



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 40/19

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2018 022 598.1

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 11. März 2021 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, der Richterin Akintche und des Richters Merzbach

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 02 des Deutschen Patent- und Markenamts vom

14. März 2019 und vom 4. September 2019 insoweit aufgehoben, als darin die Anmeldung für die Ware

„Klasse 19: Asphalt“

zurückgewiesen worden ist.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 18. September 2018 angemeldete Wortmarke

Timber-Design

soll u.a. für die Waren

„Klasse 01: Chemische Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke; Klebstoffe für gewerbliche Zwecke, insbesondere Klebstoffe zum Verlegen von Bodenbelägen; Feuchtigkeitsimprägniermittel; chemische Stabilisierungs- und Pflegemittel für Bodenbeläge;

Klasse 02: Anstrichmittel; Farben; Firnisse; Lacke; Rostschutzmittel; Holzkonservierungsmittel; Grundierungsmittel als Anstrichfarbe; Holzschutzmittel; Färbemittel; Beizen, insbesondere Beizen für Holz; Verdünnungsmittel für sämtliche vorgenannte Waren; Naturharze im Rohzustand; Blattmetalle und Metalle in Pulverform für Maler, Dekorateure, Drucker und Künstler; Beschichtungsmittel aus Kunststoff als Paste und flüssig für Oberflächen aus Holz und Metall zum Schutz gegen Feuchtigkeit; streichfähige Makulatur; Holzöle;

Klasse 03: Bodenbehandlungsmittel [Reinigungsmittel]; Reinigungsöle;

Klasse 17: Waren aus Kunststoffen [Halbfabrikate]; Fassadenverkleidungsplatten aus Kunststoff [Halbfabrikate], insbesondere Fassadenverkleidungsplatten aus Schaumstoff; Klebebänder zur Verwendung mit Bodenbelägen;

Klasse 19: Baumaterialien [nicht aus Metall, soweit in Klasse 19 enthalten]; Armierungsmasse für Bauzwecke, insbesondere Armierungsmasse zum Auftragen auf Dämmplatten, auch als 2-Komponenten-Armierungsmasse; Fassadenmörtel; Verputzmittel; Edelputz; Streichputz; Fertigmörtel; Putzfüllmittel; Baukalk; Estrich; Spachtelmassen und Grundierungsmittel [soweit in Klasse 19 enthalten] für Bauzwecke; Asphalt, Pech und Bitumen; Spachtelmassen zum Glätten und Ausbessern eines rauen Untergrundes als Verputzmittel; Fassadenverkleidungsplatten aus Kunststoff [nicht für Isolierzwecke], insbesondere Fassadenverkleidungsplatten aus Schaumstoff; Laminatfußböden; Parkettfußböden aus Holz, Furnierholz und/oder Kork; laminiertes Parkettbodenbelag;

Klasse 27: Teppiche; Fußmatten; Matten; Linoleum; andere Bodenbeläge; Bodenbeläge aus Kunststoff; Fußbodenbeläge und künstliche Bodenbeläge; Korkplatten [Bodenbeläge]; Tapeten [ausgenommen aus textilem Material]; Muster- und Ansichtsmappen für die vorgenannten Waren“

in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register eingetragen werden.

Nach Beanstandung der Anmeldung wegen absoluter Schutzhindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 u. 2 MarkenG durch Bescheid vom 17. Oktober 2018 hat die Markenstelle für Klasse 02 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung

mit Erstprüferbeschluss vom 14. März 2019 zunächst vollständig und sodann – auf die Erinnerung der Anmelderin – mit Erinnerungsbeschluss vom 4. September 2019 teilweise, nämlich hinsichtlich der o.g. Waren zurückgewiesen, weil es der angemeldeten Bezeichnung insoweit an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Die angemeldete Marke setze sich aus den Begriffen „Timber“ und „Design“ zusammen. Der englische Begriff „Timber“ sei in seiner Bedeutung „(Bau-, Zimmer-, Nutz-) Holz“ sowohl allgemeinen wie auch Fachverkehrskreisen durch entsprechende Verwendung in Zusammenhang mit Holz geläufig. Dies gelte auch für den englischen wie deutschen Begriff „Design“, welcher eine funktionale Gestaltung oder Formgebung, meist auch unter dem Gesichtspunkt von Schönheit und Neuzeitlichkeit bezeichne. Die angemeldete Bezeichnung werde daher in ihrer Gesamtheit mühelos als von „Holz-Design/Gestaltung“ verstanden.

In Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren werde der angesprochene inländische Verkehr dann aber in der angemeldeten Bezeichnung lediglich einen Hinweis darauf erkennen, dass es sich bei den betreffenden Waren um solche aus Holz handle bzw. die Waren in Holzoptik ausgestaltet seien und/oder an Holz angelehnte Oberflächen/Farben/Strukturen aufwiesen oder die dazu dienten, Oberflächen usw. eine Holzoptik zu verleihen bzw. speziell für Waren aus Holz / für Holzoberflächen bestimmt und geeignet seien. Die angemeldete Bezeichnung Timber-Design beschränke sich daher insoweit auf eine Sachangabe zu Art, Beschaffenheit und Bestimmung der betreffenden Waren.

Unerheblich sei, dass der Wortkombination als solcher und insbesondere dem Bestandteil „Timber“ auch andere Bedeutungen zukommen könnten, da in Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Waren allein ein Verständnis in vorgenanntem Sinne naheliege.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie im Wesentlichen geltend macht, dass **Timber-Design** keinen ohne weiteres erkennbaren beschreibenden Bezug zu den zurückgewiesenen Waren aufweise. So bezeichne der englische Begriff „Timber“ nicht nur „rohes, unverarbeitetes Holz“, sondern verfüge auch über gänzlich andere, keinen Bezug zu Holz aufweisende Bedeutungen.

Aber auch soweit der Verkehr mit diesem Begriff einen Bezug zu „Holz“ herstelle, könne ein beschreibender Bezug zu den vorliegend relevanten Waren nur in mehreren Schritten und dank Vorwissens konstruiert werden.

Chemische Erzeugnisse, Klebstoffe zum Verlegen von Bodenbelägen, Feuchtigkeitsmittel und chemische Stabilisierungs- und Pflegemittel seien für gewöhnlich nicht aus Holz gefertigt und dafür auch nicht geeignet, jedenfalls erschließe sich dies aus der Bezeichnung nicht ohne weiteres.

Auch hinsichtlich der Waren aus Klasse 2 sei nicht ersichtlich, welche Bedeutung **Timber-Design** zB für Farben oder Anstrichmittel haben sollte. Solche Waren verträgen sich im Regelfall nicht mit Holzoberflächen.

Bodenbehandlungsmittel und Reinigungsöle aus der Klasse 3 gehörten ebenfalls nicht zu den Waren, die ohne weiteres mit Holz in Verbindung gebracht würden. Dies gelte auch für die Waren aus Kunststoffen der Klasse 17 sowie für die Klebebänder zur Verwendung mit Bodenbelägen, welche ebenfalls keinen direkten und konkreten Bezug zu **Timber-Design** aufwiesen.

Auch die zu Klasse 19 beanspruchten Baumaterialien wiesen nicht zwangsläufig einen Bezug zu Holz auf. Armierungsmasse, Fassadenmörtel, Verputzmittel, Edelputz, Streichputz, Fertigmörtel, Putzfüllmittel, Baukalk, Estrich, Spachtelmassen und Grundierungsmassen seien allesamt silikatbasierte, seibstaushärtende, anorganische Füll- und Streichstoffe, die weder Holz enthielten

noch für Holz geeignet seien. Diese Produkte könnten allenfalls Holz angreifen. Asphalt, Pech und Bitumen seien ebenfalls weder „holzbasiert“ noch für Holz zu gebrauchen, was auch für „Spachtelmassen. Fassadenverkleidungsplatten aus Schaumstoff“ gelte.

Schließlich sei **Timber-Design** im Verkehr auch nicht zur Beschreibung der Waren aus Klasse 27 geeignet. Denn ein konkreter, sofort und ohne weiteres Nachdenken erkennbarer, beschreibender Bezug des Zeichens zu Waren wie Teppichen oder Fußmatten lasse sich nicht ausmachen. Selbst soweit bei diesen Waren eine Gestaltung in Holzoptik möglich wäre, könne dies nicht die Zurückweisung der Anmeldung für den Oberbegriff als solchen begründen.

