



BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 531/11

(Aktenzeichen)

Verkündet am
29. Januar 2013

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2010 069 613

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts durch den Vorsitzenden Richter Bender, die Richterin Dr. Hoppe und den Richter am Amtsgericht Dr. Wache auf die mündliche Verhandlung vom 29. Januar 2013

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Anmelderin hat am 26. November 2010 die Wortmarke

NEO

angemeldet und zuletzt die folgenden Waren und Dienstleistungen beansprucht:

Klasse 7:

Flugzeugmotoren; Motoren und Kraftmaschinen (außer solche für Landfahrzeuge), Turbinen, ausgenommen für Landfahrzeuge; Elektrogeneratoren; Düsentriebwerke, ausgenommen für Landfahrzeuge; Maschinen zur Schubumkehr; (Hilfs-) Triebwerke, ausgenommen für Landfahrzeuge; Maschinen und Werkzeugmaschinen, nämlich zur Herstellung und Reparatur von Flugzeugmotoren; Kupplungen und Vorrichtungen zur Kraftübertragung (ausgenommen für Landfahrzeuge); Steuergeräte und deren Anlagen (Maschinenteile) für Maschinen, Kraftmaschinen und Motoren; Belüftungsmaschinen für Flugzeuge; Abdeckungen (Maschinenteil) für Fahrzeugkraftmaschinen; Triebwerksgondeln; Teile für die zuvor genannten Waren und Zubehör, soweit in Klasse 7 enthalten.

Klasse 12:

Fahrzeuge, Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft, auf dem Wasser und auf Schienen; Flugzeuge; Flugapparate; Raumfahrzeuge; Satelliten; Trägerraketen (Raumfahrzeuge); Ballons (Luftfahrzeuge); Bauteile und Komponenten für Flugzeuge; Apparate, Maschinen und Geräte für die Luftfahrt; Propeller; Sitzbezüge für Fahrzeuge; Teile für alle zuvor genannten Waren und Zubehör, soweit in Klasse 12 enthalten.

Klasse 37:

Bauwesen; Reparaturwesen, Wartung und Demontage, nämlich im Bereich von Fahrzeugen und Apparaten zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser sowie von Antriebsmotoren; Installationsarbeiten; Wartung von Computern; Fahrzeugservice (Betanken und Instandhaltung); Überholen von Flugzeugen und Flugzeugteilen; Wartungs- und Reparaturarbeiten zur Inspektion von Fahrzeugen.

Klasse 39:

Transportwesen; Lufttransport; Verpackung und Lagerung von Waren; Lagerung von Flugzeugen und Flugzeugteilen; Veranstaltung von Reisen; Recyclen von Flugzeugen und Flugzeugteilen; Frachtwesen, nämlich Entladen von Frachten, Transportwesen; Fahrzeugvermietung; Verkehrsinformationsdienste; Flugsicherheitsdienstleistungen (Flugsicherung, Flugkontrolle); Dienstleistungen für den Flughafenbetrieb (Transportwesen); Betankung von Fahrzeugen; Luftbetankungen.

Die Markenstelle für Klasse 37 hat die Anmeldung mit Beschluss vom 30. März 2011 wegen mangelnder Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) zurückgewiesen. „Neo“ bedeute „neu“ und beschreibe die gegenständlichen

Waren dahingehend, dass es sich um neue, insbesondere neu gestaltete Waren handle. „Neo“ begegne dem Verkehr zwar üblicherweise in Wortzusammensetzungen und sei in Alleinstellung nicht nachweisbar. Das sei aber auch nicht erforderlich, da der Sinngehalt der beanspruchten Bezeichnung feststehe.

Dagegen wendet sich die Anmelderin mit der Beschwerde.

Sie meint, dass die angegriffene Entscheidung verfahrenfehlerhaft ergangen sei. Auf die beanspruchten Dienstleistungen gehe die Markenstelle in ihrer Entscheidungsbegründung gar nicht ein; mit Bezug auf die beanspruchten Waren setze sie sich nicht mit den Argumenten der Anmelderin auseinander. Somit sei die Entscheidung nicht mit einer ausreichenden Begründung versehen und verletze das rechtliche Gehör.

