



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 24/15

(Aktenzeichen)

Verkündet am
1. Februar 2017

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2013 062 465.3

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 1. Februar 2017 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Dr. Mittenberger-Huber und der Richterinnen Akintche und Seyfarth

beschlossen:

Die Beschwerde des Anmelders wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

Nikolausdorf

ist am 9. Dezember 2013 zur Eintragung als Marke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für nachfolgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Dienstleistungen des Groß- und Einzelhandels in den Bereichen Kosmetika, Mittel zur Körper und Schönheitspflege, ätherische Öle, Räuchermittel, Duftstoffe, Kerzen für Beleuchtungszwecke, Bild- und/oder Tonträger, insbesondere CDs und DVDs, Beleuchtungs- und Kochgeräte, Lampen, Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte und damit plattierte Waren, Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine, Uhren und Zeitmessinstrumente, Musikinstrumente, Papier, Pappe und Waren aus diesen Materialien, Druckereierzeugnisse, Fotografien, Schreibwaren, Papeteriewaren, Büroartikel, Künstlerbedarfsartikel, Verpackungsmaterial, Kunstgegenstände, kunstgewerbliche Artikel, Gemälde, Kunstdrucke, Waren aus Holz, Kork, Rohr, Binsen, Weide, Horn und deren Ersatzstoffen oder aus Kunststoffen, Leder und Lederimitationen sowie daraus hergestellte Waren, Taschen und Koffer, Schirme, Bekleidungsstücke, Kopfbedeckungen und Schuhwaren, Möbel, Spiegel, Bilderrahmen, Geräte und Behälter für Haushalt und Küche, Käme und Schwämme, Bürstenmachermaterial, Putzzeug, Waren aus Glas, Keramik, Porzellan und Steingut, Garne und Fäden für textile Zwecke, Webstoffe und Textilwaren, Kurzwaren, Bodenbeläge, Spiele, Spielzeug, Sportar-

tikel, Weihnachtsdekorationen, Christbaumschmuck, Weihnachtsbäume, Pflanzen, Trockenpflanzen, künstliche Blumen, Lebensmittel, Backwaren und Getränke, Raucherartikel; *Dienstleistungen einer Werbeagentur*, Organisation und Veranstaltung von Märkten; *Vermietung von Verkaufsständen*; *Vermietung von Verkaufsflächen*; *Vermietung von Werbeflächen*; *Waren- und Dienstleistungspräsentationen*;

Klasse 41: Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten; Dienste von Unterhaltungskünstlern; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Organisation und Durchführung von kulturellen und sportliche Veranstaltungen; Organisation und Veranstaltung von Konzerten und Musikdarbietungen; Veranstaltung von Wettbewerben (Erziehung, Unterhaltung); Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle oder Unterrichtszwecke; Organisation und Veranstaltung von Volksfesten (Unterhaltung); Betrieb von Fahrgeschäften; Organisation und Durchführung von Unterhaltungsveranstaltungen; *Veranstaltung und Durchführung von Seminaren und Workshops*; *Veranstaltung von sportlichen Wettbewerben*; Theateraufführungen; Zirkusdarbietungen; Durchführung von Live-Veranstaltungen (Unterhaltung);

Klasse 43: Dienstleistungen zur Verpflegung und Beherbergung von Gästen.

Mit Beschluss vom 26. März 2015 hat die Markenstelle für die Klasse 35 die Anmeldung teilweise, nämlich mit Ausnahme der oben kursiv gedruckten Dienstleistungen zurückgewiesen. Den Begriff „Nikolausdorf“ werde der Verkehr dahingehend verstehen, dass es sich bei den zurückgewiesenen Dienstleistungen um solche handele, die einen Bezug zu dem Ortsteil Nikolausdorf der Gemeinde Garrel im Landkreis Cloppenburg in Niedersachsen hätten, dort angeboten oder erbracht oder etwa für Veranstaltungen dort benötigt würden. Das Wort sei eine geografi-