Mangels eines sich ohne weiteres ergebenden beschreibenden Aussagegehalts in Bezug auf die verfahrensgegenständlichen Waren sowie einer insgesamt eher ungewöhnlichen Verbindung der Begriff „Timber“ und „Design“ könne der angemeldeten Bezeichnung Unterscheidungskraft iS von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht abgesprochen werden. Ihr stehe auch kein Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 2 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 14. März 2019 und vom 4. September 2019 insoweit aufzuheben, als die Anmeldung darin zurückgewiesen worden ist.

Der Senat hat der Anmelderin Rechercheergebnisse zur Gestaltung von nicht aus Holz bestehenden Produkten in einer Natur-/Rohholz nachempfundenen Struktur und Optik übersandt. Die Anmelderin hat mit Schriftsatz vom 8. März 2021 beantragt, den Termin zur mündlichen Verhandlung vom 11. März 2021, 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 der Anmelderin ist in der Sache lediglich im aus dem Beschlusstenor ersichtlichen Umfang begründet, da Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG insoweit nicht bestehen. Im Übrigen ist die Beschwerde unbegründet, da die angemeldete Marke in Bezug auf sämtliche weitere beschwerdegegenständliche Waren nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen ist; die Markenstelle hat die Anmeldung insoweit zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

1. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG schließt von der Eintragung als Marke Zeichen aus, denen für die in der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen zukommende Eignung, die von der Anmeldung erfassten Waren bzw. Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und so diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 7 – #darferdas? I; GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2008, 608 Rn. 66 Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 229 Rn. 27 – BioID AG/HABM [BioID]; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 565 Rn. 12 – smartbook).

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 GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI). 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 KGaA; BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 10 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn.13 – Gute Laune Drops).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 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 2019, 1194 Rn. 20 – AS/DPMA [#darferdas?]; GRUR 2008, 608 Rn. 67 – Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [MATRATZEN]; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 – grill meister).

Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Zeichen, die einen beschreibenden Begriffsinhalt aufweisen, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland NV/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas? I). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder die Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass

der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard).

2. Ausgehend von den vorgenannten Grundsätzen fehlt dem zur Eintragung in das Markenregister angemeldeten Zeichen **Timber-Design** bezüglich der beschwerdegegenständlichen Waren mit Ausnahme der im Beschlusstenor genannten Ware „Asphalt“ 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. Bei dem angemeldeten Zeichen **Timber-Design** handelt es sich um eine ohne weiteres erkennbare Kombination des englischen Substantivs „Timber“ mit der Bedeutung „Schnitt-, Ausbau- oder Bauholz“ (vgl. <https://dict.leo.org/englisch-deutsch/timber> zu „timber“) mit dem als Fremdwort in die deutsche Sprache eingegangenen Begriff „Design“, welcher eine funktionale Gestaltung oder Formgebung, meist auch unter dem Gesichtspunkt von Schönheit (Ästhetik) und Neuzeitlichkeit bezeichnet (vgl. BPatG 29 W (pat) 168/03 v. 20 Februar 2006 – Design 24) und mit dem in der Werbesprache regelmäßig eine ästhetische Gestaltung von Gegenständen, Flächen etc. beschrieben und zum Ausdruck gebracht.

Wortsinngemäß kommt **Timber-Design** danach die Bedeutung „Holz-Design(Gestaltung)“ is einer „ästhetischen Gestaltung aus Holz“ zu. Mit dieser Bedeutung beschränkt sich **Timber-Design** in Bezug auf Materialien und Produkte,

die aus Holz bestehen und bei denen Formgebung und ästhetische Gestaltung wesentliche Produktmerkmale darstellen – wie es zB bei Möbeln aus Holz, aber auch Holzmaterialien zur Gestaltung von Wänden und Böden der Fall sein kann -, in einer werblich-anpreisenden Beschaffenheitsangabe, nämlich dass diese über eine besondere, ästhetisch-„designmäßige“ Ausgestaltung verfügen. Dies trifft vorliegend auf die zurückgewiesenen Waren „Parkettfußböden aus Holz, Furnierholz“ sowie „andere Bodenbeläge; ... Fußbodenbeläge“ zu, welche aus Holz bestehen oder zumindest bestehen können und bei denen der ästhetischen Gestaltung eine besondere Bedeutung zukommt.

c. In Bezug auf die übrigen zurückgewiesenen Waren kann **Timber-Design** hingegen mit dieser Bedeutung - insoweit ist der Anmelderin zu folgen – zwar nicht unmittelbar deren Beschaffenheit beschreiben, da diese weder aus Holz bestehen noch Holz enthalten.

