



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 63/04

(Aktenzeichen)

Verkündet am
13. Februar 2008

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 303 17 182.0

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 13. Februar 2008 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker, der Richterin Dr. Mittenberger-Huber und des Richters Dr. Kortbein

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 1. April 2003 die farbige Bildmarke



für folgende Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

„16 Druckereierzeugnisse

38 Telekommunikation,

Internet-Dienste, nämlich Bereitstellung und Übermittlung von Informationen und Nachrichten aller Art in Bild und Ton; Dienstleistungen eines Internet-Anbieters, nämlich Sammeln, Bereitstellen und Übermittlung von Informationen, Texten, Zeichnungen und Bildern über Waren und Dienstleistungen; Übertragung von Nachrichten und Bildern über das Internet; e-mail-Datendienste; Bereitstellung einer Hotline; Dienstleistung eines Call-Centers, nämlich Vermittlung, Bearbeitung und Weiterleitung von Waren- oder Dienstleistungsbe-

stellungen und Servicebetreuung über Hotlines; Bereitstellung eines elektronischen Marktplatzes, Kommunikationsplattform auf Computernetzwerken im Internet; Einstellung von Daten in digitale Netze; Einstellen von WEB-Seiten in das Internet; Internetbezogene Dienstleistungen, nämlich Bereitstellung eines Zuganges zu Texten, Graphiken, audiovisuellen und Multimedia-Informationen, Dokumenten, Datenbanken und Computerprogrammen; Betrieb von Chatlines und Foren; Domainregistrierung; Bereitstellung von Informationsangeboten zum Abruf aus dem Internet.

- 41 Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Planung und Durchführung von kulturellen Veranstaltungen“.

Durch Formalbeschluss vom 3. Dezember 2003, abgesandt am 5. Dezember 2003, hat die Markenstelle für Klasse 16 unter Bezugnahme auf den Beanstandungsbescheid vom 21. Mai 2003 die Anmeldung gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG zurückgewiesen. Die Frist zur Stellungnahme auf den Beanstandungsbescheid lief am 19. November 2003 ab. Am 3. Dezember 2003 ging die Erwiderung der Anmelderin auf den Beanstandungsbescheid ein. Daraufhin hat die Markenstelle mit Beschluss vom 8. Dezember 2003 den Beschluss vom 3. Dezember 2003 für wirkungslos erklärt, da in letztgenanntem die Erwiderung der Anmelderin nicht berücksichtigt worden sei. Mit Beschluss vom 18. Dezember 2003 ist die Markenmeldung erneut zurückgewiesen worden. Darin wird ausgeführt, dass dem gegenständlichen Zeichen die notwendige Unterscheidungskraft fehle. Es handele sich um eine sprachübliche Kombination geläufiger Begriffe. In ihrer Gesamtheit brächten sie zum Ausdruck, dass die angemeldeten Waren und Dienstleistungen zu guter Laune verhelfen würden. Die Anmeldemarke vermittele damit nur eine unmittelbare und naheliegende Sachaussage über deren Inhalt, Thematik oder Motto. Zwar könnten auch Werktitel als Marke eingetragen werden, doch stelle das gegenständliche Zeichen keinen Herkunftshinweis dar. Daran ändere auch der Umstand nichts, dass die Wortkombination „Gute Laune“ verschiedenste Facetten aufweise. Schließlich würden sich auch nicht die Schrift-

art und die Farbgestaltung vom Üblichen abheben. Dies sei jedoch gerade bei konkret beschreibenden Angaben umso eher erforderlich. Die von der Anmelderin geltend gemachten Voreintragungen könnten mangels Bindungswirkung ebenfalls nicht die Schutzfähigkeit begründen.

Dagegen hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt, mit der sie sinngemäß beantragt,

den Beschluss vom 18. Dezember 2003 aufzuheben und die Schutzfähigkeit der Anmeldemarke festzustellen oder die Sache wegen Bestehens eines schwerwiegenden Mangels an das Deutsche Patent- und Markenamt zurückzuverweisen.

