



BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 567/14

(Aktenzeichen)

Verkündet am
13. Januar 2015

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2013 033 622.4

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 13. Januar 2015 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Metternich sowie der Richter Heimen und Schmid

beschlossen:

Die Beschwerde des Anmelders wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Mit Beschluss vom 31. Juli 2014 hat die Markenstelle für Klasse 37 des Deutschen Patent- und Markenamtes (DPMA) die am 27. Mai 2013 erfolgte und unter Nr. 30 2013 033 622.4 geführte Anmeldung des als Wort-Bildmarke eingereichten, nachfolgend abgebildeten Zeichens



für Dienstleistungen der Klasse 37, nämlich

Bauwesen, Reinigung, Instandhaltung, Aufbereitung, Sanierung von Gebäuden und Gebäudeteilen, Reparaturwesen am Bau jeweils im Innen- und Außenbereich

zurückgewiesen.

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, es fehle dem angemeldeten Zeichen für die beanspruchten Dienstleistungen an Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Es setze sich, ohne weiteres ersichtlich, aus zwei einfachen beschreibenden Wörtern der deutschen und englischen Sprache und einem ebenfalls beschreibenden Bildelement zusammen. Der vorangestellte deutsche Begriff "Fugen" bezeichne die Zwischenräume zwischen zwei Bauteilen, z. B. Fliesen, Mauerwerk, Maschinenteilen. Das nachgestellte, aus der englischen Sprache stammende Wortelement "clean" bedeute übersetzt "sauber, rein". Dieses Wort habe schon seit längerer Zeit Eingang in den deutschen Alltags- und Werbewort-

schatz gefunden und werde einzeln, in Wortfolgen und auch kombiniert im Sinne von: "Reinigung, reinigen, Säuberung, säubern" verwendet.

Die Bedeutung der Bezeichnung "Fugenclean" im Sinne von "Fugenrein(heit), Fugenreiniger, Fugenreinigung" erschließe sich dem Verkehr ohne analysierende Betrachtungsweise unmittelbar. Sie sei für die beanspruchten Dienstleistungen dahingehend beschreibend, dass diese Dienstleistungen von einem Unternehmen angeboten würden, welches sich insbesondere auf die Reinhaltung und/oder Säuberung von Fugen aller Art spezialisiert habe.

Die grafische Gestaltung des angemeldeten Zeichen ändere an diesem, es lediglich als beschreibenden Sachhinweis auffassenden Verständnis nichts, weil es sich um allseits gebräuchliche Gestaltungsmittel handele, welche den Begriff "Fugen" lediglich grafisch darstellten und dem die Verbraucher im Bereich der Fugenreinigung häufig begegneten.

Dagegen wendet sich der Anmelder mit seiner Beschwerde.

Er ist der Auffassung, das Zeichen sei unterscheidungskräftig. Es weise erkennbar drei verschiedene Elemente auf, nämlich ein deutsches Substantiv, ein englisches Adjektiv und ein grafisches Element in Form eines mit sich rechtwinklig kreuzenden weißen Linien in Form eines Gitters durchzogenen Kreises in grauer Farbe, dessen Durchmesser dem Wortbestandteil „clean“ entspreche. Schon die Zusammenstellung der Wortbestandteile sei ungewöhnlich, denn es sei im Bereich der beanspruchten Dienstleistungen sprachunüblich, ein deutsches Substantiv mit einem Adjektiv der englischen Sprache zu kombinieren.

Der von der Markenstelle zugrunde gelegte Bedeutungsgehalt sei vom angesprochenen Verkehr auch nicht ohne mehrere gedankliche Schlussfolgerungen und eine analysierende Betrachtungsweise zu erkennen.