Die Entscheidung sei auch in der Sache unrichtig. Das Präfix „neo“ könne zwar im Zusammenhang mit weiteren Wortbestandteilen sprachüblich und verständlich sein; in Alleinstellung sei es dies aber nicht. Für sich allein sei „NEO“ bedeutungslos und damit weder als Beschreibung noch als Werbewort geeignet.

Wenn die Markenstelle ausführe, dass „neo“ im Inland in der Fachsprache in der Bedeutung von „neu, erneuert“ gebräuchlich sei, so sei das eine nicht belegte und unzutreffende Behauptung. Dasselbe gelte für die Aussage, dass die Großschreibung der Anmeldemarke werbeüblich sei und die Erkennbarkeit des Zeichens erleichtere. Zudem könne das Zeichen nicht gleichzeitig einen Beschaffenheitshinweis und eine qualitätsberühmende Angabe enthalten.

Auch die Aussage, dass das Zeichen zur Beschreibung der beanspruchten Waren geeignet sei, gehe fehl. Die Markenstelle sei schließlich selbst nicht in der Lage, die angeblich beschreibende Bedeutung des Zeichens mit Bezug auf die beanspruchten Waren zu definieren. Wenn die Markenstelle „verzweifelt“ um eine ver-

meintliche Bedeutung ringe, so spreche ein solches Interpretieren und Konstruieren gerade für die Unterscheidungskraft des Zeichens.

Die Anmelderin beantragt,

1. den Beschluss vom 30. März 2011 aufzuheben und der Marke 30 2010 069 613.3 „NEO“ in vollem Umfang Schutz zu gewähren;
2. die Erstattung der Beschwerdegebühr anzuordnen.

Der Senat hat einen schriftlichen Hinweis erteilt und das Ergebnis einer Internetrecherche mitgeteilt. Die Anmelderin hat Gelegenheit zur Stellungnahme gehabt.

II.

Der angemeldeten Marke stehen die Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen. Die Anmeldung ist deshalb von der Markenstelle zu Recht gemäß § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen worden.

1.

Das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG liegt vor.

a)

Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Bestimmung, der geografischen Herkunft oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen dienen können.

Bei der Auslegung der absoluten Eintragungshindernisse ist nach der Rechtsprechung des EuGH zu Art. 3 Abs. 1 der MarkenRL (Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates der Europäischen Union 2008/95/EG) das Allgemeininteresse, das der Regelung zugrunde liegt, zu berücksichtigen (EuGH GRUR 2008, 608 (Nr. 66) - EUROHYPO m. w. N.). Die auf Art. 3 Abs. 1 Buchstabe c der MarkenRL zurückzuführende Bestimmung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, sämtliche Zeichen oder Angaben, die geeignet sind, Merkmale der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zu beschreiben, freizuhalten (EuGH GRUR 2008, 503 (Nr. 22, 23) - ADIDAS II; EuGH MarkenR 2012, 147 (Nr. 32) - NAI-Der Natur-Aktien-Index). Es gibt nämlich - insbesondere im Hinblick auf die Notwendigkeit eines unverfälschten Wettbewerbs - Erwägungen des Allgemeininteresses, die es ratsam erscheinen lassen, dass bestimmte Zeichen von allen Wettbewerbern frei verwendet werden können. Solche Zeichen oder Angaben dürfen deshalb nicht aufgrund einer Eintragung nur für ein Unternehmen monopolisiert werden (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 (Nr. 25) - Chiemsee; EuGH GRUR 2004, 146 (Nr. 31) - DOUBLEMINT; EuGH GRUR 2004, 674 (Nr. 54, 56) - Postkantoor; EuGH GRUR 2004, 680 (Nr. 35 - 36) - BIOMILD; vgl. auch Ströbele in Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Auflage § 8 Rd. 265 m. w. N.).

b)

