



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 2/12

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 031 368.4

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 22. Mai 2012 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Grabrucker sowie der Richterin Kortge und der Richterin am Landgericht Uhlmann

beschlossen:

Die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 11. Januar 2011 und 14. Oktober 2011 werden aufgehoben, soweit die Anmeldung bezüglich der Waren und Dienstleistungen der

Klasse 9:

Schallplatten; Bildplatten; Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, elektrische, photographische Film-, optische, Wäge-, Mess-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und –instrumente, Apparate und Instrumente für die Starkstromtechnik, nämlich für die Leitung, Umwandlung, Speicherung, Regelung und Steuerung; Apparate und Instrumente für die Schwachstromtechnik, nämlich für die Nachrichten-, Hochfrequenz- und Regelungstechnik;

Klasse 35:

Aufstellung von Analysen, soweit in Klasse 35 enthalten, Herausgabe von Statistiken, Erstellung von Wirtschaftsprognosen, Vermietung von Werbeflächen und Werbematerial;

Klasse 41:

Veröffentlichung von Büchern, Informationen über Veranstaltungen (Unterhaltung), Publikation, insbesondere das Verlegen und sonstige Veröffentlichungen von und in Druck- und Zeitschriften sowie sonstigen Druckerzeugnissen (u. a. Magazinen, Büchern, bedruckten Tonträger- und Bildtonträgerhüllen, Postern, Plakaten, Photographien, Schreibwaren), soweit in Klasse 41 enthalten;

Klasse 42:

Lizenzvergabe von gewerblichen Schutzrechten; Beratung in Fragen gewerblicher Schutzrechte, (Computer-)Beratungsdienste, Verwaltung von Urheberrechten

zurückgewiesen worden ist. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wort-/Bildzeichen (orange, schwarz, weiß)



ist am 22. Mai 2010 zur Eintragung als Marke u. a. für folgende zurückgewiesene Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 35, 36, 38, 41, 42 und 45 angemeldet worden:

Klasse 9:

bespielte und unbespielte Tonträger, sowie On- und Offline Datenträger jeden Formats; insbesondere Compact-Discs, Schallplatten, Bildplatten, CD-ROM, DVD, MD, Netzwerkdatenbänke, Magnetaufzeichnungsträger (u. a. Cassetten, Tonbänder, Videos, Digital-Audio-Tapes); auf maschinenlesbare Datenträger aufgezeichnete Computerprogramme, soweit in Klasse 9 enthalten;

Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, elektrische, photographische Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und –instrumente, Apparate und Instrumente für die Starkstromtechnik, nämlich für die Leitung, Umwandlung, Speicherung, Regelung und Steuerung; Apparate und Instrumente für die Schwachstromtechnik, nämlich für die Nachrichten-, Hochfrequenz- und Regelungstechnik; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild, Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate, Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer, Computer-Software; Computer und sonstige Computer Hardware; digitale Spracherkennungs-, Sprachaufzeichnungs-, und Sprachumwandlungsgeräte; Telekommunikationsgeräte bzw. Teile davon, Computerzubehör, soweit in Klasse 9 enthalten;

Klasse 35:

Werbung und Geschäftsführung, insbesondere Aktualisierung von Werbematerial, Verbreitung von Werbeanzeigen, Aufstellung von Analysen, soweit in Klasse 35 enthalten, Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Erteilung von Auskünften in Handels- und Geschäftsangelegenheiten, Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, betriebswirtschaftliche Beratung, Beratung in Fragen der Geschäftsführung, Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten, Personalmanagementberatung, Personalvermittlung, Personalanwerbung, Beschaffungsdienstleistungen für Dritte, Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken, Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken, Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung, Vervielfältigung von Dokumenten,

Personalauswahl mit Hilfe von psychologischen Eignungstests, Ermittlungen in Geschäftsangelegenheiten, Auskünfte in Geschäftsangelegenheiten, Informationen in Geschäftsangelegenheiten, Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten, Beratung in Fragen der Geschäftsführung, Planung bei der Geschäftsführung, Marktforschung, Meinungsforschung, Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln, Herausgabe von Statistiken, Erstellung von Wirtschaftsprognosen, Fernsehwerbung, Herausgabe von Werbetexten, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit (public relations), Plakatanschlagwerbung, Rundfunkwerbung, Verkaufsförderung (sales promotion) für andere, Vermietung von Werbeflächen und Werbematerial, Versandwerbung, Verteilung von Warenproben zu Werbezwecken und Verteilung von Werbematerial (Flugblätter, Einladungen, Veranstaltungshinweise, Prospekte, Drucksachen, Warenproben), Vorführung von Waren für Werbezwecke, Dienstleistungen einer Werbeagentur, Werbung durch Werbeschriften, Dienstleistungen, die sich auf das Registrieren, Abschreiben, Ab- und/oder Erfassen von schriftlichen Mitteilungen beziehen; Unternehmensführung, Büroarbeiten, Vermittlung, Abschluss und Abwicklung von Verträgen über die Inanspruchnahme von Dienstleistungen; Vermittlung von Verträgen für Dritte über die Inanspruchnahme von Dienstleistungen (soweit in Klasse 35 enthalten); Sekretariatsdienstleistungen und Bürodienste für Dritte; Telefondienste mittels Call-Center; Präsentation von Firmen im Internet und über Telefon; Telefonantwortedienst; Telefonantwortedienste für abwesende Teilnehmer;

Klasse 36:

Immobilienwesen, nämlich die Anmietung, Vermietung, Untervermietung und Vermittlung von Büroräumen und Konferenzräumen, soweit in Klasse 36 enthalten; Betrieb eines Internet-Portals; Werbung einschließlich Printwerbung, insbesondere Werbung in multimedialen Diensten und im Internet; Sekretariatsdienstleistungen und Bürodienste, soweit in Klasse 36 enthalten;

Klasse 38:

Telekommunikation; Sammeln, Liefern und Bereitstellen von Nachrichten, Informationen und Pressemeldungen über das Internet; Betrieb einer Internet-Suchmaschine; Betrieb eines Internet-Portals; Bereitstellen und Verwalten von Internet-Zugängen und E-Mail-Adressen; Konnektierung von Internet-Domains und E-Mail-Adressen in Computernetzen; Betrieb und Vermietung von Telekommunikationseinrichtungen im Rahmen der Tätigkeit eines Callcenters; Hotline-Dienste, nämlich Zurverfügungstellung eines Zugangs zu einer technischen Plattform; Call-Center-Dienstleistungen und Hotline-Dienste; Nachrichten-, Informations-, Bild- und Datenübermittlung mittels Computer; Erfassen, Weiterleitung, Verarbeitung und automatische Beantwortung von Telefonanrufen, Telefaxen, E-Mails und Nachrichten, die auf einer Internet-Homepage hinterlassen wurden; Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internetadressen und in anderen Online-Netzen; E-Mail-Dienste; Zurverfügungstellen, Bereithalten und Veröffentlichen von Zugriff auf Datenbanken mit Internetadressen und Links; elektronische Nachrichten, nämlich die Verarbeitung und Weiterleitung elektronischer Nachrichten; Vermittlung und Vermietung von Zugriffszeiten auf Datenbanken; Datenaufbereitung und Datenver-

arbeitung für Dritte; sonstige Dienstleistungen auf dem Gebiet der elektronischen Datenverarbeitung, insbesondere im Zusammenhang mit der Verarbeitung und Weiterleitung elektronischer Nachrichten sowie der Datenarchivierung; Vermietung von Speicherplatz auf Servern;

Klasse 41:

Erziehung; Ausbildung; Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zu kulturellen oder Unterrichtszwecken, insbesondere Veranstaltungen von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke, Organisation und Durchführung von Schulungen und Seminaren, Veröffentlichung von Büchern, Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung, Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte), Informationen über Veranstaltungen (Unterhaltung), Vermietung von Audiogeräten, Gestaltung, Design und Erstellung von Web-Seiten, insbesondere im Internet; Publikation, insbesondere das Verlegen und sonstige Veröffentlichungen von und in Druck- und Zeitschriften sowie sonstigen Druckerzeugnissen (u. a. Magazinen, Büchern, bedruckten Tonträger- und Bildtonträgerhüllen, Postern, Plakaten, Photographien, Schreibwaren), soweit in Klasse 41 enthalten; Ton-, Film-, Video-, Fernseh- und Musikproduktion; sportliche und kulturelle Aktivitäten;

Klasse 42:

Aktualisieren, Vermietung, Wartung und Design von Computer-Software; Vermietung der Zugriffszeit zu Datenbanken; Vermietung von Speicherplatz auf Servern; Bereitstellung einer Internet-Suchmaschine; Vergabe, Registrierung und Verwaltung von Internetzugängen und E-Mail-Adressen; Lizenzvergabe von gewerbli-

chen Schutzrechten; Beratung in Fragen gewerblicher Schutzrechte, (Computer-)Beratungsdienste, Dienstleistungen eines Grafikers; Verwaltung von Urheberrechten; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Gestaltung, Design und Bereitstellung von Web-Seiten, insbesondere im Internet; Computersystemanalysen; Vermietung von elektronischen Speicherplätzen (Webspace) im Internet; technische Beratung, nämlich als Call-Center-Dienstleister und Hotline-Dienste;

Klasse 45:

Erstellung, Entwicklung, Pflege und Lizenzierung von Software; von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse, insbesondere im Zusammenhang mit der Verarbeitung und Weiterleitung elektronischer Nachrichten.

Die Markenstelle für Klasse 35 hat auf die Erinnerung der Anmelderin den Beschluss vom 11. Januar 2011, mit dem sie die Anmeldung gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft insgesamt zurückgewiesen hatte, aufgehoben, soweit das Anmeldezeichen auch für die Waren und Dienstleistungen "aufgezeichnete Fernseh-, Video-, Kino- und Trickfilme; Spiel- und Unterhaltungsautomaten (auch münzbetätigte), Video- und Computerspiele zum Anschluss an Fernsehgeräte (auch münzbetätigte); Zubehör für Video- und Computerspiele und für ähnliche elektronische Apparate, nämlich Boxen zum Aufbewahren von Kassetten oder Disketten, Spielkassetten, -disketten, -patronen für Video- und Computerspiele; elektronische Spiele als Zusatzgeräte für Fernsehapparate, soweit in Klasse 9 enthalten; Feuerlöschgeräte, Dekoration von Schaufenstern und Messeständen, Vermietung von Bühnendekoration, Zusammenstellung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen, Fernsehunterhaltung, Filmproduktion, Filmverleih, Verfassen von Drehbüchern, Vermietung von Beleuchtungsge-