Der Anmelder ist ferner der Auffassung, der Begriff „Fugen“ habe im Bereich der beanspruchten Dienstleistungen keine beschreibende Bedeutung. Die von der Markenstelle angenommene Bedeutung des Begriffes „Fugen“ sei unscharf, denn mit „Fuge“ werde der (offene) Zwischenraum zwischen zwei Bauteilen (z. B. Fliesen) bezeichnet, der geschlossene Zwischenraum werde hingegen als „Verfu-

gung“ bezeichnet, nur diese könne von den beanspruchten Dienstleistungen betroffen sein. Dagegen würden diese keine „Fugen“ im vorgenannten Sinne betreffen. Der Bedeutungsinhalt des Begriffes „Fugen“ dürfe nicht zum Nachteil des Anmelders ausgedehnt werden. Die Markenstelle habe des Weiteren auch den Farbverlauf des Zeichens sowie den lupenartigen Effekt des Kachelfeldes nicht gewürdigt. Schließlich spiegelten die aufgeführten Belege nicht die Verkehrsauffassung zum Zeitpunkt der Anmeldung wieder.

In der mündlichen Verhandlung hat der Anmelder das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen hilfsweise wie folgt gefasst:

„Bauwesen, Reinigung, Instandhaltung, Aufbereitung, Sanierung von Gebäuden und Gebäudeteilen, Reparaturwesen am Bau jeweils im Innen- und Außenbereich, jedoch ausschließlich nur als Dienstleistungen, soweit nicht Fugen als Spalt oder Zwischenraum zwischen zwei Bauteilen oder -materialien betroffen sind“

Er hat beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 37 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 31. Juli 2014 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten verwiesen.

II.

Die zulässige, insbesondere gemäß §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG statthafte Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, weil einer Eintragung des angemeldeten Zeichens das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegensteht.



gensteht. Denn das angemeldete Zeichen (i. F. „Fugenclean“) wird für alle beanspruchten Dienstleistungen als beschreibender Sachhinweis, nicht hingegen als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden, so dass es keine markenrechtliche Unterscheidungskraft aufweist. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht als nicht unterscheidungskräftig nach § 37 Abs. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. u. a. EuGH GRUR 2004, 428, Tz. 30, 31 - Henkel; BGH GRUR 2006, 850, Tz. 17 - FUSSBALL WM 2006). Auch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft ist im Lichte des Allgemeininteresses auszulegen, wobei dieses darin besteht, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 608 [Tz. 60] - Libertel). Hierbei wird das Allgemeininteresse nicht nur durch unmittelbare oder tatsächliche Behinderungen, sondern bereits durch eine bloße potentielle Beeinträchtigung der wettbewerblichen Grundfreiheiten tangiert (vgl. Alber, GRUR 2005, 127, 129 - Das Allgemeininteresse in der markenrechtlichen Entscheidungspraxis des EuGH mit weiteren Nachweisen). Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Bezeichnungen, denen der Verkehr im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (vgl. BGH 2006, 850, Tz. 19 - FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674, Tz. 86 - Postkantor). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u. a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH - FUSSBALL WM 2006, a. a. O.).

Bei der Beurteilung des Schutzhindernisses des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist ferner maßgeblich auf die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise abzustellen, wobei dies alle Kreise sind, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann. Dies sind vorliegend sowohl die breitesten Verkehrskreise der Endverbraucher als auch Fachkreise (Handel/Industrie) im Bereich von Bauleistungen, Reinigungs- und Instandhaltungsdienstleistungen.

Bei der Beurteilung des Schutzhindernisses fehlender Unterscheidungskraft kommt es ferner auf das Verkehrsverständnis zum Zeitpunkt der Anmeldung des jeweiligen Zeichens an (BGH GRUR 2013, 1143, Tz. 15 – Aus Akten werden Fakten).

1.) Ausgehend von diesen Grundsätzen werden die maßgeblichen Verkehrskreise, das angemeldete Zeichen, wenn es ihnen in Verbindung mit den vom Hauptantrag umfassten Dienstleistungen begegnet, nicht als betrieblichen Herkunftshinweis, sondern ausschließlich als beschreibenden Sachhinweis auffassen.