Das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist gegeben, wenn das schutzsuchende Zeichen zur Beschreibung von Merkmalen der Waren oder Dienstleistungen dienen kann, also hierzu geeignet ist. Es ist nicht erforderlich, dass das Zeichen im aktuellen Sprachgebrauch bereits verwendet wird und lexikalisch nachgewiesen werden kann (EuGH GRUR 2004, 146, 147 (Nr. 32) - DOUBLEMINT; EuGH GRUR 2004, 680 (Nr. 38) - BIOMILD; BGH GRUR 2012, 276 (Nr. 8) - Institut der Norddeutschen Wirtschaft e.V.; Ströbele in Ströbele/Hacker a. a. O. § 8 Rn. 280). Das Wort muss jedoch bezogen auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen verständlichen, beschreibenden Sinn haben, also - für die beteiligten Verkehrskreise verständlich - ein Merkmal der

in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnen, wobei auch eine vage und unbestimmte Bezeichnung ausreichen kann (vgl. BGH GRUR 2000, 882 (Nr. 17) - Bücher für eine bessere Welt; BGH GRUR 2008, 900 (Nr. 15) - SPA II; BPatG vom 10.7.2012, 33 W (pat) 528/11 - ETHIKBANK).

Allerdings muss das Wort den angesprochenen Verkehrskreisen unmittelbar als verständlich erscheinen. Dabei darf einerseits die Verständnissfähigkeit des Publikums nicht zu gering veranschlagt werden. Andererseits darf nicht davon ausgegangen werden, dass das Publikum die Marke einer näheren analysierenden Betrachtung unterzieht (BGH GRUR 2001, 162, 163 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION; HK-Fuchs-Wisseemann, Markenrecht, 2. Auflage § 8 MarkenG Rn. 34; Ströbele a. a. O. § 8 Rn. 298) und insofern einen „gewissen Interpretationsaufwand“ einsetzt (EuGH GRUR 2010, 228 Nr. 59 - Vorsprung durch Technik). Ist das Wort mehrdeutig, so hilft dieser Umstand nicht über das Schutzhindernis hinweg, solange mindestens eine der in Betracht kommenden Bedeutungen beschreibenden Charakter hat (EuGH GRUR 2004, 146 (Nr. 32) - Doublemint; EuGH GRUR 2004, 674 (Nr. 97) - Postkantoor; BGH GRUR 2010, 825 (Nr. 15) - Marlene-Dietrich-Bildnis II; Ströbele in Ströbele/Hacker a. a. O. § 8 Rn. 301).

c)

Gemessen an diesem Maßstab sind die Voraussetzungen des Schutzhindernisses erfüllt.

aa) „Neo“ ist ein Wortbildungselement, das vom dem griechischen Wort „néos“ („neu“) abstammt. „Neo“ findet sich üblicherweise als Präfix in Wortkombinationen wie Neofaschismus, Neoklassizismus, Neoliberalismus, Neologismus usw. Das Präfix bedeutet entweder „neu“, „jung“, oder es bringt zum Ausdruck, dass etwas Altes wiederbelebt oder weiterentwickelt worden ist (Duden, Das große Fremdwörterbuch, 4. Auflage; Duden, Deutsches Universalwörterbuch, 7. Auflage).

In dieser Bedeutung ist „Neo“ allgemein bekannt (vgl. BPatG vom 20.3.2000, 30 W (pat) 178/99 - neoTips; BPatG vom 20.2.2008, 28 W (pat) 133/07 - neoCLIPS) und somit auch den hier angesprochenen Verkehrskreisen - zu denen die mit der Entwicklung, dem Bau und dem Betrieb von Flugzeugen befassten Fachverkehrskreise gehören - geläufig. Wenn das schutzsuchende Zeichen ausschließlich aus Großbuchstaben („NEO“) besteht, so kann das zwar dazu führen, dass das Publikum hinter den Buchstaben zugleich eine Abkürzung, also ein sogenanntes Akronym, vermutet. Es ändert aber nichts daran, dass das Publikum in dem Zeichen zugleich das ihm bekannte Präfix „Neo“ erkennt. Die Großschreibung - sei es eines Teils eines Wortzeichens oder des gesamten Wortzeichens - ist ein werbeübliches Gestaltungsmittel und nicht so ungewöhnlich, dass es dem Publikum das Verständnis des Zeichens erschweren würde (vgl. BPatG GRUR 2008, 77 - QUELLGOLD/Goldquell; BPatG GRUR 2011, 918 - STUBENGASSE MÜNSTER; BPatG vom 2.2.2009, 32 W (pat) 141/07 - dolce vita/Dolce Vita; BPatG vom 15.9.2009, 27 W (pat) 138/08 - MEISTER WERK; BPatG vom 24.5.2012, 25 W (pat) 539/11 - GET IT RIGHT; BPatG vom 13.9.2012, 25 W (pat) 526/11 - DEUTSCHLANDTOAST; OLG Düsseldorf GRURPrax 2010, 55 - comm-x/XCOM).

