



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 503/15

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2014 048 423.4

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts im schriftlichen Verfahren am 21. September 2016 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Akintche und den Richter Dr. von Hartz

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

CREATOR SPACE

ist am 27. Mai 2014 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für nachfolgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Organisation von Events zu kommerziellen Zwecken, einschließlich Werbezwecken;

Klasse 38: Bereitstellung einer Website und/oder Online Community zum Austausch von Informationen und/oder Ideen.

Mit Beschluss vom 4. November 2014 hat die Markenstelle für Klasse 35 die Anmeldung gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG wegen fehlender Unterscheidungskraft und Vorliegens eines Freihaltebedürfnisses zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass sich das Zeichen aus zwei ohne weiteres verständlichen englischen Begriffen zusammensetze. Das aus dem Lateinischen stammende, englische Wort „CREATOR“ bedeute „Schöpfer“; den weiteren Begriff „SPACE“ werde ein rechtserheblicher Teil der Verkehrskreise in erster Linie in der Bedeutung Ort, Platz oder Raum erfassen. In der Gesamtheit gebe das Zeichen CREATOR SPACE lediglich einen unmittelbar beschreibenden Hinweis auf die Zweckbestimmung der beanspruchten Dienstleistungen, nämlich dahingehend, dass mit der Organisation von Events und der Bereitstellung des Zugriffs auf eine Webseite und/oder Online-Community für kreative Menschen

eine Plattform bzw. ein Raum für Begegnung und den Austausch von Inhalten bezüglich kreativer Schöpfungsprozesse geschaffen werde. Die vom Englischen abweichende Schreibweise „CREATOR SPACE“ anstelle von „CREATOR'S SPACE“ wirke als geringfügige Abweichung nicht schutzbegründend. Des Weiteren sei die angemeldete Bezeichnung trotz der Begriffsvielfalt von „Space“ nicht mehrdeutig, sondern lediglich in mehrfacher Hinsicht beschreibend.

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

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 vom
4. November 2014 aufzuheben.

Die Beschwerdeführerin ist der Auffassung, dass der angesprochene inländische Verkehr dem Zeichen „CREATOR SPACE“ keinen konkreten Begriffsinhalt entnehmen könne. Denn das englische Wort „SPACE“ habe zu viele verschiedenartige Bedeutungen. Überdies sei der durch die Aneinanderreihung der beiden Substantive „CREATOR“ und „SPACE“ gebildete Ausdruck lexikalisch nicht erfasst und grammatikalisch inkorrekt. Erst bei einer korrekten Zusammensetzung wie „THE CREATIVE SPACE“, „CREATORS' SPACE“ oder „CREATOR'S SPACE“ könne allenfalls der englischsprachige Verkehr die Aussage „(kreativer) Raum für Schöpfer“ erkennen. Im Übrigen vermittele die Bedeutung „Raum für Schöpfer/Kreative“ ohnehin keinen unmittelbaren und sofort verständlichen Bezug zu den beanspruchten Dienstleistungen. Bei den Dienstleistungen der Klasse 35, der Organisation von Events zu kommerziellen Zwecken, einschließlich Werbezwecken, werde stets ein konkreter, klar definierter Erfolg geschuldet, damit die organisierte Veranstaltung wie geplant stattfinden könne. Der Erbringung einer derartigen Dienstleistung organisatorischer Art schreibe der Verkehr weder kreatives Tätigwerden zu noch sei erheblich, ob sich das zu organisierende Event an kreativ tätige Leute richte. Die Dienstleistungen in Klasse 38 seien spezifische Computerkommunikations- und Internetzugriffsdienste, bei denen es sich um die

technische Bereitstellung von Telekommunikation handele, die somit keinen Bezug zum Anbieten von „Raum für Schöpfer“ hätten. Folglich bestünden für eine deutsche Marke keine Eintragungshindernisse, was schließlich durch die Vielzahl der Voreintragungen von Marken mit den Bestandteilen „CREATOR“ und/oder „SPACE“ sowie der Rechtsprechung in vergleichbaren Fällen bestätigt werde.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß §§ 66, 64 Abs. 6 S.1 MarkenG zulässige Beschwerde ist unbegründet.