Denn der Wortbestandteil besteht, für den angesprochenen Verkehr ohne weiteres erkennbar, aus den beiden Worten „Fugen“ (lt. Wikipedia-Auszug: „ein gewollter oder toleranzbedingter Spalt oder Zwischenraum zwischen zwei Bauteilen oder Materialien“, vom Anmelder in der mdl. Verhandlung überreicht) und „clean“ (übersetzt u. a. „glatt, sauber, tadellos“, vgl. Langenscheidt, Muret-Sanders, Großwörterbuch Englisch-Deutsch, 2010, S. 184, d. Anm. als Anl. 1 z. Ladungsvfg. übersandt). Der angesprochene Verkehr wird den Wortbestandteil „Fugenclean“ ohne gedankliche Zwischenschritte und ohne analysierende Betrachtungsweise als „Fugen sauber, rein“ auffassen.

Mit dieser Bedeutung ist die Angabe für sämtliche mit dem Hauptantrag beanspruchten Dienstleistungen lediglich beschreibend, da die Dienstleistungen „Bauwesen, Instandhaltung, Aufbereitung, Sanierung von Gebäuden und Gebäudeteilen, Reparaturwesen am Bau jeweils im Innen- und Außenbereich“ regelmäßig unterschiedliche, gegebenenfalls auch nur angrenzende Bauteile und Baumaterialien und den jeweiligen Zwischenraum, also die „Fugen“ betreffen können. Insbesondere umfassen die weit gefassten Oberbegriffe auch solche Leistungen in oder

an Gebäuden, die notwendigerweise mit der Herstellung, Instandsetzung oder Reinigung von „Fugen“ einhergehen, beispielsweise Fliesenlegearbeiten, Pflasterarbeiten oder Maurerarbeiten. Die „saubere“ – auch im Sinne von „fehlerfrei, tadellos“ – Herstellung der Fugen wird vom angesprochenen Verkehr auch als wesentlicher Leistungsmerkmal der vorgenannten Baudienstleistungen, die den Dienstleistungsüberbegriffen unterfallen, angesehen. Auch im Bereich von Reinigungsdienstleistungen wird die Angabe „Fugenclean“ i. S. v. „saubere Fugen“ als angestrebtes Ergebnis dieser Dienstleistungen verstanden, hingegen nicht als Hinweis auf ein konkretes Unternehmen.

Die Auffassung des Anmelders, der Verkehr werde den Begriff „Fuge“ lediglich als Bezeichnung für den (noch) nicht verfüllten Zwischenraum auffassen, während im fertiggestellten Zustand der Begriff „Verfugung“ verwendet werde, geht fehl. Wie bereits die Markenstelle im angefochtenen Beschluss ausgeführt hat, versteht der angesprochene Verkehr, insbesondere der allgemeine Endverbraucher unter dem Begriff „Fuge“ sowohl den offenen als auch den gefüllten, also verfügten Zwischenraum zwischen zwei Bauteilen (z. B. Fliesen). Dieses sprachübliche Verständnis belegen nicht nur die von der Markenstelle aufgeführten Belege, wonach Reinigungsmittel für bereits verfügte Zwischenräume eindeutig erkennbar als „Fugenreiniger“ bezeichnet werden (vgl. die Abbildungen auf S. 6 d. Beschl. v. 31.07.2014); dies belegt auch die vom Anmelder selbst vorgelegte Unterlage (Wikipedia-Auszug, Bl. 41 d. A.), in welcher ebenfalls deutlich wird, dass auch verfüllte Zwischenräume sprachüblich als „Fuge“ benannt werden (z. B. „Anschlussfuge“ „Wartungsfuge“) und nicht, wie der Anmelder vorgetragen hat, als „Verfugung“.