räten, Vermietung von Filmgeräten, Filmzubehör, Theaterdekoration, Bearbeitung von Videobändern, Videofilmproduktion, Videoverleih (Bänder, Kassetten), Aufzeichnungen von Videobändern" beansprucht worden war. Zur Begründung der Schutzunfähigkeit des angemeldeten Wort-/Bildzeichens im Hinblick auf die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen hat sie ausgeführt, dass die Wortbestandteile "Buero" und "Service" einen für jedermann verständlichen Hinweis auf eine Leistung, die mit einem Büro in Verbindung stehe, enthielten. Der weitere Markenbestandteil "24" habe sich zur Beschreibung von Leistungen etabliert, die 24 Stunden täglich, also "rund um die Uhr", erbracht würden. Damit handele es sich in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen um einen rein beschreibenden Sachhinweis auf ein rund um die Uhr in Deutschland verfügbares Angebot, woran auch der Wortbestandteil ".de" nichts ändere, da es sich bei diesem um eine Top-Level-Domain handele, welche lediglich ein geographisches Zuordnungskriterium darstelle. Die grafischen Bestandteile stellten sich als gebräuchliche Gestaltungselemente dar.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie sinngemäß beantragt,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 11. Januar 2011 und 14. Oktober 2011 aufzuheben.

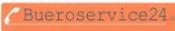
Sie vertritt die Ansicht, die angemeldete Wort-/Bildmarke zeichne sich durch die Verwendung von drei unterschiedlichen Farben (orange, weiß, schwarz) aus, die für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen als ungewöhnlich zu erachten seien und - soweit ersichtlich - auch von keinem anderen Mitbewerber verwendet würden. Der orangefarbene Hintergrund sei unüblich. Statt in schwarzer Farbe sei der stilisierte Telefonhörer mitsamt dem Unterstrich in weißer Farbe ausgeführt. Das vorliegende Zeichen sei nur für eine beschränkte Zahl von Waren und Dienstleistungen angemeldet und nur für die Verwendung auf einem sehr spezifi-

schen Markt bestimmt, auf dem der Farbton Orange alles andere als zwingend sei.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig, hat im tenorierten Umfang Erfolg und ist im Übrigen unbegründet.

Der Eintragung des Wort-/Bildzeichens  als Marke steht in Bezug auf die im Tenor aufgeführten Waren und Dienstleistungen kein absolutes Schutzhindernis, insbesondere auch nicht das der fehlenden Unterscheidungskraft oder des Freihaltebedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder Nr. 2 MarkenG, entgegen.

1. a) Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2008, 608, 611 Rdnr. 66 f. – EUROHYPO; BGH GRUR 2010, 825, 826 Rdnr. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; 935 Rdnr. 8 – Die Vision; GRUR 2006, 850, 854 Rdnr. 18 - FUSSBALL WM 2006). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2006, 233, 235 Rdnr. 45 - Standbeutel; 229, 230 Rdnr. 27 - BioID; a. a. O. Rdnr. 66 - EUROHYPO; BGH GRUR 2008, 710 Rdnr. 12 - VISAGE; GRUR 2009, 949 Rdnr. 10 - My World; a. a. O. - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 - BerlinCard;). 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 a. a. O. - Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2009, 411 Rdnr. 8 - STREETBALL; 778, 779 Rdnr. 11 - Willkommen im Leben; 949 f. Rdnr. 10 - My World; a. a. O. - FUSSBALL WM 2006).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft 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 2006, 411, 412 Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944 Rdnr. 24 - SAT 2; BGH a. a. O. – Die Vision; 825, 826 Rdnr. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; a. a. O. - FUSSBALL WM 2006).

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, 431 Rdnr. 53 - Henkel; BGH GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch; MarkenR 2000, 420, 421 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Ausgehend hiervon besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, 678 Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2009, 952, 953 Rdnr. 10 - DeutschlandCard; a. a. O. 854 Rdnr. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2005, 417, 418 – BerlinCard; a. a. O. - marktfrisch; GRUR 2001, 1153 - anti KALK) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache beste-

hen, die – etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungs- mittel verstanden werden (vgl. u. a. BGH a. a. O. - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice; GRUR 2001, 1043, 1044 - Gute Zei- ten – Schlechte Zeiten).

Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zei- chen, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH GRUR 2010, 1100, 1102 Rdnr. 3 – TOOOR!; a. a. O. 855 Rdnr. 28 f. - FUSSBALL WM 2006). Dabei gilt, dass je bekannter der beschreibende Begriffsgehalt für die Wa- ren oder Dienstleistung ist, desto eher wird er auch nur als solcher erfasst, wenn er im Zusammenhang mit der Kennzeichnung der Ware oder Dienst- leistung in Erscheinung tritt (BPatG GRUR 2007, 58, 60 – BuchPartner). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienst- leistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146, 147 f. Rdnr. 32 - DOUBLEMINT; 674, 678 Rdnr. 97 - Postkantoor; 680, 681 Rdnr. 38 - BIO- MILD; GRUR 2003, 58, 59 Rdnr. 21 - Companyline); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind, sofern das Gesamtzeichen nicht infolge einer ungewöhnlichen Veränderung – etwa syntaktischer oder semantischer Art – hinreichend weit von der bloßen Zu- sammenfügung ihrer schutzunfähigen Bestandteile abweicht (EuGH Mar- kenR 2007, 204, 209 Rdnr. 77 f. – CELLTECH; a. a. O. Rdnr. 29 - BioID; a. a. O. Rdnr. 98 - Postkantoor; a. a. O. Rdnr. 39 f. – BIOMILD; a. a. O. Rdnr. 28 – SAT 2).