Zu beachten ist aber, dass der Markenbestandteil „Timber“ bereits seit langem über seine vorgenannte Bedeutung hinaus in – von der Markenstelle in der Anlage zum Erstprüferbeschluss vom 14. März 2019 bereits recherchierten - Begriffsbildungen wie „Timber-Optik“ oder „Timber-Look“ verwendet wird, um in werblich-prägnanter Form auf eine dem Natur-/Rohholz nachempfundene optische (farbliche) und/oder haptische Gestaltung von Produkten jeder Art wie zB Möbeln, aber eben auch von Böden, Bodenbelägen, Wänden etc. hinzuweisen. Der Begriff „Timber“ beschränkt sich insoweit auf eine reine Beschaffenheitsangabe zu Farbe, Optik und Struktur solcher Produkte. Der Verkehr wird **Timber-Design** daher in Zusammenhang mit Produkten, die eine Holzoptik und/oder -haptik aufweisen können, wie die weitgehend bedeutungsgleichen Begriffsbildungen „Timber-Optik“, „Timber-Look“ als anpreisende Beschaffenheitsangabe verstehen, dass diese entweder über eine ästhetische ansprechende Holzoptik und/oder -haptik verfügen oder jedenfalls dazu bestimmt und geeignet sind, einen solchen optischen und/oder haptischen Effekt zu erzeugen.

aa. Dies trifft zunächst auf die zu Klasse 17 zurückgewiesenen „Waren aus Kunststoffen [Halbfabrikate]; Fassadenverkleidungsplatten aus Kunststoff [Halbfabrikate], insbesondere Fassadenverkleidungsplatten aus Schaumstoff“ sowie die zu Klasse 19 zurückgewiesenen Waren „Fassadenverkleidungsplatten aus Kunststoff [nicht für Isolierzwecke], insbesondere Fassadenverkleidungsplatten aus Schaumstoff; Laminatfußböden; Parkettfußböden aus ... Kork; laminiertes Parkettbodenbelag“ und auch die zu Klasse 27 zurückgewiesenen Waren „Teppiche; Fußmatten; Matten; Linoleum;... Bodenbeläge aus Kunststoff; künstliche Bodenbeläge; Korkplatten [Bodenbeläge]; Tapeten [ausgenommen aus textilem Material]“ zu.

Denn bereits zum Zeitpunkt der Anmeldung wurden diese Waren und dabei insbesondere Fassadenverkleidungen sowie textile und Kunststoffbodenbeläge in einer Natur-/Rohholz nachempfundenen optischen und/oder haptischen Gestaltung angeboten, so dass **Timber-Design** sich insoweit in einem Hinweis auf deren Beschaffenheit und Gestaltung in einer ästhetisch ansprechenden Holzoptik und/oder -haptik erschöpft.

Dazu kann verwiesen werden auf den der Anmelderin mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung als Anlage 1 übersandten und auf der Internetseite <https://www.eccuro.com/artikel/666-fassadenverkleidung-in-holzoptik-montage-kosten> am 22. Juni 2018 veröffentlichten Artikel „Fassadenverkleidung in Holzoptik: Montage & Kosten“ sowie die als Anlage 2 übermittelten Auszüge der Internetseiten <https://vipbilder.info/bodenbelaege/teppichboden-001.htm> vom 19. August 2018, <https://www.kibek.de/bodenbelaege/> vom 30. Juli 2018 und <https://www.bodenfuchs24.de/Joka-Classic-Design-330-Vintage-Timber-2856-Vinylboden-Designbodenbelag> vom 4. Juli 2018, auf denen Teppichböden bzw. Kunststoff- und Vinylböden in Holz- bzw. „Timber“-Optik angeboten wurden.

Was die zu Klasse 27 weiterhin beanspruchten „Muster- und Ansichtsmappen für die vorgenannten Waren“ betrifft, enthält **Timber-Design** jedenfalls einen Hinweis

auf die Beschaffenheit der in den jeweiligen Mappen enthaltenen (Textil- und Boden-)Muster, so dass insoweit ein die Unterscheidungskraft ausschließender enger beschreibender Bezug besteht.

