenstand des Beschwerdeverfahrens nach einer im Beschwerdeverfahren vorgenommenen teilweisen Zurücknahme der Anmeldung noch folgende Waren und Dienstleistungen:

„Klasse 16:

Architekturmodelle; Gravierungen; Atlanten; Bierdeckel; Eintrittskarten; Zeichenblöcke; Blöcke [Papier- und Schreibwaren]; Stempel; Schreibhefte; Pauspapier; Pausleinwand; Notizbücher; Karten; Gesangbücher; Tuschen; Modellierwachs, nicht für zahnärztliche Zwecke; Toilettenpapier; Einbände [Papier- und Schreibwaren]; Marmorierkämmen; Diagramme; Radierartikel; Schreibmaterialien; Schilder [Papiersiegel]; Radierschablonen; Radiergummis; Tinten; Zeichenetuis; Registrierbücher; Figuren [Statuetten] aus Papiermaché; Büroartikel [ausgenommen Möbel]; Zeichenkohle; Schablonen [Papier- und Schreibwaren]; geografische Karten; Globen [Erdkugeln]; Farbennäpfe; Drucktücher, nicht aus textilem Material; Handbücher; Briefbeschwerer; Tischwäsche aus Papier; Booklets; Leuchtpapier; Papiermaché; Markierkreide; Modelliermaterial aus Kunststoff; Modelliermaterial; Modelliermasse; Drucktücher für Vielfältigungsgeräte; Tischtücher aus Papier; Siegeloblaten; Malerpaletten; Pantografen [Zeichengeräte]; Papier- und Schreibwaren; Pergamentpapier; Pastellstifte; Schnittmuster für die Schneiderei; Schnittmus-

ter zur Herstellung von Bekleidungsstücken; Malerleinwand; Farbkästen [Schülerbedarf]; Folien aus Kunststoff für Verpackungszwecke; Fotogra-vuren; Portraits; Papiermanschetten für Blumentöpfe; Radiogrammpa-pier; Papierbänder [Papierstreifen]; Schülerbedarf [Papier- und Schreib-waren]; Lesezeichen; Untersetzer aus Papier; Schreibunterlagen; Trans-parente [Papier- und Schreibwaren]; Klebebänder für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Klebstreifen für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Almanache; Selbstklebebän-der für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Lätzchen aus Papier; Holzpapier; Schachteln aus Pappe oder aus Papier; Fla-schenhüllen aus Pappe oder Papier; Karaffenuntersetzer aus Papier; Anzeigekarten [Papeteriewaren]; Fahnen, Wimpel [aus Papier]; Behäl-ter, Kästen für Papier- und Schreibwaren; Papierservietten; Platzdeck-chen [Sets] aus Papier; Schreibmappen [Schreibnecessaires]; Schreib-garnituren; Schreibnecessaires [Schreibgarnituren]; Schriftvorlagen; Fla-schenverpackungen aus Pappe oder Papier; Papierhandtücher; Papier-gesichtstücher; Etiketten, nicht aus Textilstoffen; Kaffeefilter aus Papier; Schilder aus Papier und Pappe; Comic-Hefte; Scheckhefthüllen; Musik-glückwunschkarten; Wachspapier; Schrankpapier [parfumiert oder nicht]; Xuan-Papier [für chinesische Malerei und Kalligrafie]; Klemmtafeln [Bü-roartikel]; Papierschleifen; Formen für Modellierton [Künstlerbedarf]; Do-kumentenhüllen; Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, so weit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Schreibwaren; Künst-lerbedarfsartikel; Pinsel;

Klasse 26:

Kleiderschließen; Straußenfedern [Kleidungszubehör]; Haarbänder; Haarklemmen; Hutverzierungen, nicht aus Edelmetall; Kleiderbor-ten, -bordüren; Besatzlitzen; Knöpfe; Druckknöpfe; Armbinden; Laufgur-te für Kinder; Hosenträgerklammern; Broschen [Kleidungszubehör]; Gür-telschließen; Schuhhaken; Schnürsenkel; Schuhverzierungen, nicht aus Edelmetall; Schuhösen; Chenille [Posamenten]; Haarschmuck; Haar-spangen; Haarnadeln; Haarnetze; Perücken [Haarteile]; Haarzöpfe; Kra-genstäbchen; Bänder und Kordeln für Kleider; Schließhaken für Mieder; Fingerhüte; Reißverschlüsse; Stecknadelkissen; Nahtband; Festonstic-kerien; künstliche Früchte; Tressen, Soutachen, Litzen, Borten [Besatz-

waren]; Troddeln [Posamenten]; Besatzwaren [Posamenten]; Girlanden [künstlich]; Jabots [Spitzen]; Wollschnüre; Posamenten [Besatzwaren]; Kurzwaren [ausgenommen Garne]; Glimmerpailletten; Kleiderösen; Vogelfedern [Kleidungszubehör]; Flitter [Posamenten]; Bänder [Posamenten]; Pailletten für Kleider; Perücken; Picotspitzen; Flicker zum Aufbügeln für Textilien; Federn [Kleideraccessoires]; Quasten [Pompons]; Kleidervolants; Rosetten [Posamenten]; Kleiderrüschen; Reißverschlüsse für Taschen; Schuhschnallen; Toupets [Haarteile]; Silberstickereien; Goldstickereien; Bänder [elastisch]; Saumlitzen; Schnallen [Kleidungszubehör]; Schließhaken für Korsette; Stecknadeln [ausgenommen Schmuckwaren]; Abzeichen, nicht aus Edelmetall; Dekor-Flecke zum Aufbügeln für Textilien [Kurzwaren]; Startnummern für Wettbewerbe; Anstecker [Buttons]; Haarreifen; Klettbänder (Kurzwaren); Preisbänder; Hosenschnallen für Fahrradfahrer; Faltenbildende Bänder für Vorhänge; Perlen, künstliche, ausgenommen zur Fertigung von Schmuck; Haarverlängerungen; menschliches Haar; Lockenwickler, ausgenommen Handgeräte; Spitzen, Bänder und Schnürbänder; Knöpfe, Haken und Ösen,

Klasse 39:

Wasserversorgung [Transport]; Lufttransporte; Vermietung von Kraftfahrzeugen; Transport mit Kraftfahrzeugen; Beförderung von Personen mit Bussen [Autobusse, Omnibusse]; Beförderung von Personen mit Vergnügungsdampfern; Vermietung von Booten; Transport mit Lastkraftwagen; Dienstleistungen eines Fuhrunternehmers [Güterbeförderung]; Vermietung von Pferden; Auslieferung von Paketen; Gepäckträgerdienste; Verpacken von Waren; Schiffsmaklerdienste; Veranstaltung von Kreuzfahrten; Entladen von Frachten; Auslieferung von Waren; Einlagerung von Waren; Parkplatzdienste; Lagerung von Waren; Vermietung von Lagern; Transport mit Fährschiffen; Transport mit Binnenschiffen; Verfrachten [Transport von Gütern mit Schiffen]; Befrachtung [Vermittlung von Schiffsladungen]; Vermietung von Kühlschränken; Vermietung von Fahrzeugen; Schifffahrtendienste [Personen- und Güterbeförderung]; Transport mit Schiffen; Beförderung von Passagieren; Lotsendienst; Taxidienste; Personenbeförderung mit Straßenbahnen; Dienstleistungen einer Spedition [Güterbeförderung]; Seetransporte; Transport von Wertgegenständen; Beförderung von Reisenden; Frachtmaklerdienste; Dienstleis-

tungen eines Transportmaklers; Chauffeurdienste; Kurierdienste [Nachrichten oder Waren]; Erteilung von Auskünften über Lagerhaltung; Auskünfte über Transportangelegenheiten; Vermietung von Lagercontainern; Reservierungsdienste [Transportwesen]; Einpacken von Waren; Nachrichtenüberbringung [Botendienst]; Austragen [Verteilen] von Zeitungen; Zustellung (Auslieferung) von Versandhandelsware; Stauarbeiten [Schiffsbeladung]; Frankieren von Postsendungen; Verkehrsinformationsdienste; Vermietung von Gefriergeräten; Transportlogistik; Luftfahrzeugvermietung; Transport mit Lastkähnen; Reisebusvermietung; Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren;