Sie begründet ihr Rechtsmittel damit, dass Schrift und Gestaltung des gegenständlichen Zeichens in einem aufwändigen graphischen Verfahren entwickelt worden seien. Die Wortfolge „Gute Laune“ beruhe auf dem sehr selten verwendeten Schrifttyp „Caflisch Script Bold“. Insbesondere seien die Großbuchstaben „G“ und „L“ komplett neu gebildet, die Dellen bei den Buchstaben „u“ bzw. „e“ entfernt und die Lücken zwischen einzelnen Buchstaben beseitigt worden. Des Weiteren sei die Schriftfarbe nicht mehr „Schwarz“, sondern „Rot“. Auch weise das Fußende der Schrift nunmehr die Akzentfarbe „Gelb“ auf. Außerdem sei der Schriftzug um 5,5° gekippt worden. Demzufolge hebe sich die graphische Darstellung von anderen Wiedergaben ab. Darüber hinaus seien bereits andere Zeichen mit dem Bestandteil „Gute Laune“ eingetragen worden. Zudem stelle die Anmeldemarke einen schutzfähigen Werktitel gemäß § 5 Abs. 3 MarkenG dar, der gleichzeitig als Marke für verschiedenste Produkte eingetragen werden könne. Schließlich sei zu berücksichtigen, dass der angegriffene Beschluss keine nachprüfbare Begründung enthalte, inwieweit dem angemeldeten Zeichen konkret in Bezug auf die einzelnen Waren und Dienstleistungen die Unterscheidungskraft fehle. Hierüber könne erst nach Klärung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses entschieden werden. Insofern liege ein Begründungsmangel vor, der eine Zurückverweisung der Sache

an das Deutsche Patent- und Markenamt gemäß § 70 Abs. 3 Nr. 2 MarkenG rechtfertige.

Der Beschwerdeführerin konnten die vom Senat ermittelten Belege in der mündlichen Verhandlung nicht übergeben werden, da sie zum Termin nicht erschienen ist. Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 13. Februar 2008 und den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

A. Die Beschwerde ist zulässig.

Es kann dahingestellt bleiben, ob der Beschluss vom 3. Dezember 2003 auf Grund Verletzung des rechtlichen Gehörs oder infolge der Aufhebung durch den Beschluss vom 8. Dezember 2003 keine Wirkungen mehr entfaltet. Auch kommt es vorliegend nicht darauf an, wie sich das Fehlen der Befugnis der Markenstelle zum Erlass des Beschlusses vom 8. Dezember 2003 auf diesen auswirkt. Nach dem Grundsatz der Meistbegünstigung darf ein Fehler oder eine Unklarheit jedenfalls nicht zu Lasten der Beschwerdeführerin gehen (vgl. hierzu auch Thomas/Putzo, ZPO, 28. Auflage, vor § 511, Rdnrn. 6 ff.). Dementsprechend durfte sie auf den Bestand des Beschlusses vom 8. Dezember 2003 und damit auf die Wirkungslosigkeit des Beschlusses vom 3. Dezember 2003 vertrauen. Der Beschluss vom 8. Dezember 2003 trägt in sich den Rechtsschein der Wirksamkeit (vgl. zum Rechtsschein einer Belastung auch Grabrucker in Fezer, Handbuch der Markenpraxis, Band 1 - Markenverfahrensrecht, 2007, Seite 218, Rdnr. 11). Auch ist zu berücksichtigen, dass der Beschluss vom 8. Dezember 2003 noch innerhalb der Frist zur Einlegung eines Rechtsbehelfs gegen den Beschluss vom 3. Dezember 2003 erlassen worden ist. Demzufolge bestand für die Beschwerdeführerin kein Anlass, letztgenannte Entscheidung mit der Erinnerung oder der Beschwerde anzugreifen.

B. Die Beschwerde ist unbegründet.

I. Dem angemeldeten Zeichen fehlt die notwendige Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinne der genannten Bestimmung ist die einer Marke, gleich welcher Kategorie, innewohnende (konkrete) Eignung, die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428 - Henkel; GRUR 2004, 1027 - DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT). Insbesondere fehlt einer Marke, die Merkmale von Waren oder Dienstleistungen beschreibt, zwangsläufig die Unterscheidungskraft in Bezug auf diese Waren oder Dienstleistungen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674 - Postkantoor).