Der Eintragung der angemeldeten Bezeichnung als Marke gemäß §§ 33 Abs. 2, 41 MarkenG steht hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen jedenfalls das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat der angemeldeten Bezeichnung daher zu Recht die Eintragung versagt.

1. 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 2010, 228 Rn. 33 - Audi AG/ HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2008, 608 Rn. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 - OUI; GRUR 2015, 173, 174 Rn. 15 - for you; GRUR 2013, 731 Rn. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 1396 - Starsat). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH a. a. O. - Audi AG/ HABM [Vorsprung

durch Technik]; BGH a. a. O. - OUI; a. a. O. - for you). 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. - OUI; a. a. O. - for you). 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 Rn. 53 - Henkel; BGH a. a. O. Rn. 10 - OUI; a. a. O. Rn. 16 - for you). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143, 1144, Rn. 15 - Aus Akten werden Fakten) 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 Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943 Rn. 24 - SAT 2; BGH WRP 2014, 449 Rn. 11 - grill meister).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, Rn. 86 - Postkantoor; BGH GRUR 2012, 1143 Rn. 9 - Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 11 - Link economy) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (BGH GRUR 2014, 872 Rn. 21 - Gute Laune Drops; GRUR 2010, 1100 Rn. 20 - TOOOR!). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, 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 2014, 1204 Rn. 16 - DüsseldorfCongress; a. a. O. Rn. 16 - Gute Laune Drops; a. a. O. Rn. 23 - TOOOR!). 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 Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146 Rn. 32 - DOUBLEMINT; 674 Rn. 97 - Postkantoor; GRUR 2004, 680 Rn. 38 - BIOMILD; GRUR 2003, 58 Rn. 21 - Companyline); dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe nur dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH MarkenR 2007, 204 Rn. 77 f. - CELLTECH; a. a. O. Rn. 98 - Postkantoor; a. a. O. Rn. 9 f. - BIOMILD; a. a. O. Rn. 28 - SAT 2; BGH, a. a. O. - DüsseldorfCongress).

Bei solchen aus mehreren Bestandteilen kombinierten Marken ist es schließlich zulässig, zunächst die Bestandteile getrennt zu betrachten, sofern die Beurteilung des Schutzhindernisses auf einer sich anschließenden Prüfung der Gesamtheit dieser Bestandteile beruht (vgl. EuGH GRUR 2004, 943 - SAT.2; GRUR 2006, 229 - BioID).

2. Diesen vorgenannten Anforderungen an die Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG genügt das angemeldete Zeichen „CREATOR SPACE“ nicht. Das hier relevante inländische Publikum wird das Zeichen ohne weiteres in seiner Gesamtbedeutung im Sinne von „Schöpferraum“ bzw. „(virtueller) Raum für Schöpfer/Kreative“ erfassen und wegen der darin enthaltenen Sachaussage keinen Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen erkennen.

- a) Von den hier beanspruchten Dienstleistungen werden neben den Fachkreisen im Bereich des Eventmanagements in erster Linie Unternehmen bzw. ein unternehmerisch tätiges Publikum angesprochen und im Bereich der Telekommunikation auch der Endverbraucher.
- b) Das Anmeldezeichen setzt sich aus den beiden englischen Substantiven „CREATOR“ und „SPACE“ zusammen.

Das Wort „CREATOR“ wird mit „Schöpfer, Erschaffer, Bildner, Urheber“ (vgl. LEO Online-Wörterbuch Englisch Deutsch unter www.leo.dict.org) oder auch mit „Autor, Erbauer, Entwerfer, Erfinder“ übersetzt; angesichts der großen sprachlichen und klanglichen Ähnlichkeit zu den deutschen Begriffen „Kreation“, „(der/die) Kreative“, „Kreativität“ (vgl. DUDEN, Online Wörterbuch; alle zurückgehend auf „Schöpfer, schöpferisch, schöpferische Kraft; Ideen habend und diese gestalterisch verwirklichend) wird das Wort in dieser Bedeutung - letztlich als „schöpferischer/kreativer Mensch“ - ohne weiteres verstanden.

Der weitere Bestandteil „SPACE“ ist das englische Wort für „Raum, Platz“ und wird über den eingedeutschten Begriff „WebSpace“ (= (Speicher)Platz für eine Website, DUDEN Online) auch im Sinne von „virtueller Raum“ erfasst werden (vgl. schon BPatG, Beschluss vom 09.12.2003, 24 W (pat) 62/02 – JobSpace).