bb) „Neo“ (oder „NEO“) wird - worauf die Anmelderin zutreffend hinweist - in Fließtexten nicht als selbständiges Wort gebraucht; vielmehr tritt „Neo“ nur als Wortbildungselement (Präfix) auf. Der Markenstelle ist jedoch darin zu folgen, dass dies nichts an der Verständlichkeit von „NEO“ ändert, wenn das Zeichen in Alleinstellung verwendet wird.

Da allgemein bekannt ist, dass „Neofaschismus“ so viel bedeutet wie „neuer Faschismus“ oder „wiederbelebter Faschismus“, „Neoklassizismus“ so viel wie „neuer“ oder „wiederbelebter Klassizismus“, „Neoliberalismus“ so viel wie „neuer“, „weiterentwickelter“ oder „wiederbelebter Liberalismus“ und „Neologismus“ so viel wie „neue Sprechweise“, ist dem Publikum auch ohne analysierende Gedankenschritte verständlich, dass „Neo“ („NEO“) so viel bedeutet wie „neu“, „weiterent-

wickelt“ oder „wiederbelebt“, und dass es auch in Alleinstellung diese Bedeutung hat. Dafür spricht - wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat - auch die hohe schriftbildliche Ähnlichkeit mit dem deutschen Wort „neu“, ebenso mit dem englischen „new“, das zum Grundwortschatz des Englischen gehört und somit einem relevanten Teil des inländischen Publikums bekannt ist.

Dass „Neo“ (oder „NEO“) in dieser Bedeutung im aktuellen Sprachgebrauch in Alleinstellung tatsächlich verwendet wird, ist nach dem oben (1. b) dargelegten rechtlichen Maßstab nicht erforderlich. Wenn die Beschwerdebegründung rügt, dass die Gebräuchlichkeit von „Neo“ oder „NEO“ in Alleinstellung nicht nachgewiesen sei, so ist dem entgegenzuhalten, dass das Schutzhindernis einen solchen Nachweis nicht voraussetzt.

In den Ausführungen der Markenstelle, dass „Neo“ in der Bedeutung „neu, erneuert, jung“ verwendet werde, und dass es sich um ein gebräuchliches Präfix handle, liegt - entgegen der Beschwerdebegründung - kein Widerspruch. Es ist nicht erkennbar, warum beide Aussagen nicht gleichzeitig zutreffen sollten: „Neo“ kann als Präfix in der Bedeutung „neu“, „erneuert“ oder „jung“ verwendet werden. Aus dieser üblichen und gebräuchlichen Verwendung kann das Publikum ohne weiteres schließen, dass die Worte „Neo“ und „NEO“ auch in Alleinstellung dieselbe Bedeutung haben.

cc) Es kommt hinzu, dass „Neo“ (teilweise in Großbuchstaben, teilweise in Kleinbuchstaben, und teilweise nur mit dem „N“ als Großbuchstaben) häufig als beschreibendes Element in Unternehmens- und Produktnamen verwendet wird. Auf das entsprechende Ergebnis einer Internetrecherche hat der Senat die Anmelderin hingewiesen. Dem sind bspw. die nachfolgenden Belege zu entnehmen:

„NEO Air Charter GmbH“ heißt ein Unternehmen mit Sitz in Egelsbach.

„NEO Business Partners“ ist ein in Hannover ansässiger Unternehmensberater.

„Neo System Tec“ ist der Name eines nordrhein-westfälischen Anlagen- und Sondermaschinenbau-Unternehmens.

Die „Neo Energie GmbH“ ist im Bereich der „neuen Energien“ (Solarenergie) tätig.

„NEO“ ist der Name eines Helikopters zum Eigenbau, mit dem eine „neue Generation von Hubschraubern“ beginnen soll.