Die Recherchen des Senats haben ergeben, dass der gegenständlichen Marke auch in ihrer konkreten Ausgestaltung keine herkunftshinweisende Funktion zukommt. Selbst wenn die Belege der Beschwerdeführerin bisher noch nicht zur Kenntnis gegeben worden sind, so kann dennoch die Entscheidung auf sie gestützt werden. Die Beschwerdeführerin wurde mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung darauf hingewiesen, dass auch ohne sie verhandelt und entschieden werden kann. Sie hat daraufhin durch ihren anwaltlichen Vertreter mitgeteilt, dass weder er noch sie selbst wegen einer Terminkollision an der Verhandlung teilnehmen werden. Die Belege sind zum Gegenstand der mündlichen Verhandlung gemacht worden, so dass Gelegenheit zur Stellungnahme bestanden hätte. Durch ihr Ausbleiben hat sich die Beschwerdeführerin der Möglichkeit der Kenntnisnahme und des rechtlichen Gehörs zu den Belegen begeben (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz, 8. Auflage, § 75, Rdnr. 4, und § 83, Rdnr. 42).

1. Der Zeichenbestandteil „Gute Laune“ stellt für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eine im Vordergrund stehende Sachaussage dar. Mit ihm wird

die positive oberflächliche und sprunghafte Gemütsstimmung eines Menschen bezeichnet (vgl. „Wikipedia“ unter „<http://de.wikipedia.org/wiki/Laune>“). Im Verkehr wird die Begriffskombination sehr häufig als Slogan (vgl. „Slogans.de“ unter „<http://www.slogans.de/slogans.php?GInput=Gute+Laune>“) oder als Schlagwort (vgl. „Google-Trefferliste“ unter „<http://google.de/search?hl=de&newwindow=1&q=%22Gute+Laune%22&btnG...>“) eingesetzt. Sie bringt zum Ausdruck, dass die angemeldeten Waren und Dienstleistungen der Herbeiführung bzw. Aufrechterhaltung der guten Laune dienen. Dies wird anhand folgender Beispiele deutlich:

- Druckereierzeugnisse:
„Geplant ist die erste POSITIVE Zeitung der Welt! ... es wird nur das gedruckt, was gute Laune bereitet.“ (vgl. „Feel Good News“ unter „http://projekte.realisr.com/893/Feel_Good_News“),
- Internet-Dienste, Dienstleistungen eines Internet-Anbieters und Nachrichten- bzw. Bildübertragung über das Internet:
„KOSTENLOS.de macht gute Laune!“ im Zusammenhang mit einem elektronischen Kaufhaus, in dem Waren und Dienstleistungen verschiedenster Unternehmen angeboten werden (vgl. „Kostenlos.de“ unter „<http://www.kostenlos.de/>“ und „Slogans.de“ unter „<http://www.slogans.de/slogans.php?GInput=laune&SCheck=1&PerSite=200>“),
- e-mail-Datendienste:
„Littlemail ist einer der innovativsten E-Mail-Dienste der Welt. Es gibt hier fantastische E-Mail-Adressen zum Flirten, Spaß haben und für gute Laune.“ (vgl. „LittleMail“ unter „<http://www.littlemail.de/>“),
- Dienstleistung eines Call-Centers:
„Call-Center Agent gesucht ... Sie gute Laune mitbringen, die auch in hektischen Zeiten am Telefon für ein Lächeln sorgt“ (vgl. „kijiji“ unter

„<http://berlin.kijiji.de/c-Stellenangebote-Kundenservice-Call-Center-Call-Center-Agent-gesucht-W0QQAdIdZ27987581>“),