Der Anmelder kann dagegen auch nicht mit Erfolg einwenden, die vorgelegten Belege für das Verständnis des Verkehrs vom Begriff „Fuge“ stammten erst aus dem Jahr nach der Anmeldung der Marke. Der Umstand, dass die Schutzunfähigkeit einer Bezeichnung zum Zeitpunkt ihrer Anmeldung festgestellt werden muss, bedeutet nicht, dass Belege aus dem Zeitraum des Anmeldeverfahrens untauglich wären, zuverlässige Rückschlüsse auf die Verhältnisse zum Zeitpunkt der Anmeldung zu ziehen. Vor allem wenn, wie hier, das maßgebliche Verkehrsverständnis

über einen längeren Zeitraum erkennbar keinen Veränderungen unterworfen ist und auch kein Hinweis darauf vorliegt, dass nach der Anmeldung ein Anlass für eine solche Veränderung gegeben war, kann aus den gegenwärtigen Erkenntnissen regelmäßig zuverlässig auf die Sachlage zum Anmeldezeitpunkt geschlossen werden.

Der Umstand, dass der Wortbestandteil aus einem deutschen Substantiv und einem Adjektiv der englischen Sprache gebildet ist, führt vorliegend ebenfalls nicht zu einer anderen Bewertung. Der angesprochene Verkehr wird weder der grammatikalisch inkorrekten Nachstellung der Adjektivs „clean“ noch der Zugehörigkeit der beiden Begriffe „Fugen“ und „clean“ zu unterschiedlichen Sprachen eine betriebskennzeichnende Eigentümlichkeit bzw. Wirkung zuordnen. Beide Gestaltungselemente entsprechen der gängigen Werbepaxis. Insbesondere Kombinationen von deutschen und englischen Wörtern sind in der inländischen Werbesprache vielfach gebräuchlich und vermögen daher nicht als betrieblicher Herkunftshinweis zu dienen. Dies gilt umso mehr, als das englische Adjektiv „clean“ vielfach bereits zusammen mit deutschen Begriffen verwendet wird (z. B. „Parkett Clean“ für die Reinigung von Parkettböden, vgl. dazu die mit Ladungsvfg. übersandten Belege). Dabei ist ferner zu berücksichtigen, dass die angesprochenen Verkehrskreise Kennzeichen erfahrungsgemäß so aufnehmen, wie sie ihnen entgegen treten und sie keiner näheren analysierenden Betrachtung unterziehen. Deshalb werden selbst neue und sprachregelwidrige Wortkombinationen mit einer unmittelbar verständlichen Sachaussage nur als solche aufgefasst und nicht (zumindest auch) als betriebskennzeichnender Hinweis.

Ein objektiv schutzbegründender Überschuss, durch welchen die Verbindung der Wortbestandteile „Fugen“- und „-clean“ einen eigenständigen Gesamteindruck bewirken könnte, der sich nicht in der bloßen Summenwirkung ihrer Elemente erschöpft (vgl. EuGH GRUR 2004, 678, Rn. 98-100 - Postkantoor; GRUR 2006, 229, 230, Rn. 31 - BioID; EuGH GRUR-RR 2008, 47, Tz. 43 - 47 - Map & Guide; EuGH GRUR 2010, 534, Tz. 43, 44 - PRANAHAUS; BGH GRUR 1998, 394, 396 - Active Line), kommt der Wortkombination „Fugenclean“ mit ihrer Bedeutung „reine, sau-

bere Fugen“ in Verbindung mit den hier in Rede stehenden Waren ebenso nicht zu. Entgegen der vom Anmelder geäußerten Auffassung bedarf es für einen Betrachter, der den beanspruchten, mit „Fugenclean“ angebotenen Dienstleistungen im Verkehr begegnet und diese Wortkombination als „reine, saubere Fugen“ auffasst, keiner besonderen Kombinationsgabe oder analytischen Betrachtung, um „Fugenclean“ als Beschreibung für das angestrebte Ziel dieser Angebote zu verstehen.