Klasse 41:

Erziehung auf Akademien; Betrieb von Vergnügungsparks; Unterhaltung; Dienste von Unterhaltungskünstlern; Filmproduktion [in Studios]; Zirkusdarbietungen; Veranstaltung von Wettbewerben [Erziehung und Unterhaltung]; Fernunterricht; Vermietung von Bühnendekoration; Rundfunkunterhaltung; Erziehung und Unterricht; Vermietung von Tonaufnahmen; Vermietung von Kinofilmen [Filmverleih]; Bücherverleih [Leihbücherei]; Betrieb von Varieteetheater; Musikdarbietungen [Orchester]; Theateraufführungen; Produktion von Shows; Fernsehunterhaltung; Vermietung von Theaterdekoration; Dienstleistungen von zoologischen Gärten; Betrieb eines Bücherbus; Betrieb eines Spielcasinos; Betrieb eines Clubs [Unterhaltung oder Unterricht]; Veranstaltung und Leitung von Kolloquien; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen; Organisation und Veranstaltung von Kongressen; Betrieb einer Diskothek; Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung; Durchführung von pädagogischen Prüfungen; Informationen über Unterhaltungsveranstaltungen; Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Glücksspiele; Betrieb von Golfplätzen; Betrieb von Fitnessklubs; Betrieb von Feriencamps [Unterhaltung]; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Filmvorführungen in Kinos; Betrieb von Kindergärten [Erziehung]; Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe; Party-Planung [Unterhaltung]; Demonstrationsunterricht in praktischen Übungen; Betrieb von Museen [Darbietung, Ausstellungen]; Auskünfte über Freizeitaktivitäten; Vermietung von Stadien; Videoverleih [Kassetten]; Videoverleih [Bänder]; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren; Betrieb von Sportcamps;

Organisation und Veranstaltung von Symposien; Betrieb eines Internats; Veranstaltung und Durchführung von Workshops [Ausbildung]; Veranstaltung von Schönheitswettbewerben; Platzreservierungen für Unterhaltungsveranstaltungen; Religiöse Erziehung; Veranstaltung von Lotterien; Veranstaltung von Bällen; Veranstaltung von Unterhaltungsshows [Künstleragenturen]; Betrieb von Spielhallen; Vermietung von Audiogeräten; Montage [Bearbeitung] von Videobändern; Erstellen von Untertiteln; Online angebotene Spieldienstleistungen [von einem Computernetzwerk]; Bereitstellen von Karaokeeinrichtungen; Komponieren von Musik; Betrieb von Nachtclubs; Berufsberatung; Dienstleistungen eines Zeitungsreporters; Anfertigung von Übersetzungen; Dolmetschen der Gebärdensprache; Mikroverfilmung; Eintrittskartenvorverkauf [Unterhaltung]; Organisation und Veranstaltung von Konzerten; Kalligrafiedienste; Layoutgestaltung, außer für Werbezwecke; Organisation von Modenschauen zu Unterhaltungszwecken; Coaching [Ausbildung]; Dienstleistungen von Diskjockeys; Dienstleistungen von Dolmetschern; berufliche Umschulungen; Musikproduktion; Vermietung von Spielzeug; Vermietung von Spielausrüstung; Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten

Klasse 43:

Zimmervermittlung [Hotels, Pensionen]; Catering; Dienstleistungen von Alten- und Seniorenheimen; Verpflegung von Gästen in Cafés; Verpflegung von Gästen in Cafeterias; Betrieb eines Campingplatzes; Verpflegung von Gästen in Kantinen; Vermietung von Gästezimmern; Dienstleistungen von Pensionen; Vermietung von Ferienhäusern; Betrieb von Hotels; Dienstleistungen einer Kinderkrippe; Verpflegung von Gästen in Restaurants; Zimmerreservierung in Pensionen; Zimmerreservierung in Hotels; Verpflegung von Gästen in Selbstbedienungsrestaurants; Verpflegung von Gästen in Schnellimbissrestaurants [Snackbars]; Betrieb einer Bar; Betrieb von Feriencamps [Beherbergung]; Vermietung von transportablen Bauten; Zimmerreservierung; Betrieb von Motels; Vermietung von Stühlen, Tischen, Tischwäsche, Gläsern; Vermietung von Versammlungsräumen; Vermietung von Zelten; Vermietung von Kochgeräten; Vermietung von Trinkwasserspendern; Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen

Klasse 45:

Begleitung von Personen als Gesellschafter; Vermittlung von Bekanntschaften; Vermietung von Kleidung und Kostümen; Vermietung von Bekleidungsstücken; Ehevermittlung; Erstellung von Horoskopen; Organisation von religiösen Veranstaltungen; Haushüten; Hüten von Haustieren; Nachforschungen über Personen; Mediation; Schlichtungsdienstleistungen; Dienstleistungen auf dem Gebiet der nicht-juristischen Streitregelung; Ahnenforschung; Planung und Vorbereitung von Hochzeitsfeiern; von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse“.

Die Markenstelle für Klasse 45 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 30. Januar 2013 wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG teilweise, unter anderem im oben genannten Umfang, zurückgewiesen. Zur Begründung ist mit näheren Einzelheiten ausgeführt: In der Bedeutung „Blüte(zeit) im Mai“ bestehe ein enger beschreibender Bezug zu den zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen, sodass sich die angemeldete Bezeichnung in einer beschreibenden Angabe erschöpfe, nämlich in einer Angabe zu Art und Ausführung der Produkte sowie zu Gegenstand und Thema bzw. zur Zeit der Erbringung der Dienstleistungen.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt. Sie ist mit näheren Ausführungen der Auffassung, dass jedenfalls nach der Teilrücknahme der Anmeldung die Bezeichnung **bloom in may** hinsichtlich der für das Beschwerdeverfahren noch maßgeblichen Waren und Dienstleistungen weder deren Eigenschaften beschreibe noch beschreibende Bezüge dazu bestünden.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 45 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. Januar 2013 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist auf der Grundlage des für das Beschwerdeverfahren noch maßgeblichen Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen begründet. Der zur Eintragung in das Markenregister angemeldeten Wortfolge **bloom in may** stehen insoweit keine Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen.

1. Der angemeldeten Wortfolge kann zunächst nicht jegliche Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG abgesprochen werden. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die dem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. EuGH GRUR 2012, 610, Nr. 42 - Freixenet; GRUR 2008, 608, 611, Nr. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2013, 731, Nr. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 1143, Nr. 7 - Starsat; GRUR 2012, 1044, 1045, Nr. 9 - Neuschwanstein; GRUR 2010, 825, 826, Nr. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2010, 935, Nr. 8 - Die Vision; GRUR 2006, 850, 854, Nr. 18 - FUSSBALL WM 2006). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235, Nr. 45 - Standbeutel; GRUR 2006, 229, 230, Nr. 27 - BioID; GRUR 2008, 608,

611, Nr. 66 - EUROHYPO; BGH GRUR 2008, 710, Nr. 12 - VISAGE; GRUR 2009, 949, Nr. 10 – My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2012, 1143, Nr. 7 - Starsat; GRUR 2012, 1044, 1045, Nr. 9 - Neuschwanstein; GRUR 2012, 270, Nr. 8 – Link economy).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren und 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 bzw. -abnehmers der fraglichen Produkte abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 412, Nr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944, Nr. 24 - SAT.2; BGH GRUR 2010, 935, Nr. 8 - Die Vision; GRUR 2010, 825, 826, Nr. 13 - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, 854, Nr. 18 - FUSSBALL WM 2006).

Hiervon ausgehend besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens (vgl. BGH GRUR 2013, 1143, Nr. 15 - Aus Akten werden Fakten) lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678, Nr. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2012, 270, 271, Nr. 11 - Link economy; GRUR 2009, 952, 953, Nr. 10 - DeutschlandCard; GRUR 2006, 850, 854, Nr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - antiKALK) 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 (vgl. u. a. BGH GRUR 2006, 850, 854, Nr. 19 - FUSSBALL WM 2006;

GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zeiten - Schlechte Zeiten). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft auch solche Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2010, 1100, Nr. 23 - TOOOR!; GRUR 2006, 850, 855, Nr. 28 f. - FUSSBALL WM 2006).