sche Angabe, dem auch ein Hinweis auf eine besondere Bedeutung im Zusammenhang mit dem Nikolaus und der Weihnachtszeit zu entnehmen sei. Dass der Verkehr den Ort Nikolausdorf nicht genau kenne bzw. geografisch einordnen könne oder der Ort für bestimmte Waren und Dienstleistungen renommiert sei, sei nicht erforderlich. Der Umstand, dass es sich bei „Nikolausdorf“ auch um einen beliebigen Ort handeln könne, der sich mit dem Thema Nikolaus befasse, von dem aus z. B. Briefe von Kindern an den Nikolaus beantwortet würden oder der einen Nikolausmarkt veranstalte, führe nicht zu einer schutzbegründenden Mehrdeutigkeit, weil auch insoweit jeweils nur ein beschreibender Hinweis vorliege. Ob darüber hinaus auch ein Freihaltebedürfnis im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG bestehe, wofür einiges spreche, könne aufgrund der fehlenden Unterscheidungskraft dahingestellt bleiben. Hinsichtlich der übrigen Dienstleistungen, nämlich „Dienstleistungen einer Werbeagentur; Vermietung von Verkaufsständen; Vermietung von Verkaufsflächen; Vermietung von Werbeflächen; Waren- und Dienstleistungspräsentationen; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren und Workshops; Veranstaltung von sportlichen Wettbewerben“ könnten Schutzhindernisse dagegen nicht festgestellt werden, da sie in der Regel nicht unmittelbar mit einem Nikolausdorf zu tun hätten, dafür bestimmt seien oder danach benannt würden.

Gegen diesen Teilzurückweisungsbeschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders.

Er macht geltend, dass der Ortsteil „Nikolausdorf“ den beteiligten inländischen Verkehrskreisen gänzlich unbekannt sei. Selbst die Gemeinde Garrel und auch der Landkreis Cloppenburg würden von den angesprochenen Verkehrskreisen in der Bundesrepublik Deutschland entweder überhaupt nicht gekannt oder könnten zumindest von weiten Verkehrskreisen nicht einwandfrei geografisch zugeordnet werden. Der Ortsteil „Nikolausdorf“ habe lediglich ca. 1000 Einwohner und angesichts der geringen Ortsgröße keine relevante wirtschaftliche Bedeutung. Gegen die Eignung des Namens eines Herstellungsortes als geografische Angabe spre-

che vor allem der Umstand, dass sich der fragliche Ort weder gegenwärtig als Sitz entsprechender Herstellungsunternehmen anbiete noch mit relevanten Anknüpfungspunkten in Zukunft zu rechnen sei, weil eine dahingehende Entwicklung wegen der geografischen Eigenschaften des Ortes auch aus Sicht der beteiligten Verkehrskreise unwahrscheinlich sei. Zudem sei bei standortunabhängigen Dienstleistungen ein Hinweis auf deren geografische Herkunft weit weniger nahe liegend und daher von geringer Bedeutung. Es seien keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, dass die angesprochenen Verkehrskreise die beanspruchten Dienstleistungen gegenwärtig oder zukünftig mit diesem Ortsteil in Verbindung bringen könnten. Im Ortsteil „Nikolausdorf“ hätten weder historisch, politisch, kulturell, sportlich oder sonstige aufmerksamkeitsregende Ereignisse stattgefunden noch würden dort Produkte oder Dienstleistungen mit einem überregionalen Ruf hergestellt, erbracht oder angeboten. Auch in Zukunft sei dies vernünftigerweise nicht zu erwarten. Die Gemeinde G... liege in einer Region, die landwirtschaftlich geprägt sei und zu den strukturschwächsten Gebieten in der Bundesrepublik Deutschland gehöre. Der Landkreis C... habe lediglich eine Einwohnerdichte von 124 Einwohnern/km². Der Landkreis, die Gemeinde und auch der Ortsteil seien für den Tourismus nicht von Bedeutung. Ferner hätten die angesprochenen Verkehrskreise ohne Voranstellung des Adjektivs „heiliger“ keinerlei Veranlassung, dem Zeichenbestandteil „Nikolaus“ einen Bezug zum 6. Dezember bzw. der Weihnachtszeit zu entnehmen, zumal der Zeichenbestandteil „Dorf“ einen geografischen Hinweis gebe und der „Heilige Nikolaus“ sicherlich nie in Deutschland gewesen sei. Auch die beanspruchten Dienstleistungen wiesen – vorbehaltlich der Dienstleistungen des „Groß- und Einzelhandels in den Bereichen Weihnachtsdekoration, Christbaumschmuck und Weihnachtsbäume“ – keinen Bezug zur Weihnachtszeit auf und würden auch nicht speziell in kleinen Gruppensiedlungen, die das Wort „Dorf“ bezeichne, erbracht. Die angemeldete Bezeichnung erscheine daher für die angesprochenen Verkehrskreise als eine imaginäre Phantasiebezeichnung, ein Eigenname oder eine nicht bekannte oder lokalisierbare Ortsangabe. Derartige Zeichen seien regelmäßig eintragungsfähig,