- Bereitstellung eines elektronischen Marktplatzes:
„Elektronischer Marktplatz ... Bad Taste Bears sind herrlich schräg, provokant und tabulos und sorgen einfach nur für gute Laune!“ (vgl. „Shop Verzeichnis“ unter „http://www.suche.page-dienste.de/all-rubrik-shop_verzeichnis-12.html“),
- Kommunikationsplattform auf Computernetzwerken im Internet:
„Es ist noch eine recht kleine Kommunikationsplattform und Kontaktschmiede, Im Vordergrund steht Spaß, gute Laune und die Kommunikation der Mitglieder untereinander.“ (vgl. „firmenpresse“ unter „<http://www.firmenpresse.de/pressinfo36520.html>“),
- Einstellung von Daten in digitale Netze:
„'Gute-Laune-Daten' schieben Dax über 8000 ... ‚Das sind ja echte Gute-Laune-Daten‘ sagt ein Händler.“ (vgl. „news.vz.de“ unter „http://www.news.vz.de/details_Wirtschaft,Gute-Laune-Daten-schieben-Dax-ueber-800...“),
- Einstellen von WEB-Seiten in das Internet:
„Gute Laune ... Die 6.000 besten Web-Seiten zu über 1.700 Themen sind im schlauen Buch verewigt.“ (vgl. „Pressestimmen“ unter „http://www.web-adressbuch.de/buecher/web_adressbuch/pressestimmen/pressestimme_einzeln.asp?Kennung=969“),
- Internetbezogene Dienstleistungen:
„Internet und gute Laune ... In ihrer ... Dissertation ... untersucht Görlitz, inwiefern bei Internetnutzern eine Änderung der Stimmungslage direkt über das World Wide Web bewirkt werden kann.“ (vgl. „presse.uni-erlangen.de“ unter „http://www.presse.uni-erlangen.de/Aktuelles/2002/Auszeichnungen_2002/2815leibnizpr.html“),

- Betrieb von Chatlines und Foren:
„Chat Community ... Flirten, Spaß und gute Laune“ (vgl. „Friends Online“ unter „<http://www.friendsonline.de/main.htm>“),

 - Bereitstellung von Informationsangeboten zum Abruf aus dem Internet:
„In solchen Fällen könnte ein Blick auf die Webseite des Reiseportals l'tur schnell für gute Laune sorgen.“ (vgl. „Online Marketing Blog“ unter „<http://blog.omc.ch/index.php?itemid=85&paged=12>“),

 - Unterhaltung:
„Beste Unterhaltung und gute Laune“ (vgl. „ZDF.de“ unter „<http://kultamsonntag.zdf.de/ZDFde/druckansicht/16/0,6911,5245104,00.html>“),

 - Sportliche und kulturelle Aktivitäten:
„Der Gute-Laune-Sport - nicht nur zum abnehmen“ (vgl. „aktiv-abnehmen.de“ unter „<http://www.aktiv-abnehmen.de/der-gute-laune-sport-nicht-nur-zum-abnehmen/>“)
- und
- Planung und Durchführung von kulturellen Veranstaltungen:
„GESUNDHEIT KULTUR UND GUTE LAUNE AM MEER“ (vgl. „MeerKultur“ unter „<http://www.meerkultur.de/index.html>“).

Wie obige Beispiele zeigen, wird die Wortfolge „Gute Laune“ sehr umfassend eingesetzt. Insofern weist sie auch im Hinblick auf die weiterhin angemeldeten Dienstleistungen nur auf deren Zweck und Ausrichtung hin.

2. Des Weiteren begründet der bildliche Eindruck der angemeldeten Marke nicht ihre Schutzfähigkeit.

a) Die von der Beschwerdeführerin geltend gemachte Eigenart der Schrift liegt nicht vor. Für die Wortfolge „Gute Laune“ ist der Schrifttyp „Caflisch Script Bold“ verwendet worden. Hierbei handelt es sich um eine standardisierte Schrift, die nicht selten vorkommt. Auch wenn in Druckwerken lediglich die Schrift „Caflisch Script Pro OT“ ermittelt werden konnte (vgl. Truong/Siebert/Spiekermann, FontBook - Digital Typeface Compendium, 2006, Script Seite 20), so ist die Schriftart „Caflisch Script Bold“ im Internet häufiger zu finden (vgl. „Google-Trefferliste“ unter „<http://www.google.de/search?hl=de&q=%E2%80%9ECaflisch+Script+Bold%E2%80...>“). Sie wird - wie nachfolgende Fundstellen zeigen - von verschiedenen Unternehmen angeboten:

- „Try and download the original Caflisch Script Bold font from Linotype.com“ (vgl. „Linotype.com“ unter „www.linotype.com/de/44126/caflischscriptbold-schrift.html?“)

oder

- „Enthält 30 Adobe Originals Schriften! ... Caflisch Script Bold“ (vgl. „Adobe Type Manager Deluxe“ unter „www.fontshop.de/pdf/ATM.pdf“).

