



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 9/19

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2017 029 782.3

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 20. August 2020 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, der Richterin Akintche und des Richters Merzbach

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

my sandstone

ist am 21. November 2017 u.a. für die Waren

„Klasse 02: Anstrichmittel; Farben; Firnisse; Lacke; Grundierungsmittel als Anstrichfarbe; streichfähige Makulatur;

Klasse 19: Baumaterialien [nicht aus Metall, soweit in Klasse 19 enthalten]; Fassadenmörtel; Verputzmittel; Edelputz; Streichputz; Fertigmörtel; Putzfüllmittel; Baukalk; Estrich; Spachtelmassen für Bauzwecke“

zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 2 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen absoluter Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG beanstandet und sodann mit Beschlüssen vom 9. März 2018 und vom 3. Dezember 2018, wobei letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, teilweise,

nämlich für die o. g. Waren, wegen fehlender Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) zurückgewiesen.

Die werbeüblich und allgemein verständlich aus dem englischen Possessivpronomen „my“, welches in seiner Bedeutung „mein(e)“ in der Werbung als Hinweis auf ein individuell auf die Bedürfnisse des Nutzers/Kunden zugeschnittenes Warenangebot diene, und dem weiteren englischen und ebenfalls in seiner Bedeutung bekannten Substantiv „**sandstone**“ (Sandstein) angemeldete Bezeichnung werde in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren der Klasse 19 von den vorliegend in erster Linie angesprochenen Fachverkehrskreisen aus dem Maler-, Bau-, Handwerker- und Heimwerkerbereich, aber auch von interessierten Endverbrauchern ohne weiteres als Hinweis auf speziell/individuell zugeschnittene Produkte aus oder mit Bestandteilen von Sandstein verstanden. So könne es sich bei „Baumaterialien“ um Sandstein handeln; ebenso könnten „Mörtel, Putz, Baukalk, Estrich und Spachtelmassen“ ebenfalls aus Sandstein bestehen oder damit angereichert sein.

Ferner könnten sämtliche zurückgewiesenen Waren der Klassen 2 und 19 im Farbton „sandstone“ angeboten werden. Dem stehe nicht entgegen, dass „sandstone/Sandstein“ keinen genau definierten Farbton bezeichne. Eine entsprechende Punktgenauigkeit sei bei Farbangaben nicht üblich. Auch Farbangaben wie "sonnengelb" und "tannengrün" bezeichneten immer nur einen bestimmten Teilausschnitt aus der gesamten Bandbreite eines bestimmten Farbtones und erfassten eine ganze Reihe von Schattierungen. Insoweit reihe sich **my sandstone** in diese üblichen Bezeichnungsgepflogenheiten ein.

Die angemeldete Marke **my sandstone** beschränke sich daher hinsichtlich der zurückgewiesenen Waren auf einen beschreibenden Hinweis zu deren Art, Beschaffenheit und Zweckbestimmung, nämlich dass es sich bei diesen um speziell auf den Kunden zugeschnittene Produkte aus oder unter Verwendung von Sandstein handle oder die Produkte die Farbe „Sandstein“ enthielten bzw. diese für Produkte in der Farbe „Sandstein“ bestimmt und/oder geeignet seien.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie im Wesentlichen geltend macht, dass dem Verkehr bekannt sei, dass Mörtel, Putz, Farben, Lacke und Makulatur nicht aus oder mit Sandstein gefertigt werden könnten, so dass er als Ausgangs- und/oder Inhaltsstoff für diese Waren nicht in Frage käme. Es bestehe daher für den Verkehr bereits aus diesem Grunde kein Anlass, in dem Begriff „sandstone“ einen beschreibenden Hinweis auf Inhalt und Beschaffenheit dieser Waren zu erkennen. Dies umso weniger, als dem Substantiv „sandstone“ das individualisierende Possessivpronomen „my“ vorangestellt sei.

Der Bestandteil „sandstone“ werde vom relevanten Publikum auch nicht als Sachhinweis bezüglich der Farben der Waren verstanden. Denn Sandstein weise keine einheitliche Farbe auf, sondern komme überall auf der Welt in dutzenden verschiedenen Farben und verschiedenen Schattierungen und Farbmustern vor, so dass sich der Begriff „Sandstein“ bzw. „sandstone“ auch nicht als Benennung einer konkreten Farbe eigne. Insbesondere in Verbindung mit dem Possessivpronomen „my“ bestehe daher für den Verkehr auch kein Anlass, darin einen Hinweis auf die Farbgestaltung der zurückgewiesenen Waren zu erkennen.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 2 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 9. März 2018 und vom 3. Dezember 2018 insoweit aufzuheben, als die Anmeldung zurückgewiesen worden ist.