Nach diesen Grundsätzen kann vorliegend – entgegen der von der Markenstelle vertretenen Auffassung – nicht festgestellt werden, dass das verfahrensgegenständliche Wort-/Bildzeichen in Bezug auf die tenorierten Waren und Dienstleistungen dem Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG unterliegt.

Denn das Anmeldezeichen weist für die Waren und Dienstleistungen im tenorierten Umfang weder einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt auf, noch handelt es sich um eine Angabe, durch die ein enger beschreibender Bezug zu ihnen hergestellt werden kann.

- aa) Der Wortbestandteil des angemeldeten Zeichens setzt sich wie eine Internetadresse aus dem Begriff "Bueroservice", der Zahl "24" und der Top-Level-Domain ".de" zusammen. Das Wort "Bueroservice" besteht aus den Substantiven "Büro" und "Service", wobei – wie bei Internetadressen üblich – der Umlaut "ü" durch "ue" ersetzt wurde.
 - aaa) Das Substantiv "Büro" bezeichnet sowohl einen Arbeitsraum oder eine Dienststelle, in dem verschiedene schriftliche oder verwaltungstechnische Arbeiten eines Betriebes oder bestimmter Einrichtungen des öffentlichen Lebens erledigt werden, als auch die Gesamtheit der zu einem Büro gehörenden Angestellten (Duden – Das Fremdwörterbuch, 9. Aufl. 2007 [CD-ROM]; Duden – Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. 2006 [CD-ROM]).
 - bbb) Das Fremdwort "Service" bedeutet "Bedienung, Kundendienst, Kundenbetreuung", "Aufschlag[ball] im Tennis" oder "zusammengehörender Geschirr- oder Gläsersatz" (Duden – Das Fremdwörterbuch, a. a. O.).

- ccc) Dem Gesamtbegriff "Büeroservice" kommt die Bedeutung "Kundendienst (-betreuung) in einem Arbeitsraum oder einer Dienststelle oder für einen solchen" bzw. "Bürodienstleistungen" oder "Bürodienst" zu. Büeroservice ist die Dienstleistung eines Unternehmens, für andere Unternehmen z. B. Büroarbeiten oder sonstige typische Tätigkeiten eines Sekretärs zu übernehmen, wie Korrespondenz, Telefondienst bis hin zur Buchführung, Bereitstellung von Büroflächen mit entsprechender Infrastruktur, Vermietung von Büroeinheiten etc. (<http://de.wikipedia.org/wiki/Büeroservice>).
- ddd) Die angefügte Zahl "24" wird in unterschiedlichen Wortzusammenstellungen im Bereich des täglichen Lebens als Kürzel und Synonym für "rund um die Uhr" bzw. "24 Stunden" verwendet (BPatG 24 W (pat) 522/10 – Station24 m. w. N.).
- eee) Die Anfügung eines Punktes und der Buchstabenkombination ".de" ist in der konkret angemeldeten Form typisch für die Bildung von Internetadressen und zeigt dem verständigen Durchschnittsverbraucher nur, dass es sich um einen Domain-Namen handelt. Denn die gängigen Top-Level-Domains weisen alle entweder ein geographisches (.de, .at, .it etc.) oder ein organisatorisches Zuordnungskriterium (.com, .org; vgl. BPatG 24 W (pat) 167/03 - handy.com) auf. In ständiger Rechtsprechung geht das Bundespatentgericht deshalb davon aus, dass ".de" nur als Kürzel für den Teil einer Internetadresse steht und die aus der Einmaligkeit der Registrierung resultierende technische Adressfunktion eines Domain-Namens keinen Aufschluss über dessen Eintragungsfähigkeit gibt (BPatG 26 W (pat) 48/09 - beauty24.de; 29 W (pat) 124/02 - cam24.de jeweils m. w. N.), so dass die-

ser Buchstabenfolge keine Bedeutung beigemessen werden kann und es für die Unterscheidungskraft lediglich auf den Bedeutungsgehalt der Second-Level-Domain "Bueroservice24" ankommt.

fff) In seiner Gesamtbedeutung werden die von den angemeldeten Waren und Dienstleistungen angesprochenen breiten Verkehrskreise die Wortzusammensetzung "Bueroservice24.de" als Hinweis auf ein rund um die Uhr verfügbares deutsches Internetangebot von Waren und Dienstleistungen für Büros verstehen.

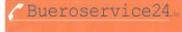
b) aa) Für die in Klasse 9 zurückgewiesenen Waren "Schallplatten; Bildplatten; Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, elektrische, photographische Film-, optische, Wäge-, Mess-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente, Apparate und Instrumente für die Starkstromtechnik, nämlich für die Leitung, Umwandlung, Speicherung, Regelung und Steuerung; Apparate und Instrumente für die Schwachstromtechnik, nämlich für die Nachrichten-, Hochfrequenz- und Regelungstechnik" kann dem Anmeldezeichen keine Merkmalsangabe oder Sachaussage über sie entnommen werden, weil diese Gegenstände in Büros keine Verwendung finden und daher von einem deutschen Anbieter von Bürodienstleistungen auch gar nicht erworben werden können. Es ist vielmehr davon auszugehen, dass es praktisch bedeutsame und naheliegende Möglichkeiten gibt, das angemeldete Zeichen bei den vorgenannten Waren, für die es eingetragen werden soll, so zu verwenden, dass es vom Verkehr ohne weiteres als Herkunftshinweis verstanden wird. Dies ist zum Beispiel der Fall, wenn das Kennzeichen auf der Verpackung oder in wesentlich verkleinertem Format an einer unauffälligen Stelle auf der Rückseite oder in einer Ecke der Vorderseite der Waren an-

gebracht wird, wie es den Kennzeichnungsgewohnheiten in dieser Branche entspricht (vgl. BGH a. a. O. Rdnr. 26 - Marlene-Dietrich-Bildnis II).