„SP-NEO“ heißt ein Flugzeug des Herstellers Hawker Beechcraft.

„NEO S-300“ ist ein in der Schweiz hergestellter unbemannter Flugkörper.

„NeoOffice“ wird als Bürosoftware angeboten.

„Xperia neo“ ist ein Smartphone von Sony Ericsson.

Falk bietet einen „NEO 450“ Navigator an.

Ein „neuer Freisprecher“ für das Auto wird als „Parrot Minikit Neo“ angeboten.

„Neo Geo Pocket“ wurde 1998 als Handheld-Spielkonsole auf den Markt gebracht.

Die Firma adidas bietet unter dem Label „NEO“ Schuhe und Bekleidung für Teenager an.

„Spektrum neo“ ist eine Wissenschafts-Zeitschrift für Kinder.

„ZDFneo“ heißt ein Fernsehsender.

Das Element „Neo“ wird in diesen Zusammenhängen außerhalb geläufiger Wortverbindungen (Neoliberalismus, Neofaschismus usw.) verwendet. Auch das spricht dafür, dass das Publikum daran gewöhnt ist, „NEO“ auch in Alleinstellung als Zeichenfolge zu verstehen, die auf Neues oder neu Entwickeltes hinweist.

dd) Verstehen die angesprochenen Verkehrskreise „NEO“ als „neu“, „wiederbelebt“ oder „weiterentwickelt“, so wird damit im Verständnis des Publikums ein Merkmal der beanspruchten Waren und Dienstleistungen beschrieben. Darin unterscheidet sich die Anmeldemarke von dem in der Beschwerdebegründung genannten Zeichen „para“ („neben“), das ebenfalls als Präfix Bedeutung hat („Paramilitär“, „Parapsychologie“, „paranormal“ usw.) und folglich auch in Alleinstellung verstanden werden kann, insofern aber keine warenbeschreibende Bedeutung hat (vgl. HABM (Beschwerdekammer) vom 28.4.1999, R 204/98-1 - Para).

Bei den beanspruchten Waren kann das Zeichen „NEO“ bedeuten, dass sie neu (also nicht gebraucht) sind, oder dass sie neu entwickelt (also technisch auf dem neuesten Stand) sind. Die Mehrdeutigkeit lässt das Schutzhindernis nicht entfallen (oben 1. b). Auch der Umstand, dass es sich um eine vage und unbestimmte Beschreibung handeln mag, kann der Beschwerde nicht zum Erfolg verhelfen. Das Schutzhindernis setzt nach dem oben (1. b) dargestellten Maßstab keine konkrete Beschreibung in dem Sinne voraus, dass es erforderlich wäre, genau zum Ausdruck zu bringen, was hier neu oder neu entwickelt worden ist.

Bei den Dienstleistungen kann das Zeichen zum Ausdruck bringen, dass sie auf neu entwickelten Methoden beruhen. Soweit es um Wartungs- und Reparaturarbeiten geht, kann das Zeichen auch darauf hinweisen, dass die Flugzeuge durch diese Arbeiten erneuert oder in einen neuwertigen Zustand versetzt werden.

2.

Auch das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist gegeben.

Soweit ein Zeichen Merkmale von Waren und Dienstleistungen unmittelbar beschreibt, fehlt ihm auch die Unterscheidungskraft (EuGH GRUR 2004, 674 Nr. 86 - Postkantoor; EuGH GRUR 2004, 680 Nr. 19 - BIOMILD). Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht (vgl. BGH GRUR 2008, 710 Nr. 16 - VISAGE; BGH GRUR 2006, 850 Nr. 19 - FUSSBALL WM 2006 m. w. N.).

3.