Der Senat hat der Anmelderin Rechercheergebnisse zur Verwendung des Begriffs „sandstone/Sandstein“ als Farbangabe übersandt. Die Anmelderin hat mit Schriftsatz vom 5. August 2020 beantragt, den Termin zur mündlichen Verhandlung vom 20. August 2020, welcher auf den von ihr hilfsweise gestellten Antrag anberaumt worden war, aufzuheben und im schriftlichen Verfahren zu entscheiden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, da es der angemeldeten Wortmarke **my sandstone** in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren an jeglicher Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht teilweise zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 und 5 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die von der Anmeldung erfassten Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (vgl. z. B. EuGH GRUR 2012, 610 (Nr. 42) – Freixenet; GRUR 2008, 608, 611 (Nr. 66) – EURO HYPO; BGH GRUR 2015, 173, 174 (Nr. 15) – for you; GRUR 2014, 565, 567 (Nr. 12) – smartbook; GRUR 2013, 731 (Nr. 11) – Kaleido; GRUR 2012, 1143 (Nr. 7) – Starsat, jeweils m. w. N.). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. etwa EuGH GRUR 2010, 1008, 1009 (Nr. 38) – Lego; GRUR 2008, 608, 611 (Nr. 66) – EUROHYPO; GRUR 2006, 233, 235, Nr. 45 – Standbeutel; BGH GRUR 2015, 173, 174 (Nr. 15) – for you; GRUR 2009, 949 (Nr. 10) – My World). Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl. BGH GRUR 2015, 173, 174 (Nr. 15) – for you; GRUR 2014, 565, 567 (Nr. 12) – smartbook; GRUR 2012, 1143 (Nr. 7) – Starsat; GRUR 2012, 270 (Nr. 8) – Link economy). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers bzw. -abnehmers der fraglichen Produkte

abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411, 412 (Nr. 24) – Matratzen Concord/Hukla).

Hiervon ausgehend besitzen Marken insbesondere dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens (vgl. BGH GRUR 2013, 1143, Nr. 15 – Aus Akten werden Fakten) lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2004, 674, 678, Nr. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2014, 1204, 1205, Nr. 12 – DüsseldorfCongress; GRUR 2012, 270, 271, Nr. 11 – Link economy; GRUR 2009, 952, 953, Nr. 10 – DeutschlandCard). Darüber hinaus kommt nach ständiger Rechtsprechung auch solchen Zeichen keine Unterscheidungskraft zu, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird (vgl. BGH GRUR 2014, 1204, 1205, Nr. 12 – DüsseldorfCongress; GRUR 2012, 1143, 1144, Nr. 9 – Starsat; GRUR 2010, 1100, Nr. 23 – TOOOR!; GRUR 2006, 850, 855, Nr. 28 f. – FUSSBALL WM 2006).

2. Ausgehend von den vorgenannten Grundsätzen fehlt der zur Eintragung in das Markenregister angemeldeten Wortfolge **my sandstone** bezüglich der beschwerdegegenständlichen Waren jegliche Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

a. Mit den hier maßgeblichen Waren werden Fachverkehrskreise und allgemeine Verkehrskreise angesprochen, wobei es sich überwiegend um Produkte handelt, die mit Bedacht und auch nach fachkundiger Beratung erworben oder nachgefragt werden.

b. Diese werden die aus einfachen und geläufigen Wörtern des englischen Grundwortschatzes, nämlich dem Possessivpronomen „my“ und dem Substantiv

„sandstone“ bestehende Wortfolge ohne weiteres als Zusammensetzung dieser beiden Wörter erkennen und im Sinne von "mein Sandstein" verstehen.

aa. Der Bestandteil „sandstone“ wird dabei in Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren ohne jeden Interpretationsaufwand als rein beschreibende Angabe hinsichtlich ihrer Beschaffenheit oder ihres Verwendungszwecks verstanden.

Sandstein ist ein klassisches Sedimentgestein mit einem Anteil von mindestens 50 % Sandkörnern (vgl. DUDEN-online „Sandstein“), welches auch als Baumaterial Verwendung findet. In Bezug auf die zu Klasse 19 beanspruchten „Baumaterialien [nicht aus Metall, soweit in Klasse 19 enthalten]“ stellt dieser Begriff bzw. seine englische Entsprechung „sandstone“ eine glatt beschreibende Beschaffenheitsangabe dar, da die „Baumaterialien“ oberbegrifflich auch solche aus „Sandstein“ umfassen. Dies gilt aber nicht in Bezug auf die übrigen zurückgewiesenen Waren, da der Verkehr bei diesen – worauf die Anmelderin zu Recht hinweist – jedenfalls nicht ohne weiteres davon ausgeht, dass diese aus „Sandstein“ gefertigt werden oder zumindest „Sandstein“ enthalten.