- bb) Die in Klasse 35 versagten Dienstleistungen "Aufstellung von Analysen, soweit in Klasse 35 enthalten, Herausgabe von Statistiken, Erstellung von Wirtschaftsprognosen" werden ebenfalls nicht von Bürodienstleistern, sondern von Fachleuten im betriebswirtschaftlichen Bereich erwartet und angefragt.

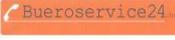
Auch für die in Klasse 35 versagte Dienstleistung "Vermietung von Werbeflächen und Werbematerial" fehlt es an einem beschreibenden Begriffsinhalt des angemeldeten Zeichens, weil die Vermietung von Werbeflächen völlig unabhängig vom darauf abgebildeten Werbeinhalt vorgenommen wird und diese Dienstleistungen nicht zu typischen Bürodienstleistungen zählen, so dass auch insoweit das erforderliche Mindestmaß an betriebskennzeichnender Hinweiskraft nicht abgesprochen werden kann.

- cc) Die Verlagsdienstleistungen "Veröffentlichung von Büchern, Informationen über Veranstaltungen (Unterhaltung), Publikation, insbesondere das Verlegen und sonstige Veröffentlichungen von und in Druck- und Zeitschriften sowie sonstigen Druckerzeugnissen (u. a. Magazinen, Büchern, bedruckten Tonträger- und Bildtonträgerhüllen, Postern, Plakaten, Photographien, Schreibwaren), soweit in Klasse 41 enthalten" werden von Bürodienstleistern ebenfalls nicht angeboten oder erbracht, so dass auch hier das Anmeldezeichen nicht einmal einen engen beschreibenden Bezug zu ihnen herstellen kann.

- dd) Das Gleiche gilt für die in Klasse 42 zurückgewiesenen Dienstleistungen "Lizenzvergabe von gewerblichen Schutzrechten; Beratung in Fragen gewerblicher Schutzrechte, (Computer-)Beratungsdienste, Verwaltung von Urheberrechten".
2. Wegen der fehlenden Eignung zur Beschreibung der im Tenor aufgeführten Waren und Dienstleistungen kann bei dem angemeldeten Wort-/Bildzeichen auch ein Freihaltebedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht bejaht werden.
3. Für alle übrigen beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen fehlt dem angemeldeten Zeichen  allerdings die erforderliche geringe Unterscheidungskraft, weil es diesbezüglich nur einen im Vordergrund stehenden, die vorgenannten Dienstleistungen beschreibenden Begriffsinhalt hat oder einen engen beschreibenden Bezug zu ihnen herstellt und die grafische Ausgestaltung nicht geeignet ist, eine Schutzfähigkeit zu begründen.
- a) Die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise werden den Wortelementen des angemeldeten Zeichens nur eine inhaltliche Sachangebe dahingehend entnehmen, dass es sich bei den so gekennzeichneten zurückgewiesenen Waren und Dienstleistungen um im deutschen Internet angebotenes Büromaterial oder dort offerierte Büroarbeiten handelt. Das Anmeldezeichen gibt daher deren Art und Bestimmungszweck an.

Dem steht nicht entgegen, dass aus dem Wortbestandteil "Bueroservice24.de" nicht hervorgeht, welche Waren oder Dienstleistungen konkret angeboten werden. Die Annahme einer beschreibenden Sachangebe setzt nämlich nicht voraus, dass der Wortbegriff feste begriffliche Konturen hat (BGH GRUR 2008, 900 Rdnr. 15 – SPA II). Aus diesem Grund vermag weder die Mehrdeutigkeit noch die Unbestimmtheit ei-

nes Begriffs für sich genommen auszuschließen, dass es sich um beschreibende Angaben in Form einer Sachinformation handelt (BGH GRUR 2000, 882 f. – Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2008, 900 Rdnr. 15 – SPA II). Von einer schutzbegründenden Unbestimmtheit könnte vielmehr erst ausgegangen werden, wenn eine derartige Ungenauigkeit erreicht wäre, die es ausschließen würde, dass die fragliche Angabe noch als konkret beschreibende Bezeichnung dienen kann. Davon ist hier aber nicht auszugehen. Vielmehr ist der Wortbestandteil "Bueroservice24" im Zusammenhang mit den übrigen versagten Waren und Dienstleistungen derart gebräuchlich, dass das angesprochene Publikum ihn ohne weitere analysierende Betrachtungsweise als inhaltsbeschreibende Sachaussage versteht.