An die Beurteilung der Unterscheidungskraft von Wortfolgen und Slogans, wie die hier vorliegende Bezeichnung **bloom in may**, sind keine strengeren Maßstäbe anzulegen als bei sonstigen Wortzeichen (EuGH GRUR Int. 2012, 914, Nr. 25 - WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH; GRUR 2010, 228, Nr. 36 - Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027, Nr. 32, 44 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2009, 949, Nr. 12 - My World; BGH GRUR 2009, 778, Nr. 12 - Willkommen im Leben). Es wäre daher unzulässig, besondere Kriterien aufzustellen, die das Kriterium der Unterscheidungskraft ersetzen oder von ihm abweichen (EuGH GRUR 2010, 228, Nr. 38 - Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027, Nr. 35, 36 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT), etwa dergestalt, dass die Wortfolge phantasievoll sein und ein begriffliches Spannungsfeld, das einen Überraschungs- und damit Merkeffekt zur Folge habe, aufweisen müsse (EuGH GRUR 2010, 228, Nr. 39 - Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027, Nr. 31, 32 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft). Auch wenn Wortfolgen keinen strengeren Schutzvoraussetzungen unterliegen, ist jedoch zu berücksichtigen, dass solche Wortmarken vom Verkehr nicht notwendig in gleicher Weise wahrgenommen werden wie andere Markenkategorien. Nicht unterscheidungskräftig sind demzufolge spruchartige Wortfolgen, die lediglich in sprach- oder werbeüblicher Weise eine beschreibende Aussage über die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen enthalten oder sich in Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art erschöpfen (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, Nr. 35 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2001, 1047, 1049 - LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; BGH GRUR 2001, 735, 736 - Test it.).

2. Nach diesen Grundsätzen verfügt die Wortfolge **bloom in may** auf der Grundlage des für das Beschwerdeverfahren noch maßgeblichen Teils des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen über die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Zutreffend ist die Markenstelle allerdings davon ausgegangen, dass dem aus Wörtern des Grundwortschatzes der englischen Sprache gebildeten Zeichen aus Sicht der angesprochenen Verkehrskreise der Aussagegehalt „Blüte im Mai“ beigemessen werden kann und dass enge beschreibende Bezüge zu solchen Waren und Dienstleistungen hergestellt werden können, die im Zusammenhang mit der „Blütezeit im Mai“ stehen, angeboten und genutzt werden können, wie z. B. Druckereierzeugnisse, bildliche Darstellungen aller Art oder auch Reisedienstleistungen und –angebote.

In Verbindung mit den hier noch maßgeblichen Waren und Dienstleistungen beschreibt die Bezeichnung mit der genannten Bedeutung „Blüte im Mai“ indessen keine Merkmale. Es ist nicht ersichtlich, dass diese Waren und Dienstleistungen in naheliegender und im Vordergrund stehender Weise in einen näheren Zusammenhang mit einer „Blütezeit im Mai“ gebracht werden könnten.

Die angemeldete Marke ist damit geeignet, von den angesprochenen Verkehrskreisen als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden; **bloom in may** fehlt damit nicht die erforderliche Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

3. An der angemeldeten Marke besteht in Bezug auf diese Waren und Dienstleistungen auch kein Freihaltebedürfnis i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG; denn es ist aus den oben genannten Gründen nicht ersichtlich, dass sie als konkrete Angabe über Eigenschaften der unter dieser Marke angebotenen Waren und Dienstleistungen dienen könnte; es fehlt damit an einem Allgemeininteresse an der freien Verwendung.

4. Die Beschwerde hat daher Erfolg. Allerdings wird die Markenstelle im weiteren Verfahren das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen im Hinblick auf die zahlreichen Doppelbenennungen zu klären haben.

Hacker

Winter

Uhlmann

Pü