Die der Anmelderin mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung übersandte Recherche belegt aber, dass es sich bei „sandstone“ bzw. seiner deutschen Entsprechung „Sandstein“ auch um eine bereits zum Zeitpunkt der Anmeldung (lexikalisch) nachweisbare Farbbezeichnung handelte, mit welcher regelmäßig ein heller, meist beiger bis hellbrauner Farbton bezeichnet wurde und wird. Hierzu kann verwiesen werden auf die der Anmelderin übersandten Fundstellen <https://color-check.com/>, „Vergnügliches und wissenswertes rund um die Farbe“ mit dem darin benannten Farbton „Sandsteinfarben“, ferner auf J..., Historisches Lexikon deutscher Farbbezeichnungen, Band V, S. 2420, zu „Sandstein“, „sandsteinfarben“, „Sandsteinfarben“ sowie auf die Internetseite <https://spuelbeck.net/thinktank-retrospective-6/> vom 9. Oktober 2016, auf der es

u.a. heißt: „Neu hinzugekommen ist noch ein hellbeige Farbe, die Sandstone genannt wird.“)

Nachweisbar zum Anmeldezeitpunkt ist insbesondere eine Verwendung von „Sandstein“ bzw. seiner englischen Entsprechung „sandstone“ als Farbangabe („Trendfarbe“) in Zusammenhang mit Farben und farbgebenden Stoffen. Dazu kann verwiesen werden auf die unter <https://www.lionshome.de/heimwerker-wandfarben/signeo-jette-joop/> am 15. März 2017 angebotene Wandfarbe „Signeo 2,5 L. Bunte Wandfarbe, SANDSTONE“, die am 25. Mai 2012 bzw. 30. Oktober 2012 auf <https://www.amazon.de/Farben-Sockelfarbe-Sandstein-Seidenmatt-Außenfarbe/dp/B00863DEGA> abrufbaren Produkte „Profi Farben, Sockelfarbe, 5 L., Sandstein Seidenmatt, Außenfarbe“ bzw. „Pufas Dachfarbe und Sockelfarbe Sandstein 954 – 5 Liter“ sowie das unter <https://www.handwerker-versand.de/1255427-Duefa-Sockelfarbe-5l-Sandstein.html> am 7. September 2014 angebotene Anstrichmittel „Düfa Sockelfarbe 5l Sandstein“.

Farbangaben sind zur Beschreibung von Waren geeignet, soweit die betreffende Farbe oder Farbwirkung ein wesentliches Produktmerkmal darstellt (vgl. etwa BPatG, 24 W (pat) 160/02 – Deep Red; 24 W (pat) 315/03 – COOL BLUE; 28 W (pat) 120/10 – Cotto) oder die Farbangabe Auskunft über die Bestimmung der Ware gibt (siehe m. w. Nachw. a. d. Rspr.: Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 544). So liegt der Fall hier.

Für sämtliche beschwerdegegenständlichen Waren der Klasse 2, nämlich:

„Anstrichmittel; Farben; Firnisse; Lacke; Grundierungsmittel als Anstrichfarbe; streichfähige Makulatur“

stellen die jeweilige Farbe und Farbwirkung wesentliche Produktmerkmale dar.

Der Zeichenbestandteil „sandstone“ beschreibt insoweit sowohl ein wesentliches Beschaffenheitsmerkmal als auch den Bestimmungszweck (Farbwirkung) der genannten Waren unmittelbar.

Ebenso können die zu Klasse 19 beschwerdegegenständlichen Waren „Baumaterialien [nicht aus Metall, soweit in Klasse 19 enthalten]; Fassadenmörtel; Verputzmittel; Edelputz; Streichputz; Fertigmörtel; Putzfüllmittel; Baukalk; Estrich; Spachtelmassen für Bauzwecke“ über verschiedene Farben und Farbwirkungen verfügen (vgl. dazu BPatG 30 W (pat) 23/17 v. 18. Oktober 2018 – Safran). Der Begriff „Sandstein“ bzw. „sandstone“ beschreibt somit wesentliche Merkmale der fraglichen Waren unzweideutig und unmittelbar.