Voreintragungen anderer Marken und Entscheidungen des HABM binden die Markenstelle und den Senat nicht (EuGH GRUR 2009, 667 - Schwabenpost; BGH GRUR 1997, 527 - Autofelge; BGH GRUR 2011, 230 - SUPERgirl; BPatGE 51, 157 - Linuxwerkstatt; BPatG GRUR 2009, 1175 - Burg Lissingen; Ströbele in Ströbele/Hacker a. a. O. § 8 Rn. 36 ff.). Zudem gibt es keine die Zeichen „NEO“, „Neo“ und „neo“ betreffende einheitliche Eintragungspraxis. Eine Reihe solcher Marken ist zwar - worauf die Anmelderin zutreffend hinweist - eingetragen worden. Dagegen ist auch eine Reihe solcher Anmeldungen zurückgewiesen worden, oder die Anmeldung ist zurückgenommen worden, was in der Regel nach einem Hinweis des Amtes auf ein Schutzhindernis geschieht. Belege dafür sind der Anmelderin mit dem Hinweis des Senats übersandt worden.

Die in der Beschwerdebeurteilung angeführte Auffassung des HABM, das sich in einem Kollisionsverfahren zur Kennzeichnungskraft einer Marke „neo“ geäußert hat, erscheint dem Senat aus den oben dargelegten Gründen nicht als überzeu-

gend. Ist dem Verkehr die Bedeutung von „Neo“ als Präfix geläufig, dann sind keine analysierenden Gedankenschritte notwendig, um zu der Erkenntnis zu gelangen, dass „Neo“ („NEO“) in Alleinstellung dieselbe Bedeutung hat. Und wenn ein Gegenstand oder eine Dienstleistung als „neu“ dargestellt werden, so wird damit eines ihrer Merkmale beschrieben; es handelt sich nicht nur um einen vagen beschreibenden Anklang.

4.

Die angefochtene Entscheidung ist nicht - wie von der Anmelderin angeregt - gemäß § 70 Abs. 3 Nr. 2 MarkenG aufzuheben.

Es kann offenbleiben, ob ein wesentlicher Verfahrensmangel (§ 70 Abs. 3 Nr. 2 MarkenG) darin liegt, dass die Markenstelle in der Begründung des angefochtenen Beschlusses nur auf die beanspruchten Waren, nicht jedoch auf die beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 37 und 39 eingegangen ist. Eine Zurückverweisung entspricht in solchen Fällen in der Regel nicht den Erfordernissen der Prozessökonomie (vgl. Knoll in Ströbele/Hacker, MarkenG, 10. Auflage § 70 Rn. 8 a. E.). Anders kann es sich dann verhalten, wenn der vorliegende Mangel nur durch eine weitere Aufklärung des Sachverhalts behoben werden kann, so wenn noch dem Verdacht einer bösgläubigen Markenmeldung im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG nachzugehen ist (BPatG vom 30.7.2008, 32 W (pat) 145/07). Eine Zurückverweisung kann auch dann angebracht sein, wenn die Begründung des angefochtenen Beschlusses so lückenhaft, unklar oder widersprüchlich ist, dass dies einem vollständigen Fehlen von Gründen (§§ 83 Abs. 3 Nr. 6 MarkenG, 547 Nr. 6 ZPO) gleichkommt (BPatG vom 22.9.2009, 33 W (pat) 52/08 Nr. 53 - Burg Lissingen).

Beides trifft hier nicht zu. Eine umfangreiche, über die übliche Internetrecherche hinausgehende Sachverhaltsaufklärung ist nicht erforderlich. Die Gründe des angefochtenen Beschlusses bestehen nicht ausschließlich aus allgemeinen Aussagen; vielmehr setzen sie sich mit dem hier schutzsuchenden Zeichen auseinander.

Der Senat hat ohne weiteres prüfen können, ob die Erwägungen der Markenstelle zu den beanspruchten Waren zutreffen, und ob diese auch auf die beanspruchten Dienstleistungen zu übertragen sind.

5.

Es besteht kein Anlass, die Rückzahlung der Beschwerdegebühr anzuordnen (§ 71 Abs. 3 MarkenG). Grobe Rechtsfehler der Markenstelle oder sonstige Billigkeitsgründe, die für eine solche Anordnung sprechen könnten (vgl. BPatG vom 15.8.2012, 26 W (pat) 520/12 - Trend Factory; BPatG vom 16.10.2012, 33 W (pat) 21/11 - LINDENAU BAY; Knoll in Ströbele/Hacker a. a. O. § 71 Rn. 44 ff.), sind nicht ersichtlich.

Bender

Dr. Hoppe

Dr. Wache

CI