- aa) Sämtliche in Klasse 9 zurückgewiesenen Waren "bespielte und unbespielte Tonträger, sowie On- und Offline Datenträger jeden Formats; insbesondere Compact-Discs; CD-ROM, DVD, MD, Netzwerkdatenbanken, Magnetaufzeichnungsträger (u. a. Cassetten, Tonbänder, Videos, Digital-Audio-Tapes); auf maschinenlesbare Datenträger aufgezeichnete Computerprogramme, soweit in Klasse 9 enthalten; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Computer-Software; Computer und sonstige Computer Hardware; digitale Spracherkennungs-, Sprachaufzeichnungs-, und Sprachumwandlungsgeräte; Telekommunikationsgeräte bzw. Teile davon; Computerzubehör, soweit in Klasse 9 enthalten" können in einem Büro Verwendung finden und bei einem Bürodienstleister im Internet rund um die Uhr für ein Büro erworben werden, so dass das angemeldete Zeichen  von der Wortbedeutung her einen engen beschreibenden Bezug zu ihnen herstellt. Dies gilt sowohl für Datenträger in jedweder Form als auch für Computerhard- und –soft-

ware, Aufzeichnungs- und Telekommunikationsgeräte sowie Registrierkassen und Rechenmaschinen. Inhalt bespielter Datenträger können z. B. Anleitungen für Computersoftware oder Gebrauchsanweisungen für Bürogeräte sein. Als geldbetätigte Verkaufsautomaten können Kaffee- oder Lebensmittelautomaten in Büros aufgestellt und daher bei einem Bürodienstleister gekauft werden.

Die Internetrecherche des Senats zeigt, dass solche unter dem Begriff "Büromaterial" zusammengefasste Waren auch von anderen Bürodienstleistern im Internet bereits angeboten werden:

- Online-Shop der "OfficeFabrik" (<http://shop.office-fabrik.de/>;
- "Büscher – Die Technik im Büro" (<http://buescher.de/>;
- "MKCom Büroservice und Software" (<http://mkcom.eu/>): Angebot von Hard- und Software.

- bb) Bei den in Klasse 35 zurückgewiesenen Werbedienstleistungen "Werbung, insbesondere Aktualisierung von Werbematerial, Verbreitung von Werbeanzeigen, Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke, Fernsehwerbung, Herausgabe von Werbetexten, Marketing, Öffentlichkeitsarbeit (public relations), Plakatschlagwerbung, Rundfunkwerbung, Verkaufsförderung (sales promotion) für andere, Versandwerbung, Verteilung von Warenproben zu Werbezwecken und Verteilung von Werbematerial (Flugblätter, Einladungen, Veranstaltungshinweise, Prospekte, Drucksachen, Warenproben), Vorführung von Waren für Werbezwecke, Dienstleistungen einer Werbeagentur, Werbung durch Werbeschriften, Präsentation von Firmen im Internet und über Telefon" sowie "Werbung einschließlich Printwerbung, insbesondere Werbung in multimedialen

Diensten und im Internet" in Klasse 36 wird das angesprochene inländische Publikum in dem Anmeldezeichen einen beschreibenden Hinweis auf die Büroservice-Branche im Internet sehen, in welcher die Werbedienstleistungen erbracht werden können, weshalb auch hier der beschreibende Charakter der Wortfolge im Vordergrund steht (BGH GRUR 2009, 949, 951 Rdnr. 24 – My World).

Die Geschäftsführungs- und Unternehmensberatungsdienstleistungen "Erteilung von Auskünften in Handels- und Geschäftsangelegenheiten, Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen, betriebswirtschaftliche Beratung, Beratung in Fragen der Geschäftsführung, Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten, Personalmanagementberatung, Personalvermittlung, Personalanwerbung, Beschaffungsdienstleistungen für Dritte, Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken, Zusammenstellung von Daten in Computerdatenbanken, Personalauswahl mit Hilfe von psychologischen Eignungstests, Ermittlungen in Geschäftsangelegenheiten, Auskünfte in Geschäftsangelegenheiten, Informationen in Geschäftsangelegenheiten, Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten, Beratung in Fragen der Geschäftsführung, Planung bei der Geschäftsführung, Marktforschung, Meinungsforschung, Unternehmensführung, Vermittlung, Abschluss und Abwicklung von Verträgen über die Inanspruchnahme von Dienstleistungen; Vermittlung von Verträgen für Dritte über die Inanspruchnahme von Dienstleistungen (soweit in Klasse 35 enthalten)" können sich auf Unternehmen der Büroservice-Branche beziehen und von solchen erbracht werden.

Für die Dienstleistungen "Vervielfältigung von Dokumenten, Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln, Dienstleistungen, die sich auf das Registrieren, Abschreiben, Ab- und/oder Erfassen von schriftlichen Mitteilungen beziehen; Büroarbeiten, Sekre-

tariatsdienstleistungen und Bürodienste für Dritte; Telefondienste mittels Call-Center; Telefonantwortdienst; Telefonantwortdienste für abwesende Teilnehmer" sowie "Sekretariatsdienstleistungen und Bürodienste, soweit in Klasse 36 enthalten" enthält das angemeldete Zeichen sogar die unmittelbare Merkmalsbeschreibung, dass diese Bürotätigkeiten rund um die Uhr im Internet angeboten und erbracht werden, wie das nach dem Ergebnis der Internetrecherche des Senats auch schon geschieht:

- "Büro- und Internetdienstleistungen Bianca Weinitschke" (<http://www.bid-berlin.com/leistungen.htm>) und
- "ebuero AG - Das Büro der Zukunft" (<http://www.ebuero.de/>).