wie die Eintragungspraxis des DPMA bezüglich der Marken B..., R... und N... belege.

Der Beschwerdeführer beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 des DPMA vom 26. März 2015 aufzuheben.

Hilfsweise regt er die Zulassung der Rechtsbeschwerde an.

Der Senat hat dem Beschwerdeführer mit der Terminladung Rechercheergebnisse übersandt. Zur mündlichen Verhandlung am 1. Februar 2017, welche auf den entsprechenden Hilfsantrag anberaumt worden ist, sind der am 30. Dezember 2016 ordnungsgemäß geladene Anmelder und sein Verfahrensbvollmächtigter - wie vorab angekündigt - nicht erschienen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß § 66 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Die angemeldete Bezeichnung „Nikolausdorf“ stellt im verfahrensgegenständlichen Umfang eine geografische Angabe dar, die gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG freihaltebedürftig ist. Zudem fehlt dem Anmeldezeichen die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Bei der Prüfung der vorgenannten Schutzhindernisse ist maßgeblich auf den Zeitpunkt der Anmeldung und auf das zu diesem Zeitpunkt bestehende Verkehrsverständnis abzustellen, wobei es auf die Wahrnehmung des Handels und/oder eines

normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der angesprochenen Verkehrskreise ankommt (EuGH GRUR 2004, 943 Rn. 24 - SAT 2; GRUR 2006, 411, 412 Rdnr. 24 - Matratzen Concord/Hukla; BGH WRP 2014, 449 Rn. 11 - grill meister). Danach ist der Bezeichnung „Nikolausdorf“ die Schutzfähigkeit für die verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen abzusprechen.

1. Als geographische Angabe im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist „Nikolausdorf“ freihaltebedürftig.

a) Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dürfen Zeichen nicht eingetragen werden, welche ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr u. a. zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der geografischen Herkunft oder sonstiger Merkmale der beanspruchten Waren und Dienstleistungen dienen können. Mit diesem Schutzhindernis wird das im Allgemeininteresse liegende Ziel verfolgt, dass alle Zeichen oder Angaben, die Merkmale der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen beschreiben, von allen Unternehmen frei verwendet werden können und nicht aufgrund ihrer Eintragung als Marke einem Unternehmen vorbehalten werden (EuGH GRUR 2004, 680 Rn. 35, 36 Campina Melkunie/HABM [BIOMILD]; GRUR 2004, 674, Rn. 54 u. 95 - Postkantoor; GRUR 2004, 146, Rn. 31 - Wrigley/HABM [DOUBLEMINT]). Entscheidendes Kriterium für den Ausschluss der Eintragung ist allein die Eignung einer Bezeichnung zur beschreibenden Verwendung. Ist die Eignung für die Beschreibung von Merkmalen der beanspruchten Produkte festgestellt, setzt das Eintragungsverbot des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG keinen weiteren Nachweis voraus, dass und in welchem Umfang sie als beschreibende Angabe bereits im Verkehr bekannt ist oder verwendet wird (EuGH GRUR 1999, 723 Rn. 30 - Chiemsee; GRUR a. a. O. Rn. 32 - DOUBLEMINT). Entgegen der Auffassung des Anmelders kommt es aus diesem Grund für die Bejahung eines entsprechenden Schutzhindernisses nicht darauf an, ob der Verkehr die Bezeichnung „Nikolausdorf“ derzeit als Ortsnamen kennt und ob er diesen Ort mit den beanspruchten