Die gewählte grafische Gestaltung des angemeldeten Zeichens ist nicht derart ungewöhnlich, dass sie geeignet wäre, von der dargelegten beschreibenden Bedeutung der Wortelemente des Zeichens wegzuführen. Zwar können grafische Elemente – auch in Verbindung mit als solchen schutzunfähigen Wortbestandteilen - zu einem in seiner Gesamtheit unterscheidungskräftigen Zeichen führen, wenn es sich nicht lediglich um dekorative oder die in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen beschreibenden Elemente handelt (vgl. Ströbele/Hacker MarkenG, 11. Aufl., § 8 Rn. 268 m. w. N.). Einfache grafische Gestaltungselemente oder Verzierungen des Schriftbildes, an die sich der Verkehr durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, reichen dagegen nicht aus, um in Kombination mit einem nicht unterscheidungskräftigen Wortbestandteil dem Gesamtzeichen Unterscheidungskraft zu verschaffen (BGH GRUR 2001, 1153 - anti KALK; BGH GRUR 2008, 710, 711 Tz. 20 – VISAGE; BPatG, B. v. 3.2.2010, Az.: 26 W (pat) 57/09 - Ambiente Trendlife). Zudem sind an den erforderlichen „Überschuss“ umso größere Anforderungen zu stellen, je deutlicher der beschreibende Charakter der fraglichen Anlage selbst hervortritt (BGH GRUR 2001, 1153 - anti KALK). Soweit die Wortelemente – wie vorliegend - rein beschreibende Angaben enthalten, bedürfte es daher eines deutlich auffallenderen Hervortretens der graphischen Elemente als der gewählten Darstellung, um sich dem Verkehr als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen einzuprägen. Die unterschiedliche farbige Darstellung von verschiedenen Wortbestandteilen - hier dunkel und hell - gehört allerdings zu den einfachsten und werbeüblichen grafischen Gestaltungsmitteln und erleichtert dem Verkehr lediglich das Erkennen.

Auch die weitere bildliche Ausgestaltung, ein kreisförmiges Element als Hintergrund des Wortelementes „clean“, dessen Durchmesser es entspricht und das ein aus hellen Linien bestehendes quadratisches Gittermuster enthält, vermag ebenfalls nicht von der beschreibenden Sachaussage wegzuführen. Selbst wenn man mit dem Anmelder annimmt, dass es sich um eine lupenartige Darstellung handelt, zeigt sie lediglich einen - gegebenenfalls vergrößerten - Ausschnitt eines einwandfreien Fugenbildes, welches in dieser Form dem Verkehr beispielweise bei Fliesen, Kacheln oder auch Mauerwerk regelmäßig begegnet. Die bildliche Darstellung unterstützt lediglich den Bedeutungsgehalt des Begriffes „Fugenclean“ und vermag daher dem Gesamtzeichen keinen über die reine Sachaussage hinausgehenden schutzbegründenden Gehalt zu vermitteln.

In seiner Gesamtheit vermittelt das angemeldete Zeichen somit lediglich eine beschreibende Sachaussage, welche den Inhalt und Gegenstand der beanspruchten Dienstleistungen konkretisiert, aber keinen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Dienstleistungen.

2.) Das Schutzhindernis einer beschreibenden, nicht unterscheidungskräftigen Angabe nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG für die unter 1.) genannten Dienstleistungen wird auch nicht durch die vom Anmelder in der mündlichen Verhandlung hilfsweise erklärte Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses ausgeräumt. Unabhängig von der Frage der grundsätzlichen Zulässigkeit solcher innerprozessual bedingten Einschränkungen (vgl. dazu Ströbele/Hacker MarkenG, 11. Aufl., § 39 Rn. 7) kann die Formulierung „jedoch ausschließlich nur als Dienstleistungen, soweit nicht Fugen als Spalt oder Zwischenraum zwischen zwei Bauteilen oder –materialien betroffen sind“ im vorliegenden Fall nicht zur Schutzfähigkeit des angemeldeten Zeichens führen.