- cc) Das Gleiche gilt für die in Klasse 38 zurückgewiesenen Telekommunikationsdienstleistungen "Telekommunikation; Sammeln, Liefern und Bereitstellen von Nachrichten, Informationen und Pressemeldungen über das Internet; Betrieb einer Internet-Suchmaschine; Betrieb eines Internet-Portals; Bereitstellen und Verwalten von Internet-Zugängen und E-Mail-Adressen; Konnektierung von Internet-Domains und E-Mail-Adressen in Computernetzen; Betrieb und Vermietung von Telekommunikationseinrichtungen im Rahmen der Tätigkeit eines Callcenters; Hotline-Dienste, nämlich Zurverfügungstellung eines Zugangs zu einer technischen Plattform; Call-Center-Dienstleistungen und Hotline-Dienste; Nachrichten-, Informations-, Bild- und Datenübermittlung mittels Computer; Erfassen, Weiterleitung, Verarbeitung und automatische Beantwortung von Telefonanrufen, Telefaxen, E-Mails und Nachrichten, die auf einer Internet-Homepage hinterlassen wurden; Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internetadressen und in anderen Online-Netzen; E-Mail-Dienste; Zurverfügungstellen, Bereithalten und Veröffentlichen von Zugriff auf Datenbanken mit Internetadressen und

Links; elektronische Nachrichten, nämlich die Verarbeitung und Weiterleitung elektronischer Nachrichten; Vermittlung und Vermietung von Zugriffszeiten auf Datenbanken; Datenaufbereitung und Datenverarbeitung für Dritte; sonstige Dienstleistungen auf dem Gebiet der elektronischen Datenverarbeitung, insbesondere im Zusammenhang mit der Verarbeitung und Weiterleitung elektronischer Nachrichten sowie der Datenarchivierung; Vermietung von Speicherplatz auf Servern" sowie "Betrieb eines Internet-Portals" in Klasse 36. Auch diese können von im Internet vertretenen Bürodienstleistern 24 Stunden lang erbracht werden. Dass solche Dienstleistungen von Büroservice-Unternehmen bereits übernommen werden, hat die folgende Internetrecherche des Senats gezeigt:

- "Büroservice RHEIN MAIN: Telefonservice, Telefaxservice, Telefonmarketing"
(<http://www.bueroservice-rheinmain.de/leistungen/>);
- "ebuero AG - Das Büro der Zukunft: Telefonservice"
(<http://www.ebuero.de/>);
- "CallOffice Büroservice und Telefonservice "Wir nehmen Ihre Anrufe in Ihrem Firmennamen entgegen"
(<http://www.calloffice.de/telefonservice/de/leistungsbeschreibung.html>);
- "My Mobile Office: Büroservice, Telefonservice, Sekretariatsservice"
(<http://www.my-mobile-office.com/>);
- "tel-inform: Telefonservice – passion makes the difference"
(<http://www.tel-inform.com/>);

- "Deutsche Buero AG: Hochwertiger Telefonservice" (<http://www.-dbureau.de/Telefonservice/beschreibung.html>).
- dd) Wie bereits bei der Wortkombination "Büroservice" näher dargestellt und im Folgenden belegt, erledigen Büroserviceunternehmen auch Angelegenheiten des Immobilienwesens, "nämlich die Anmietung, Vermietung, Untervermietung und Vermittlung von Büroräumen und Konferenzräumen, soweit in Klasse 36 enthalten", so dass das Wortelement des angemeldeten Wort-/Bildzeichens auch für sie nur unmittelbar beschreibenden Charakter hat:
- "ebuero AG - Das Büro der Zukunft: Konferenz- und Seminarräume mieten" (<http://www.ebuero.de/konferenzraum-seminarraum/index.html>);
 - "ebuero AG - Das Büro der Zukunft: Vermietung von Büros" (<http://www.ebuero.de/Buero-und-Bueroraeume-mieten/>);
 - "ecos office center: Vermietung von Konferenzräumen und Büros" (<http://www.ecos-office.com/de/index.cfm>).
- ee) Die übrigen in Klasse 41 versagten Dienstleistungen "Erziehung; Ausbildung; Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zu kulturellen oder Unterrichtszwecke, insbesondere Veranstaltungen von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke, Organisation und Durchführung von Schulungen und Seminaren, Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung, Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte), Ton-, Film-, Video-, Fernseh- und Musikproduktion; sportliche und kulturelle Aktivitäten" können sich thematisch mit Angelegenheiten eines 24 Stunden tätigen Internetbüro

dienstleisters, insbesondere auch mit der Optimierung und Erweiterung solcher Bürodienstleistungen sowie mit Bürosport und die Büro-tätigkeit unterstützender Freizeitgestaltung befassen:

- <http://www.zeit.de/karriere/beruf/2011-01/buerosportarten>;
- <http://www.test.de/Fit-am-PC-Buerosport-1179637-1180021/>;
- <http://www.sueddeutsche.de/karriere/fuehrungsspitzen-bue-rosport-und-andere-laecherlichkeiten-1.1074995>.