- c) Die Bedeutung des Gesamtzeichens „CREATOR SPACE“ ist nicht mehr als die Summe seiner Einzelbestandteile, besagt mithin nichts anderes als „Schöpferraum“ bzw. „(virtueller) Raum für kreative Menschen“.

aa) Anders als die Beschwerdeführerin meint, wird eine schutzbegründende Abweichung nicht durch eine grammatikalisch inkorrekte Zusammensetzung der Wörter erzielt. Entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin kann

aus der fehlenden Verwendung des sächsischen Genitivs bei Nominalkomposita wie dem angemeldeten Zeichen nicht bereits auf eine Begriffsbildung entgegen grammatikalischer Regeln geschlossen werden. Denn eine Nominalkomposition kann durch zwei separate, aufeinanderfolgende Substantive gebildet sein, wobei dem ersten Substantiv eine Genitivbedeutung zukommt (siehe A. Francke „A Student's Advanced Grammar of English“, Abschnitte 012/6, 016/1). Neben der Wortbildung „CREATOR'S SPACE“ ist daher auch die angemeldete Bezeichnung „CREATOR SPACE“ korrekt gebildet; vergleichbare Begriffe bzw. Begriffskombinationen finden durchaus auch Verwendung, so beispielsweise „Creator Fair“ oder „Creator Lounge“ (vgl. die der Beschwerdeführerin vorab übermittelten Recherche-Ergebnisse des Senats, Bl. 67 und 69 d. A.).

bb) Ferner hatten Kombinationen aus einem der englischen Sprache entnommenen Begriff und dem englischen Substantiv „space“ zur Beschreibung eines öffentlich zugänglichen, aber auch eines virtuellen Raumes als Treffpunkt oder Plattform für eine dadurch näher definierte Zielgruppe zum Anmeldezeitpunkt bereits Eingang in den deutschen Sprachgebrauch gefunden, wie die Internetrecherche des Senats ergeben hat (Bl. 71-80 d. A.). So sind bzw. waren folgende Begriffe schon sachbeschreibend in Gebrauch:

- **Hackerspace:**

Unter dem Titel „Hintergründe zu einer neuen globalen Bewegung, kreative Räume zu schaffen“ ist in einem Artikel aus dem Jahr 2009 zu lesen: „Hackerspaces sind Orte, an denen kreative Leute zusammen-kommen.“

In einem Artikel aus „ZEIT ONLINE“ aus dem Jahr 2009 sind unter dem Titel „Heime für Hacker“ folgende Ausführungen zu finden: „...- weltweit schießen immer mehr selbstorganisierte Hackerspaces aus dem Boden, in denen der kreative Umgang mit Technik gepflegt wird...., definierte Hackerspaces als Räume, die Infrastruktur wie Rechner, Strom und

Netzanschluss stellen. Dort treffen sich Leute mit gemeinsamen Interessen an Wissenschaft, Technologie und digitaler Kunst. Kollaboration und Wissensaustausch werden groß geschrieben.“.

Ergänzend zur Begriffserläuterung s. Wikipedia, Die freie Enzyklopädie, Stichwort: Hackerspace.

- **Makerspace:**

Auf der Internetseite des Sächsischen Landesbibliothek wird Folgendes erläutert: „Makerspaces sind offene Räume für Menschen, neue Ideen und Do-It-Yourself-Projekte. Sie können hier neue Techniken ausprobieren, Erfahrungen tauschen und Mitstreiter finden. So funktioniert´s: Arbeitsflächen, Geräte und die Handbibliothek im Makerspace stehen allen Nutzerinnen und Nutzern der SLUB für eigene Projekte zur Verfügung. Unser Makerspace hält verschiedene technische Geräte für Sie bereit...“.

In einer Vorschau zur Messe Stuttgart ist zu lesen: „Maker Space – das Festival für Do-it-Yourself... Die Messe Stuttgart wird im November 2016 erneut zur Plattform für die Maker-Bewegung: auf dem Maker Space treffen experimentierfreudige Selbermacher und Technikenthusiasten auf Gleichgesinnte, auf Inspiration und Material für neue Projekte...Alle Maker sind eingeladen, ihre Produkte und Ideen auf der Messe vorzustellen – ob als Privatperson oder im Rahmen von Fablabs, Hackerspaces oder anderen Gruppierungen.“.