Soweit die Anmelderin dazu geltend gemacht hat, dass eine mögliche Gestaltung der vorgenannten Waren in einer Holzoptik nicht ein Schutzhindernis für den gesamten Warenoberbegriff begründe, verkennt sie, dass ein Eintragungshindernis bereits dann vorliegt, wenn ein Schutzhindernis hinsichtlich einzelner unter den Oberbegriff fallender Waren anzunehmen ist, was hier aus den vorgenannten Gründen aber der Fall ist (vgl. BGH, GRUR 2002, 261 – AC; GRUR 2006, 850, 856 Tz. 36 – FUSSBALL WM 2006; Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 13. Aufl., § 8 Rdnr. 127).

bb. Von Bedeutung ist ferner, dass der mit **Timber-Design** beschriebene optische und/oder haptische Effekt auch durch eine Beschichtung und Gestaltung von Oberflächen wie zB Wänden und Böden mit Beschichtungsmitteln wie den zu Klasse 19 beanspruchten Bau-, Verputz- und Spachtelmaterialien bewirkt werden kann. Dafür geeignete Putze, Mörtel und Spachtelmassen verfügen regelmäßig über spezielle Eigenschaften bzw. eine bestimmte Beschaffenheit wie zB eine „gröbere Körnung“ (vgl. dazu die der Anmelderin mit der Ladung als Anlage 3 übermittelte Fundstelle https://www.bauhandwerk.de/artikel/bhw_Teil_3_der_Serie_Moderne_Oberflaechenstrukturen_mit_Putz_gestalten_3397814.html, auf der es u.a. heisst: „Wenn man Mörtel mit einem geringeren Kornanteil einsetzt, verringern sich die Auftragsdicken. Durch gröbere Körnungen erreicht man eine stärkere Maserung in der Holzoptik“). Dementsprechend wurden auch bereits vor dem Anmeldezeitpunkt Beschichtungs- und Verputzmaterialien damit beworben, dass sie für eine holzartige Struktur/Haptik zB auf Wänden und Böden sorgen können. Insoweit kann verwiesen werden auf die der Anmelderin als Anlage 4 zur

Ladung übermittelten Fundstelle <http://www.lavastyle.de/> vom 15. April 2018, auf der Mörtel zur Herstellung einer „Holzoptik“ angeboten wurden.

Ausgehend davon erschöpft sich das angemeldete Zeichen **Timber-Design** daher auch in Bezug auf die zu Klasse 19 beanspruchten Waren „Baumaterialien [nicht aus Metall, soweit in Klasse 19 enthalten]; Armierungsmasse für Bauzwecke, insbesondere Armierungsmasse zum Auftragen auf Dämmplatten, auch als 2-Komponenten-Armierungsmasse; Fassadenmörtel; Verputzmittel; Edelputz; Streichputz; Fertigmörtel; Putzfüllmittel; Baukalk; Estrich; Spachtelmassen und Grundierungsmittel [soweit in Klasse 19 enthalten] für Bauzwecke; Spachtelmassen zum Glätten und Ausbessern eines rauen Untergrundes als Verputzmittel“ in einem anpreisenden Hinweis darauf, dass diese dazu bestimmt und geeignet sind, eine dem Natur-/Rohholz nachempfundene optische und/oder haptische Gestaltung zu erzeugen.

cc. Was die weiteren zurückgewiesenen Waren, nämlich die zu Klasse 01 beanspruchten „Chemische(n) Erzeugnisse für gewerbliche Zwecke; Klebstoffe für gewerbliche Zwecke, insbesondere Klebstoffe zum Verlegen von Bodenbelägen; Feuchtigkeitsimprägniermittel; chemische(n) Stabilisierungs- und Pflegemittel für Bodenbeläge“, die zu Klasse 02 beanspruchten „Anstrichmittel; Farben; Firnisse; Lacke; Rostschutzmittel; Holzkonservierungsmittel; Grundierungsmittel als Anstrichfarbe; Holzschutzmittel; Färbemittel; Beizen, insbesondere Beizen für Holz; Verdünnungsmittel für sämtliche vorgenannte Waren; Naturharze im Rohzustand; Blattmetalle und Metalle in Pulverform für Maler, Dekorateur, Drucker und Künstler; Beschichtungsmittel aus Kunststoff als Paste und flüssig für Oberflächen aus Holz und Metall zum Schutz gegen Feuchtigkeit; streichfähige Makulatur; Holzöle“, die zu Klasse 03 beanspruchten „Bodenbehandlungsmittel [Reinigungsmittel]; Reinigungsöle“ sowie die „Klebebänder zur Verwendung mit Bodenbelägen“ in Klasse 17 betrifft, beschreibt die angemeldete Begriffskombination **Timber-Design** zwar nicht unmittelbar deren Beschaffenheit,