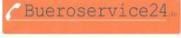
ff) Die in Klasse 42 zurückgewiesenen Dienstleistungen "Aktualisieren, Vermietung, Wartung und Design von Computer-Software; Vermietung der Zugriffszeit zu Datenbanken; Vermietung von Speicherplatz auf Servern; Bereitstellung einer Internet-Suchmaschine; Vergabe, Registrierung und Verwaltung von Internetzugängen und E-Mail-Adressen; Dienstleistungen eines Grafikers; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Gestaltung, Design und Bereitstellung von Webseiten, insbesondere im Internet; Computersystemanalysen; Vermietung von elektronischen Speicherplätzen (Webpace) im Internet; technische Beratung, nämlich als Call-Center-Dienstleister und Hotline-Dienste" sowie die in Klasse 45 versagten Dienstleistungen "Erstellung, Entwicklung, Pflege und Lizenzierung von Software" und die in Klasse 35 zurückgewiesene Dienstleistung "Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung" werden ebenfalls von Bürodienstleistern erbracht, wie eine Internetrecherche des Senats ergeben hat, so dass der Wortbestandteil des angemeldeten Zeichens auch hier unmittelbar beschreibenden Charakter hat:

- "Büro- und Internetdienstleistungen Bianca Weinitschke" (<http://www.bid-berlin.com/leistungen.htm>): Erstellung, Optimie-

rung und Pflege des Internetauftritts; Webseitengestaltung und –aktualisierung; Datenbankpflege; Internetrecherche; Erzeugen und Ändern von Datenbanken"

- "Daniel Lugner Büroservice Wetzlar: Internetrecherche" (<http://www.bueroservice-wetzlar.de/>).

gg) Die in Klasse 45 versagten Dienstleistungen "von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse, insbesondere im Zusammenhang mit der Verarbeitung und Weiterleitung elektronischer Nachrichten" können ebenfalls Aufgabe eines rund um die Uhr tätigen Büroservice-Unternehmens im Internet sein, so dass die angemeldete Bezeichnung auch hier nicht als Herkunftshinweis dienen kann.

- b) Die grafische Ausgestaltung des Wort-/Bildzeichens  ist ebenfalls nicht geeignet, seine Schutzfähigkeit zu begründen.

Es ist von dem Grundsatz auszugehen, dass einer Wortelemente enthaltenden Bildmarke - unbeschadet der fehlenden Unterscheidungskraft dieser Wortelemente - als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden kann, wenn die grafischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (BGH GRUR 1991, 136, 137 - NEW MAN; a. a. O. - anti Kalk; EuGH GRUR 2006, 229, 233 Rdnr. 73, 74 - BioID). Dabei vermögen allerdings einfache grafische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbildes, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebenso wenig aufzuwiegen, wie derartige einfache grafische Gestaltungselemente auch für sich wegen fehlender Unterscheidungskraft

nicht als Marke eingetragen werden können. Es bedarf vielmehr eines auffallenden Hervortretens der grafischen Elemente, um sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einzuprägen (BGH a. a. O. - anti Kalk; GRUR 2008, 710, 711 Rdnr. 20 - VISAGE). Daran fehlt es hier.

Das gesamte Wortelement "Bueroservice24.de" wird in schwarzer Standardschriftart vor einem orangefarbenem Hintergrund wiedergegeben, der ein langgestrecktes Rechteck mit abgerundeten Ecken bildet. Der Wortbestandteil "Bueroservice24" wird von einer dünnen weißen Linie unterstrichen, die am Anfang von einem kleinen weißen stilisierten Telefonhörer ausgeht. Diese nur schwach ausgeprägten Ausgestaltungsmerkmale sind nicht dazu geeignet, von der Sachaussage des angemeldeten Wort-/Bildzeichens wegzuführen. Die Farbkombination schwarz-weiß ist nicht ungewöhnlich und die den farblichen Kontrast herstellende Farbe "orange" ist in Deutschland eine Signalfarbe und werbeüblich (http://www.farbtabelle.net/farbe_bedeutung/orange/; BPatG 32 W (pat) 15/05 – MORE EVENTS). Das orangefarbene rechteckige Feld wirkt wie ein Etikett. Der kleine Telefonhörer mit der das Kabel darstellenden dünnen weißen Linie steht in unmittelbarer Beziehung zu den Bürodienstleistungen und verstärkt bildlich nur die begriffliche Bedeutung der Wortkombination. Die Internetrecherche des Senats hat zudem ergeben, dass das Symbol eines Telefonhörers mit oder ohne Kabel bereits von mehreren Büroservicedienstleistern auf ihrer Webseite verwendet wird (<http://calloffice.de/>; <http://www.rotenburg-adressbuch.de/eintrag.php?eid=1003075>; <http://www.vs-bueroservice.de/>).

Insgesamt werden die angesprochenen Verkehrskreise das angemeldete Zeichen daher als eine Gesamtheit wahrnehmen, in der der sachbezogene Charakter der Wortbestandteile so im Vordergrund steht,

dass der bildlichen Gestaltung daneben keine Besonderheit, die über das in der Werbung Übliche hinausgeht, beigemessen wird. Hierbei ist auch zu berücksichtigen, dass an die grafische Ausgestaltung um so größere Anforderungen zu stellen sind, je deutlicher der nicht unterscheidungskräftige Charakter der fraglichen Angabe selbst hervortritt (BGH a. a. O. - anti Kalk; GRUR 2009, 954 Rdnr. 17 – Kinder III; GRUR 2010, 640 Rdnr. 17 – hey!). Eine derart komplexe und hinreichend eigentümliche Gestaltung weist das angemeldete Wort-/Bildzeichen auch in seiner Gesamtheit nicht auf.

4. Da es bereits an jeglicher Unterscheidungskraft mangelt, kann dahingestellt bleiben, ob der Eintragung des angemeldeten Zeichens insoweit auch ein schutzwürdiges Interesse der Mitbewerber an seiner freien Verwendbarkeit entgegen steht (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

Grabrucker

Kortge

Uhlmann

Hu