Die von der Beschwerdeführerin vorgenommenen Änderungen führen nicht zu einem kennzeichnungskräftigen Gesamteindruck des Schriftbilds. Hierfür ist erforderlich, dass die Verfremdung von dem maßgeblichen Durchschnittsverbraucher auch ohne analysierende Betrachtungsweise ohne Weiteres festgestellt werden kann (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8, Rdnr. 99). Dies ist vorliegend jedoch nicht der Fall. Die Abwandlung der Großbuchstaben „G“ und „L“, das Entfernen der Dellen bei den Buchstaben „u“ bzw. „e“ und das Beseitigen der zwischen einzelnen Buchstaben vorhandenen Lücken fällt nicht auf. Es handelt sich um Details, die gerade beim flüchtigen Lesen kaum bemerkt werden. Der Verbraucher wird keine tiefer gehenden Vergleiche mit der Standardschrift „Caflisch Script Bold“ anstellen, zumal er hierfür entsprechende Vorlagen benötigt.

Selbst wenn die individuellen Abweichungen zu der Standardschriftart „Caflisch Script Bold“ erkannt werden sollten, so ist doch zu berücksichtigen, dass der Verkehr durch die Werbung in den Print- als auch in den elektronischen Medien regelmäßig an unterschiedliche Schrifttypen gewöhnt ist (vgl. BPatG GRUR 2006, 1039, 1041 - RÄTSEL total). Jede Schrift weist Besonderheiten auf, die jedoch nur dann als kennzeichnungskräftig angesehen werden können, wenn sie sich von durchschnittlichen Gestaltungen deutlich abheben. Das Weglassen von Einbuchtungen oder Leerräumen stellt jedoch keine originelle Abwandlung dar. Auch lassen sich die Buchstaben „G“ und „L“ weiterhin üblichen Schrifttypen zuordnen.

b) Des Weiteren ist die Verwendung der Schriftfarbe „Rot“ abweichend von der Sichtweise der Beschwerdeführerin nicht als phantasievoll anzusehen. Gerade in der Werbung kommen Schriften in unterschiedlichster Farbgebung zum Einsatz. Zudem kann vorliegend die Farbe als solche nicht die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke begründen, da sie lediglich als Ausstattungselement in Erscheinung tritt. Entsprechende Überlegungen gelten für die Akzentfarbe „Gelb“, die darüber hinaus im Gesamteindruck kaum auffällt.

Auch kann der Beschwerdeführerin nicht darin gefolgt werden, dass die leichte Neigung der Schrift nach rechts schutzbegründend wirke. Die Wortfolge „Gute Laune“ erweckt den Eindruck, als ob sie mit der Hand geschrieben worden wäre. Insbesondere bei Schreibschrift ist es jedoch nicht ungewöhnlich, wenn die Schrift etwas nach rechts kippt.

Darüber hinaus eignet sich die dreidimensionale Ausgestaltung der Schrift nicht als Hinweis auf die Anmelderin. Um die optische Wirkung zu verbessern, werden heutzutage vielfach dreidimensionale Buchstaben eingesetzt (vgl. beispielsweise „Die Unternehmensgruppe Tengelmann“ unter „<http://www.tengelmann.de/>“).

3. Der von der Anmelderin geltend gemachte Werktitelschutz gemäß § 5 Abs. 1 und 3 MarkenG führt ebenfalls nicht zur Schutzfähigkeit des angemeldeten Zei-

chens. Zwar können auch Werktitel als Marke geschützt werden (vgl. BGH GRUR 2000, 882 - Bücher für eine bessere Welt). Der Titelschutz als solcher begründet jedoch nicht die Eintragbarkeit des Titels als Marke. Ihre Schutzfähigkeit beurteilt sich allein nach den einschlägigen markenrechtlichen Vorschriften.