da aus diesen Waren nicht unmittelbar Wand- und Bodenflächen in (Natur-)Holz-Optik und/oder -Haptik hergestellt werden können.

Jedoch können diese Waren speziell für die Verlegung, Befestigung, Pflege oder auch – was „Anstrichmittel; Farben; Firnisse; Lacke“ betrifft – für die (ästhetische) Farbgestaltung von Wand- und Bodenmaterialien aus Natur-/Rohholz bestimmt und geeignet sein - wie auch die dem Beanstandungsbescheid vom 17. Oktober 2018 beigefügte Recherche der Markenstelle belegt -, und damit ebenfalls zu einer mit **Timber-Design** beschriebenen „ästhetischen Gestaltung aus Holz“ beitragen bzw. sogar – wie die Markenstelle für Klebebänder recherchiert hat – eine sich Naturholz anpassende Struktur und Farbgestaltung aufweisen. Insoweit besteht daher jedenfalls ein enger funktionaler Zusammenhang, der insoweit zu einem die Unterscheidungskraft ausschließenden engen beschreibenden Bezug des angemeldeten Zeichens führt. Diese Erwägungen gelten auch für „Bitumen“ und „Pech“ (Klasse 19), da Pech wie auch ein Bitumenanstrich Holz vor Feuchtigkeit schützen kann.

d. Die angemeldete Bezeichnung beschreibt damit Merkmale und Eigenschaften der beanspruchten Waren bzw. weist zumindest einen engen beschreibenden Bezug zu diesen auf. Dieser beschreibende bzw. sachbezogene Aussagegehalt von **Timber-Design** drängt sich dem Verkehr in Zusammenhang mit den vorgenannten Waren entgegen der Auffassung der Anmelderin auch ohne weiteres Nachdenken auf; insbesondere weist die Kombination der Bestandteile „Timber“ und „Design“ zu der angemeldeten Bezeichnung **Timber-Design** keine ungewöhnliche Struktur auf, die von einem rein sachbezogenen Aussagegehalt wegführen könnte. Die Einzelbestandteile werden entsprechend ihrem Sinngehalt verwendet und bilden auch in der Gesamtheit keinen neuen, über die bloße Kombination hinausgehenden Begriff.

Die Begriffskombination **Timber-Design** verfügt insoweit auch nicht über eine schutzbegründende Interpretationsbedürftigkeit und Mehrdeutigkeit. Die meisten

der seitens der Anmelderin in der Beschwerdebegründung aufgezeigten Interpretations- und Verständnismöglichkeiten sind bereits aus sich heraus, erst recht aber in Zusammenhang mit den vorliegend beanspruchten und für die Prüfung der Schutzfähigkeit allein maßgeblichen Waren fernliegend.

4. Die Marke **Timber-Design** kann im Umfang der versagten Waren damit ihre Hauptfunktion, nämlich den Verkehrskreisen die Ursprungsidentität der mit der Marke gekennzeichneten Waren zu garantieren, nicht erfüllen. Sie ist deshalb nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen.

5. Eine abweichende Beurteilung ist jedoch in Bezug auf

Klasse 19: „Asphalt“

geboten da eine Ausgestaltung von Asphalt in Holzoptik nicht nachweisbar ist und Asphalt, soweit ersichtlich, auch nicht zur Herstellung/Pflege etc. von aus Holz bestehenden oder zumindest eine entsprechende Optik/Haptik aufweisenden Flächen beitragen kann. Insoweit können Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG daher nicht festgestellt werden, so dass die Beschwerde in diesem Umfang Erfolg hat.

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.

Hacker

Merzbach

Akintche

Fi