Dienstleistungen in Verbindung bringt. Es kommt insofern lediglich auf die objektive Eignung der Bezeichnung an, als geografische Herkunftsangabe dienen zu können. Dabei ist im Rahmen einer realitätsbezogenen Prognose unter Berücksichtigung zukünftiger wirtschaftlicher Entwicklungen zu untersuchen, ob eine beschreibende Verwendung vernünftigerweise für die Zukunft zu erwarten ist oder auch bei realitätsbezogener Betrachtungsweise nur ernsthaft in Betracht kommt (EuGH, a. a. O. Rn. 31-34 - Chiemsee; BGH GRUR 2003, 882 - Lichtenstein; BPatG GRUR 2009, 491, 494 f. - Vierlinden; BPatG, Beschluss vom 07.12.2010, 33 W (pat) 47/09 - STUBENGASSE MÜNSTER). Für die Eignung einer Ortsangabe zur Beschreibung der geographischen Herkunft von Waren und Dienstleistungen sprechen vor allem tatsächliche Anhaltspunkte wie der Umstand, dass in dem fraglichen Ort bereits einschlägige Herstellungs- oder Leistungsunternehmen existieren. Das Vorhandensein entsprechender Gewerbebetriebe in dem fraglichen Ort stellt aber keine notwendige Voraussetzung für die Annahme des Schutzhindernisses des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG dar (EuGH a. a. O. - Chiemsee; BGH a. a. O. - Lichtenstein). Gegen die Eignung eines Ortsnamens als beschreibende geographische Herkunftsangabe kann vor allem der Umstand sprechen, dass sich der fragliche Ort weder gegenwärtig als Sitz entsprechender Herstellungs-, Vertriebs- oder Leistungsunternehmen anbietet, noch mit anderen relevanten Anknüpfungspunkten in Zukunft ernsthaft zu rechnen ist, weil eine dahingehende wirtschaftliche Entwicklung wegen der geographischen Eigenschaften des Ortes auch aus Sicht der beteiligten Verkehrskreise völlig unwahrscheinlich ist (EuGH a. a. O. - Chiemsee; EuG PAVIS PROMA T-226/09, Entscheidung vom 08.07.2009 - Alaska; BPatG, Beschluss vom 11.11.2009, 29 W (pat) 68/07 - Carcavelos).

b) Besondere Gründe, aus denen die Erbringung der verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen in oder von Nikolausdorf aus fernliegen würde, sind hier nicht erkennbar.

Bei dem Anmeldezeichen „Nikolausdorf“ handelt es sich um den Namen eines Ortsteils der Gemeinde G... im Landkreis C... im Land N...-

..., das ca. 1.000 Einwohner hat. Dieser ist schon nicht unbekannt, weil in dessen Postamt jährlich tausende Briefe an den Weihnachtsmann beantwortet werden (vgl. Bl. 59-63 d. A.); so ist auf der Homepage des Ortes „Garrel“ in der Rubrik Tourismus und Freizeit über „Nikolausdorf“ folgendes zu lesen: „Wenn in diesen Tagen irgendwo in Deutschland ein Kind einen Brief an den Nikolaus schreibt, dann landet die Post wahrscheinlich im Nikolausdorf. Hier im Ort gibt es seit nunmehr über 30 Jahren die Nikolausaktion, die weit über die Grenzen Deutschlands bekannt ist.... Seit 1997 ist der Nikolaus aus dem Nikolausdorf auch im Internet. Unter www.nikolausdorf.de gibt es Jahr für Jahr mehr und mehr rund um den Nikolaus zu entdecken. Insbesondere der Grußkartenservice lockt viele Tausend Besucher von jung bis alt jährlich an...Viele Kinder besuchen jedes Jahr den Nikolaus in seinem Heimatort Nikolausdorf. Am Nikolaustag, dem 6. Dezember, kommt der Nikolaus alljährlich mit der Kutsche vorgefahren und beschenkt die kleinen Kinder mit großen Tüten.“.