- **Coworker Space:**

In einem Beitrag auf einer Reisechat-Internetseite ist folgende Frage zu finden: „How to find coworker space in Berlin as a tourist?“.

Im Gründerlexikon werden diese Coworker bzw. coworking spaces wie folgt beschrieben: „Seit einigen Jahren zeichnet sich bei Freiberuflern ein neuer Trend im Bereich Arbeitsform ab: Coworking Spaces. Kreative, Startups und Freiberufler arbeiten in größeren Räumen zusammen und können auf

diese Weise voneinander profitieren. Coworking Spaces stellen Arbeitsplätze und Infrastruktur wie Netzwerk, Drucker, Scanner, Fax, Telefon, Beamer, Besprechungsräume auf Tages-, Wochen- oder Monatsbasis. So entstehen schnell Gemeinschaften, die voneinander profitieren.“.

Ergänzend zum Fachbegriff „Coworking Space“ s. Wikipedia und unter www.deskmag.com/de/was-coworking-spaces-bieten-162.

cc) Des Weiteren ist auch der englische Begriff „CREATOR“ (bzw. Co-Creator“) sowohl in der deutschen Umgangssprache wie auch in der Fachsprache - im Kontext des sog. „Open Innovation“ - zu finden, wie die der Beschwerdeführerin übersandten Verwendungsbeispiele zeigen (Bl. 81-87 d. A.); dies gilt im Übrigen auch für die Wortkombinationen „Creator area“ („Creator area – Basteleien unserer Teams und mehr“) oder „creatorstudio“ (unter adidas.com/creatorstudio können Fans das dritte Jersey ihres Lieblingsvereins nach ihren eigenen Wünschen gestalten und bis spätestens ...hochladen. Die Community bestimmt anschließend dann über die besten Entwürfe...Die croudgesourcten Kleidungsstücke sind für die gesamte Saison vorgesehen...“.).

dd) Nicht zuletzt wird der Begriff „CREATOR SPACE“ in der Bedeutung „Raum für Kreative“ bereits im Verkehr verwendet. So wurde um den Anmeldezeitpunkt im Zusammenhang mit der Makerspace-Bewegung auch von einer Creatorspace-Bewegung bzw. von Creator Spaces gesprochen. Wie aus der Internet-Recherche hervorgeht, befasst sich ein Aufsatz von ... M... mit dem Thema „Das Zeitalter des kreativen Endnutzers: Die LernLab, Creatorspace- und Makerspace-Bewegung und die Bibliotheken“ (Bl. 91 d. A.). Ferner wurde im Oktober 2014 auf der Seite „youtuberrelations.de“ notiert: „Weiterer Creator-Space in New York...Wie die New York Times berichtet, eröffnet Youtube in wenigen Wochen einen weiteren Creator Space in New York. Nach London, Tokyo und Los Angeles ist dies das weltweit vierte Youtuber-Studio. Das Studio kann von allen Videoma-

chern mit mehr als 5.000 Abonnenten unentgeltlich genutzt werden. Youtube will damit die Herstellung und Kooperation von Videos für die eigene Plattform vereinfachen...“.

- d) Vor diesem Hintergrund liegt die Annahme fern, dass die angesprochenen Verkehrskreise in der angemeldeten Bezeichnung einen individuellen betrieblichen Herkunftshinweis sehen. Im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen kommt „CREATOR SPACE“ vielmehr ein sachlich-beschreibender Aussagegehalt zu.

Bezüglich der in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen „*Organisation von Events zu kommerziellen Zwecken, einschließlich Werbezwecken*“ stellt „CREATOR SPACE“ eine schlagwortartige Inhalts- und Themenangabe dar (vgl. zu themenbezogenen Angaben bei Messen: BPatG, Beschluss vom 23.06.2015, 29 W (pat) 582/12 – Managing Trust; Beschluss vom 25.02.2015, 29 W (pat) 54/14 – Produkte suchen Produzenten; Beschluss vom 11.09.2013, 29 W (pat) 544/12 - WoMenPower; Beschluss vom 08.02.2012, 29 W (pat) 535/10 – MicroNanoTec). Die Bezeichnung beschreibt lediglich, dass es sich um die Organisation von Events handelt, die Raum für „Schöpfer“, also Designer, Erfinder, Erbauer, Autoren oder andere kreative Menschen bieten. Bei derartigen Events bzw. Veranstaltungen, die oftmals kommerzieller Natur sind, wie etwa Erfindermessen, bietet sich die Möglichkeit zur Ausstellung der Ergebnisse der kreativen Arbeit, für Inspirationen durch diese sowie zum Ideen- und Informationsaustausch mit Interessierten, seien es potenzielle Geldgeber, Unternehmen oder andere Kreative.