Angesichts der belegbaren Verwendung von „sandstone/Sandstein“ als Farbangabe und eines sich daraus ergebenden entsprechenden Verständnisses des Verkehrs in diesem Sinne ist entgegen der Auffassung der Anmelderin unerheblich, ob „sandstone/Sandstein“ eine genau definierte Farbe bezeichnet. Dies erwartet der Verkehr auch nicht. Denn er ist – wie die Markenstelle zutreffend ausgeführt hat – seit langem in der Werbesprache an vergleichbar gebildete Farbbezeichnungen gewöhnt, welche an Bezeichnungen von Pflanzen oder Gesteins- und/oder Erdarten oder auch Speisen/Getränken etc. angelehnt sind und mit denen nur ein bestimmter Teilausschnitt aus der gesamten Bandbreite eines bestimmten Farbtones werbemäßig herausgestellt und benannt werden soll (vgl. dazu BPatG 24 W (pat) 115/99 v. 1. Februar 2000– Cappucino)

In Zusammenhang mit den zu Klasse 19 zurückgewiesenen Waren bezeichnet der Begriff „sandstone/Sandstein“ ferner nicht nur einen entsprechenden Farbton, sondern kann auch als Hinweis darauf verstanden, dass die betreffenden Waren für eine dem „Sandstein“ entsprechende (körnige, sandähnliche) optische und/oder haptische Struktur einer Oberfläche wie zB einem Fußboden oder einer Wand sorgen können.

So belegen die Ergebnisse der Internetrecherche, die der Anmelderin mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung zur Verfügung gestellt worden ist, dass bereits lange vor dem Anmeldezeitpunkt diese Materialien und Beschichtungsmittel, insbesondere Verputzmittel und Mörtel, damit beworben wurden, dass sie für eine dem Sandstein vergleichbare Struktur und Optik sorgen können.

Dazu kann beispielhaft auf das auf der Internetseite <https://www.hornbach.de/shop/Effektputz-StyleColor-SANDSTEIN-gelb-10-kg/6376042/artikel.html> am 23. Juni 2017 angebotene Produkt „Effektputz StyleColor SANDSTEIN gelb 10 kg“ verwiesen werden, in dessen Beschreibung u.a. ausgeführt ist: „Den noch feuchten Auftrag zuerst mit der Venezianischen Glättekelle und danach mit dem Effektstriegel im gewünschten SANDSTEIN-Effekt strukturieren.“; ferner auf die am 5. Februar 2013 unter https://www.auro.de/de/produkte/leben-mit-auro/schritt-fuer-schritt-anleitungen/sandstein-look/_abrufbare Internetseite der Fa. AURO, auf der es unter der Überschrift „Sandstein-Look“ u.a. heißt: „Mit dem Sandstein-Look gestalten Sie natürlich wirkende Wände, die zum Landhaus-Stil oder zu Wohnungen im Shabby-Chic passen. Die Mischung aus sandfarbenen getöntem Lehm-Dekorputz und gekörntem Putz gibt den Wänden Struktur und strahlt warme Behaglichkeit aus“, sowie weiterhin auf die am 1. Oktober 2013 auf der Website <https://www.maler-vogelmann.de/produkte/adler/tolle-effekte-fuer-ihre-vier-waende/> beworbenen Effekte in Zusammenhang mit der Gestaltung von Wänden.

Hinsichtlich der zu Klasse 19 zurückgewiesenen Waren wird der Verkehr daher dem Begriff „sandstone/Sandstein“ nicht nur einen Hinweis auf den Farbton dieser Waren entnehmen, sondern auch darauf, dass diese (auch) eine dem „Sandstein“ entsprechende bzw. vergleichbare optische/haptische Struktur auf den mit diesen Materialien zu bearbeitenden (Ober-)flächen herbeiführen können. Der Begriff „sandstone/Sandstein“ beschreibt daher auch insoweit wesentliche Merkmale der fraglichen Waren unzweideutig und unmittelbar. Dieser beschreibende bzw. sach-

bezogene Aussagegehalt drängt sich dem Verkehr in Zusammenhang mit den beanspruchten Waren entgegen der Auffassung der Anmelderin auch ohne weiteres Nachdenken auf.