Dass die Bezeichnung „Nikolausdorf“ als geografische Angabe bereits beschreibende Verwendung u. a. im Zusammenhang mit einem Teil der hier verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen aus Klasse 41 und 43 findet, wird im Übrigen durch die vorgenannten Ausführungen sowie durch die vorab übermittelten Recherche-Ergebnisse des Senats (Bl. 64-69 d. A.) belegt; neben der genannten Nikolausveranstaltung gibt es ein Gasthaus mit Partyservice und Saalbetrieb, Musik- und andere Unterhaltungsveranstaltungen wie Oldtimer-treffen, gemeinnützige Basare u. v. m. Auch hinsichtlich der beanspruchten Handelsdienstleistungen der Klasse 35 ist vernünftigerweise davon auszugehen, dass sich zu den bestehenden, insbesondere aus Kleingewerbe bestehenden, Unternehmen in Nikolausdorf auch solche des Einzelhandels hinzugesellen können. Dafür spricht u. a. das Aufkommen sogenannter „Dorfläden“ als Einrichtungen der ländlichen Nahversorgung als Konsumgenossenschaften, von Einzelhändlern, Nachbarschaftsläden oder Hofläden. Die Gründung eines

Dorfladens in Nikolausdorf ist damit im Bereich des Möglichen (vgl. zu entsprechenden Planungen auch Bl. 69 d. A.). Gerade bei weniger bekannten Orten, zumeist also kleineren, ländlichen oder sonst abgelegenen Ortschaften ist es aus der Sicht des Durchschnittsverbrauchers, der lange Anfahrtswege vermeiden will, von besonderer Wichtigkeit, ob und dass sich dort überhaupt Einzelhandelsgeschäfte niederlassen und damit durch ihre vor Ort erbrachten Handelsdienstleistungen die Versorgung mit Waren des täglichen Konsums übernehmen. Dementsprechend muss es umgekehrt ein gewichtiges Werbeargument für einen Einzelhändler sein, wenn er darauf hinweisen kann, dass er in oder an einem solchen Ort tätig ist bzw. dorthin liefert (vgl. BPatG GRUR 2009, 491 - Vierlinden). Ob diese Erwägungen auch für die beanspruchten Großhandelsdienstleistungen greifen, muss hier nicht abschließend beurteilt werden. Denn aus nachfolgend darzustellenden Gründen fehlt der Bezeichnung bezogen auf alle verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen ohnehin die erforderliche Unterscheidungskraft.

2. Die Bezeichnung „Nikolausdorf“ enthält einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt bzw. stellt einen engen beschreibenden Bezug zu den verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen her, so dass sie nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht über das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft verfügt.

a) Unterscheidungskraft in diesem Sinne 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).

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; BGH GRUR 2001, 1151 - marktfrisch; MarkenR 2000, 420 - RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

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). 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!).

b) Danach werden die angesprochenen inländischen Verkehrskreise - die sich vorliegend aus den Endverbrauchern sowie dem Fachverkehr zusammensetzen - die Angabe im vorliegenden Dienstleistungszusammenhang nur als Sachhinweis, nicht aber als betrieblichen Herkunftshinweis auffassen.

Das Anmeldezeichen setzt sich aus den beiden Wörtern „Nikolaus“ und „Dorf“

zusammen. Der Begriff „Dorf“ bedeutet „ländliche Ortschaft, kleinere Siedlung mit oft bäuerlichem Charakter“ (www.duden.de). „Nikolaus“ ist ein männlicher Vorname und ein Familienname, der seit Jahrhunderten gebräuchlich ist und den viele berühmte Persönlichkeiten trugen. Der mit Abstand bekannteste Namensträger ist der Heilige Nikolaus von Myra, auf den der moderne Weihnachtsmann zurückgeht, der - in manchen Regionen auch als Nikolaus benannt - Kindern am 6. Dezember oder Weihnachten Geschenke bringt (www.duden.de).