Hinsichtlich der Telekommunikationsdienstleistung „*Bereitstellung eines Zugriffs auf eine Website und/oder Online Community zum Austausch von Informationen und/oder Ideen*“ in Klasse 38 weist „CREATOR SPACE“ lediglich darauf hin, dass mit diesen Leistungen eine auf online-Basis funktionierende Plattform, ein virtueller Raum für kreative Menschen bereitgestellt wer-

den soll, der dem Austausch von Informationen, Erfahrungen, Anleitungen oder Ideen dient, was im Übrigen auch ausdrücklich der Dienstleistungsformulierung zu entnehmen ist.

- e) Der Umstand, dass der Bestandteil „SPACE“ weitere Bedeutungen wie beispielsweise „Weltraum“ oder „Leertaste“ hat, führt nicht zu einer die Schutzfähigkeit begründenden Mehrdeutigkeit. Denn die Bedeutung der Bestandteile ist nicht abstrakt-lexikalisch zu beurteilen, sondern stets in Zusammenhang mit den jeweils beanspruchten Waren und Dienstleistungen und der in dieser Branche verwendeten Sach- und Fachsprache zu sehen sowie zudem unter Berücksichtigung der konkreten Zusammensetzung mit dem vorangestellten Begriff „CREATOR“. Aus Sicht des Senats liegt daher eine andere Gesamtaussage als „Raum für Schöpfer/Kreative“ fern. Im Übrigen reicht es zur Schutzversagung aus, wenn das Zeichen in einer seiner möglichen Bedeutungen die beanspruchten Dienstleistungen beschreibt (BGH GRUR 2014, 872 Rn. 25 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 18 – HOT).

Das Anmeldezeichen erschöpft sich nach alledem in einem sachlichen Hinweis auf die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen und ist somit nicht geeignet, als betrieblicher Herkunftshinweis zu dienen.

3. Da schon das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob das angemeldete Zeichen darüber hinaus gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die fraglichen Dienstleistungen Freihaltungsbedürftig ist.
4. Die Beschwerdeführerin beruft sich schließlich ohne Erfolg auf verschiedene Eintragungen von Marken beim DPMA mit den Bestandteilen „CREATOR“ und „SPACE“ bzw. des Zeichens „SPACE CREATOR“. Bereits die Markenstelle hat zutreffend darauf hingewiesen, dass diese überwiegend hinsichtlich Wortbildung und/oder beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht vergleichbar

sind; dies gilt auch für die im Beschwerdeverfahren aufgeführten Zeichen Space Stars, SPACE COWBOYS, SPACE TOUCH, METAL SPACE, Space-Touch, Laser Space etc. Das im Jahr 2014 angemeldete Zeichen „ACTORS SPACE“ ist im Übrigen erst nach bestandskräftiger Teilzurückweisung für Dienstleistungen aus der Klasse 41 nur für die Waren „Unterrichtshandbücher; Veröffentlichungen für den Unterricht“ zur Eintragung gelangt.

Unabhängig davon sind Voreintragungen ohnehin nicht bindend. Denn auch unter Berufung auf den Gleichbehandlungsgrundsatz darf nicht von einer den rechtlichen Vorgaben entsprechenden Entscheidung abgesehen werden (vgl. EuGH GRUR 2009, 667 Rn. 18 - Bild-digital und ZVS Zeitungsvertrieb Stuttgart; BGH, a. a. O., Rn. 45 - Gute Laune Drops; GRUR 2014, 376, Rn. 19 - grillmeister; WRP 2011, 349 Rn. 12 - FREIZEIT Rätsel Woche; GRUR 2011, 230 Rn. 12 - SUPERgirl).

R e c h t s m i t t e l b e l e h r u n g

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, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, durch eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt schriftlich einzulegen.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Dr. von Hartz

Hu