Eine solche Einschränkung ist unabhängig davon, ob sie bedingt oder unbedingt erklärt wird, nach der höchstrichterlichen Rechtsprechung unzulässig, wenn sie den wirtschaftlichen Charakter der Waren bzw. Dienstleistungen nicht verändert oder konkretisiert, so dass für den Verkehr kein rechtlich relevanter Unterschied zwischen den beiden Verzeichnissen erkennbar ist, da hieraus eine nicht hin-

nehmbare Rechtsunsicherheit über den Umfang des Markenschutzes entstünde (EuGH GRUR 2004, 674 Rz. 115 - Postkantoor; vgl. auch Ströbele/Hacker, MarkenG, 11. Aufl., § 8 Rn. 393 m. w. N.). Eine schutzbegründende Bedeutung ist solchen Einschränkungen vielmehr nur dann zuzusprechen, soweit sie die allgemeinen und objektiven Eigenschaften und Zweckbestimmungen der Waren und/oder Dienstleistungen in einer wirtschaftlich nachvollziehbaren und dauerhaften Weise abgrenzen (vgl. BGH GRUR 2013, 725 Rz. 33 - Duff Beer).

Daran fehlt es hier. Die einschränkende Formulierung schließt diejenigen Dienstleistungen aus, die – vereinfacht - Fugen zwischen zwei Bauteilen betreffen könnten. Mithin soll nach der hilfsweise eingereichten Formulierung ein für bestimmte Dienstleistungen angemeldetes Zeichen nur insoweit eingetragen sein, als die fraglichen Dienstleistungen ein bestimmtes, mit dem angemeldeten Zeichen gerade beschriebenes Merkmal nicht aufweisen. Eine derartige Bezeichnung von Dienstleistungen würde in die Irre führen und keine wirtschaftlich nachvollziehbare Abgrenzung zulassen. Es ist für den Verkehr anhand der Formulierung, so wie sie vom Anmelder eingereicht wurde, nicht möglich, den Bereich der Dienstleistungen, die dem Schutz unterfallen, objektiv abzugrenzen, weil er die unter dem angemeldeten Zeichen angebotenen und so bezeichneten Dienstleistungen anhand sachlicher Umstände nicht danach zu unterscheiden vermag, ob davon „Fugen“, also benachbarte Bauteile und damit mit auch der Zwischenraum zu ihnen, zumindest mittelbar betroffen sind oder ob dies nicht der Fall ist. Dies würde zu einer nicht hinnehmbaren Rechtsunsicherheit hinsichtlich des Umfangs des Markenschutzes führen. Dritte - insbesondere Konkurrenten - wären im Allgemeinen nicht darüber informiert, dass sich bei den Dienstleistungen der durch die Marke verliehene Schutz gerade nicht auf diejenigen Dienstleistungen erstreckt, deren Gegenstand ein bestimmtes Merkmal, nämlich Fugen aufweist, und könnten so dazu veranlasst werden, bei der Beschreibung ihrer eigenen Produkte auf die Verwendung der Zeichen oder Angaben zu verzichten, aus denen die Marke besteht und die dieses Merkmal beschreiben (vgl. EuGH MarkenR 2004, 99, 110 f. (Nr. 114 - 117) - Postkantoor).

Demnach war auch der Hilfsantrag als jedenfalls unbegründet zurückzuweisen.

3.) Die Rechtsbeschwerde war nicht zuzulassen, § 83 MarkenG. Der Senat hatte nicht über eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung, sondern auf der Grundlage der einschlägigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs und des Bundesgerichtshofs über einen Einzelfall zu entscheiden. Die Zulassung der Rechtsbeschwerde ist auch nicht zur Rechtsfortbildung oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erforderlich, weil weder zur Frage der Schutzfähigkeit des hier für bestimmte Waren und Dienstleistungen beanspruchten Gesamtzeichens, noch zur Frage der Bedeutung einzelner Zeichenbestandteile wie z. B. "Fugen" von Entscheidungen anderer Senate des Bundespatentgerichts oder anderer Gerichte abgewichen worden ist.

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,

5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Metternich

Heimen

Schmid

Bb