bb. Bei dem vorangestellten Zeichenbestandteil „my“ handelt es sich um ein im inländischen Werbesprachgebrauch häufig verwendetes englisches Personalpronomen mit der Bedeutung „mein(e)“. Die sprachliche Verbindung des Personalpronomens „my“ mit einer Produktbeschreibung ist als allgemeine sachbezogene Werbebotschaft außerordentlich beliebt, um auf ein auf die individuellen Bedürfnisse des Adressaten und Nutzers zugeschnittenes Waren- oder Dienstleistungsangebot hinzuweisen (vgl. BPatG 25 W (pat) 21/13 – MyWallet; 30 W (pat) 85/10 – MYPILLOT, jeweils m. w. Nachw. [jeweils über die Internetseite des Gerichts abrufbar]). In Kombination mit warenbeschreibenden Sachangaben ist die Hinzufügung dieses personalisierenden Zusatzes daher grundsätzlich nicht geeignet, den sachlichen Aussagegehalt auszuräumen und die Schutzfähigkeit einer unter Verwendung dieses Personalpronomens gebildeten Gesamtbezeichnung zu begründen.

c. Vor diesem Hintergrund werden die vorliegend angesprochenen breiten und vor allem in der Werbung mit vergleichbaren Begriffsbildungen konfrontierten Verkehrskreise der ebenfalls unter Verwendung der werbeüblichen Kundenansprache „my“ gebildeten Bezeichnung **my sandstone** in Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren auf Anhieb und ohne weitere Überlegungen den werblich-anpreisenden Hinweis entnehmen, dass es sich um auf den Kunden zugeschnittene Produkte mit dem Farbton „sandstone/Sandstein“ handelt und/oder – was die zu Klasse 19 zurückgewiesenen Waren betrifft – um Produkte, die eine dem Sandstein vergleichbare Optik und/oder Struktur (auf Oberflächen) bewirken können. Hinsichtlich der zu dieser Klasse beanspruchten „Baumaterialien [nicht aus Metall, soweit in Klasse 19 enthalten]“ kann **my sandstone** zudem als Hinweis auf ein speziell für den angesprochenen Konsumenten zugeschnittene Produkte aus (dem

Baumaterial) „Sandstein“ verstanden werden. Der Verkehr wird darin somit keinen betrieblichen Herkunftshinweis erkennen.

d. Die Wortfolge **my sandstone** geht auch in ihrer Gesamtheit weder hinsichtlich der sprachlichen Form noch hinsichtlich ihres begrifflichen Inhalts über die bloße Summe der Sachangaben hinaus (vgl. EuGH GRUR 2004, 680, 681 Nr. 39-41 – BIOMILD; GRUR 2006, 229, 230 f. – Nr. 34-37 – BioID), sondern erschöpft sich in Bezug auf die zurückgewiesenen Waren in einer aus sich heraus verständlichen und für den Verkehr ohne weiteres erkennbaren Kombination einer werbeüblichen Kundenansprache („my“) mit einer nachgestellten Beschaffenheitsangabe („sandstone“), ohne einen darüber hinausreichenden Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren zu vermitteln.

e. Soweit innerhalb der angemeldeten Bezeichnung **my sandstone** der Bestandteil „sandstone“ in Zusammenhang mit den beschwerdegegenständlichen Waren sowohl als Farbangabe wie auch als Hinweis darauf, dass die betreffenden Waren eine dem „Sandstein“ entsprechende Optik und/oder Haptik von (Ober-)Flächen hervorrufen können bzw. – was die zu Klasse 19 beanspruchten „Baumaterialien [nicht aus Metall, soweit in Klasse 19 enthalten]“ betrifft – als Hinweis auf deren Beschaffenheit wahrgenommen und verstanden werden kann, ergibt sich daraus keine schutzbegründende Unklarheit bzw. Mehrdeutigkeit. Denn das Anmeldezeichen ist in sämtlichen genannten Verständnis- und Deutungsmöglichkeiten für die jeweils genannten Waren beschreibend, so dass es insgesamt als sachbezogen und zur Erfüllung der Herkunftsfunktion ungeeignet anzusehen ist (vgl. m. w. N. Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 170). Der alleine durch die verschiedenen – jeweils beschreibenden – Deutungsmöglichkeiten hervorgerufene Interpretationsaufwand des Verkehrs reicht für die Bejahung einer Unterscheidungskraft nicht aus (vgl. BGH GRUR 2014, 569, Nr. 24 – HOT; Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 170 m. w. N.).

3. Die angemeldete Marke kann im Umfang der versagten Waren damit ihre Hauptfunktion, nämlich den Verkehrskreisen die Ursprungsidentität der mit ihr gekennzeichneten Waren zu garantieren, nicht erfüllen. Sie ist deshalb insoweit nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, so dass die Beschwerde zurückzuweisen war.

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht der Anmelderin 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 einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Dr. Hacker

Merzbach

Akintche

Fi