Zur (Vor-)Weihnachtszeit werden, wie die dem Beschwerdeführer übersandten Rechercheergebnisse belegen, an sehr vielen Orten Märkte veranstaltet, für die vielfältige Bezeichnungen wie „Nikolausmarkt“, „Nikolausbasar“, „Weihnachtsmarkt“, „Weihnachtsdorf“, „Christbaumdorf“ und „Winterdorf“ existieren (vgl. Bl. 70-90 d. A.). Damit ist die Verwendung des Begriffs „Dorf“ für die Bezeichnung von Verkaufsstätten zur Weihnachtszeit und darauf bezogener Produkte nachgewiesen. Das Anmeldezeichen „Nikolausdorf“ fügt sich ohne weiteres in die Reihe der Bezeichnungen für weihnachtliche Märkte ein; nicht zuletzt wurde vor dem Anmeldezeitpunkt die Bezeichnung „Nikolausdorf“ bereits zur Beschreibung solcher Veranstaltungsorte verwendet (Bl. 72/73 d. A.). Die Bezeichnungen „Nikolausmarkt, Nikolausbasar, Nikolausdorf“ belegen im Übrigen, dass auch ohne Voranstellung des Adjektivs „heiliger“ - anders als der Beschwerdeführer meint - ohne weiteres ein Bezug zum 6. Dezember bzw. der Weihnachtszeit hergestellt wird bzw. werden kann.

Das Anmeldezeichen gibt daher lediglich einen Sachhinweis auf die hier relevanten Dienstleistungen, die sämtlich typischerweise im Zusammenhang mit der Durchführung eines Weihnachtsmarktes angeboten werden oder hierzu jedenfalls in engem Bezug stehen, wie die nachfolgenden Erwägungen zeigen (ergänzend wird Bezug genommen auf die Ausführungen in dem Beschluss des 30. Senats vom 19.01.2017 zu der Parallelanmeldung „Dorf vom Santa Claus“ - 30 W (pat) 505/16 sowie auf BPatG, Beschluss vom 11.06.2008,

32 W (pat) 156/07 - christmarkt und BPatG, Beschluss vom 05.07.2006,
26 W (pat) 77/04 - Christkindlesmarkt):

Die beanspruchten *Einzelhandelsdienstleistungen der Klasse 35* werden alle üblicherweise auf einem Markt zur Weihnachtszeit erbracht oder können dort erbracht werden. Dabei beschränkt sich das Angebot nicht nur auf Waren, die in Zusammenhang mit weihnachtlichen Bräuchen stehen, sondern es umfasst inzwischen auch alle möglichen anderen Waren. So präsentieren auf Weihnachtsmärkten vielfach neben Künstlern und Kunsthandwerkern auch ortsansässige Händler ihre verschiedensten Produktsortimente. Das Anmeldezeichen gibt somit nur den Erbringungsort der Dienstleistungen bzw. das Ambiente, in dem diese erbracht werden, an. Bezüglich der *Großhandelsdienstleistungen der Klasse 35* enthält das Zeichen ebenfalls einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt, da spezielle Verkaufsveranstaltungen für Wiederverkäufer wie Messen existieren, auf denen Waren speziell für Weihnachtsmärkte angeboten werden.

Zu den „*Dienstleistungen des Groß- und Einzelhandels*“ in den Bereichen „*Bürstenmachermaterial*“ und „*Bodenbeläge*“ besteht zumindest ein enger beschreibender Bezug. Da „*Bürsten*“ zum gängigen Angebot auf Weihnachtsmärkten zählen, kann es sich bei „*Bürstenmachermaterial*“ um Ersatzteile für entsprechende Verkaufsstände wie auch für den Endverbraucher handeln. Die Handelsdienstleistungen „*in den Bereichen Bodenbeläge*“ können etwa das Angebot von „*Bodenbelägen*“ mit weihnachtlichem Bezug (wie z. B. Teppichen/Fußabstreifern mit Weihnachts- bzw. Nikolausmotiven) betreffen; ferner sind vom Einzelhandel betriebene und vom Großhandel belieferte Verkaufsstände auf Weihnachtsmärkten denkbar, an denen sich Verbraucher über Bodenbeläge informieren und diese anhand von Mustern auswählen und erwerben können.