4. Schließlich kommt den von der Beschwerdeführerin geltend gemachten Vor-
eintragungen beim Deutschen Patent- und Markenamt keine schutzbegründende Wirkung zu. Zum einen bestehen sie nicht allein aus der Wortfolge „Gute Laune“. Zum anderen sind die Marken für andere Waren geschützt. Die von der Anmelderin angeführten Zeichenrechte sind somit mit der gegenständlichen Marke nicht vergleichbar. Im Übrigen sind einige Eintragungen bereits gelöscht.

II. Das Verfahren vor dem Deutschen Patent- und Markenamt leidet des Weiteren nicht an einem wesentlichen Mangel, so dass eine Zurückverweisung der Sache an die Behörde gemäß § 70 Abs. 3 Nr. 2 MarkenG nicht in Betracht kommt.

1. Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis ist bestimmt genug, um über die Schutzfähigkeit der Anmeldemarke entscheiden zu können. Die Beschwerdeführerin hat nicht vorgetragen, welche Waren- oder Dienstleistungsbegriffe sie als klärungsbedürftig ansieht. Auch seitens der Markenstelle wurde das Verzeichnis bisher nicht beanstandet. Insofern ist nicht erkennbar, worauf die Beschwerdeführerin ihre Aussage konkret stützt.

Im Übrigen müssen die Waren und Dienstleistungen so hinreichend klar bestimmt sein, dass der Schutzzumfang der Marke schnell, umfassend und unmissverständlich feststellbar ist (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 32, Rdnr. 84). Dies ist vorliegend der Fall. Einige der im angemeldeten Verzeichnis enthaltenen Begriffe, wie z. B. „Druckereierzeugnisse“ oder „Telekommunikation“, entsprechen der Klassen-

einteilung der Waren und Dienstleistungen mit Vermerk unbestimmter Angaben und Erläuterungsvorschlägen (vgl. die Ausgabe Januar 2007 unter „<http://www.dpma.de>“). Die übrigen Bezeichnungen sind entweder aus sich heraus (z. B. „Einstellung von Daten in digitale Netze“) oder auf Grund des Zusatzes „nämlich“ (z. B. „Internet-Dienste, nämlich ...“) ausreichend konkret, um den Schutzzumfang feststellen und der Anmeldemarke eine beschreibende Bedeutung beimessen zu können.

Auch der von der Beschwerdeführerin zitierte Beschluss des Bundespatentgerichts vom 5. April 2006 (vgl. BPatG, a. a. O. - RÄTSEL total) führt zu keinem anderen Ergebnis. Er betraf eine Markenmeldung mit einem Verzeichnis, in dem die gleichen Dienstleistungen verschiedenen Klassen zugeordnet waren. Ein solcher Fall liegt hier jedoch erkennbar nicht vor.

2. Auch weist der Beschluss vom 18. Dezember 2003 keinen Begründungsmangel auf. Die Ausführungen lassen erkennen, welche tatsächlichen und rechtlichen Überlegungen für die Entscheidung maßgebend waren (vgl. BGH GRUR 2003, 901, Nrn. 22 und 23 - MAZ). Insbesondere setzt sich die Markenstelle mit der Schutzzfähigkeit des angemeldeten Zeichens in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen auseinander. Auch wenn zur Benennung der Dienstleistungen der Klasse 38 Oberbegriffe („elektronische Form“) verwendet werden, so erschließen sich die tragenden Erwägungsgründe ohne größeren Aufwand. Bloße Mängel in der Vollständigkeit, Überzeugungskraft und sachlichen Richtigkeit der Begründung reichen für eine Zurückverweisung jedoch nicht aus (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 61, Rdnr. 4, i. V. m. § 83, Rdnr. 49). Zudem müssen entsprechend § 313 Abs. 3 ZPO die Entscheidungsgründe nur eine kurze Zusammenfassung der Erwägungen enthalten, auf denen die Entscheidung in tatsächlicher und rechtlicher Hinsicht beruht.

Die Beschwerde war demnach zurückzuweisen.

Grabrucker

Dr. Mittenberger-Huber

Dr. Kortbein

Ko