Auch die Dienstleistungen „*Organisation und Veranstaltung von Märkten*“ stehen mindestens in einem engen beschreibenden Bezug zu Weihnachts- und Nikolausmärkten, da sie zur Vorbereitung und Durchführung solcher Märkte erforderlich sind.

Zudem fehlt es der angemeldeten Bezeichnung für sämtliche verfahrensgegenständliche Dienstleistungen der Klasse 41 an der erforderlichen Unterscheidungskraft. Ein Weihnachtsmarkt dient nicht nur dem Verkauf von Waren, sondern es werden dort regelmäßig auch Unterhaltungsdienstleistungen und kulturelle Aktivitäten beispielsweise in Form von musikalischen oder kulturellen Darbietungen (Bläserkonzerte, Singen von Weihnachtsliedern), Theateraufführungen (wie Krippenspiele), Ausstellungen (z. B. verschiedene Weihnachtskrippen) oder Fahrgeschäften (Kinderkarussell) angeboten. Auch die Dienstleistungen „*sportliche Aktivitäten, Organisation und Durchführung von sportlichen Veranstaltungen*“ (z. B. Schlittschuhlaufen, Eisstockschießen) sind im Zusammenhang mit Weihnachtsmärkten belegbar (vgl. auch BPatG a. a. O. - christmarkt).

Entsprechendes gilt für die in Klasse 43 beanspruchten „*Dienstleistungen zur Verpflegung von Gästen*“, weil auf allen Weihnachtsmärkten ein großes Angebot an Speisen und Getränken zum sofortigen Verzehr besteht. Im Hinblick darauf, dass für den Besuch von Weihnachtsmärkten gerade in touristisch beliebten Orten häufig Gesamtpakete angeboten werden, die neben dem Besuch des Marktes die Anreise und die Unterbringung beinhalten, liegt auch hinsichtlich der Dienstleistung „*Beherbergung von Gästen*“ die Annahme fern, dass der Verkehr in der Bezeichnung „Nikolausdorf“ über deren sachbeschreibende Bedeutung hinaus einen individuellen betrieblichen Herkunftshinweis erkennt (vgl. BPatG a. a. O. - christmarkt).

Dass die Markenstelle für die übrigen - hier nicht beschwerdegegenständlichen - Dienstleistungen, nämlich „Dienstleistungen einer Werbeagentur; Vermietung von Verkaufsständen; Vermietung von Verkaufsflächen; Vermietung

von Werbeflächen; Waren- und Dienstleistungspräsentationen; Veranstaltung und Durchführung von Seminaren und Workshops; Veranstaltung von sportlichen Wettbewerben“ weder das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG noch das nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG hat bejahen können, führt vorliegend nicht zu einer für den Anmelder günstigeren Beurteilung. Im Gegenteil ist die vorgenommene Abgrenzung der Markenstelle kaum nachvollziehbar und nicht zuletzt im Hinblick auf die Ausführungen in der Entscheidung 30 W (pat) 505/16 auch nicht überzeugend.

3. Der Beschwerdeführer beruft sich schließlich ohne Erfolg auf verschiedene Eintragungen von - vermeintlich vergleichbaren - Marken beim DPMA. Zum einen können aus nicht begründeten Eintragungen anderer Marken keine weitergehenden Informationen im Hinblick auf die Beurteilung der konkreten Anmeldung entnommen werden. Zum anderen 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 GRUR 2014, 569 Rn. 30 - HOT). Diese nach den rechtlichen Vorgaben vorgenommene Prüfung hat im vorliegenden Fall ergeben, dass das Zeichen im verfahrensgegenständlichen Umfang nicht schutzfähig ist.

Demnach war die Beschwerde zurückzuweisen.

Die Zulassung der Rechtsbeschwerde war nicht geboten. Weder war über eine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden (§ 83 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) noch ist die Zulassung der Rechtsbeschwerde zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung als erforderlich zu erachten (§ 83 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

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

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Seyfarth

Hu