



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 561/20

(AktENZEICHEN)

Verkündet am
24.02.2022

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2019 106 144.6

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 24. Februar 2022 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker sowie der Richterin Dr. Weitzel und des Richters Merzbach

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

SUPPLIESGERMANY

ist am 10. Mai 2019 für die Waren und Dienstleistungen

„Klasse 02: Farben; Firnisse; Lacke; Rostschutzmittel; Holzkonservierungsmittel; Färbemittel; Beizen; Naturharze im Rohzustand; Blattmetalle und Metalle in Pulverform für Mal-, Dekorations- und Druckzwecke sowie für künstlerische Arbeiten; Farbstoffe, Pigmente und Tinten; Tinte und Toner für Drucker und Kopiergeräte; Tintenpatronen; feste Tintenpatronen [gefüllt] für Tintenstrahldrucker; Druckerpasten; Tinte und Toner in Patronen; Toner in Form von Farbstoffen; Toner für Offsetdruckarbeiten; Verdünnungs- und Verdickungsmittel für Anstrich- und Färbemittel sowie für Tinten; Anstrichmittel; Zusatzstoffe in Verbindung mit vorgenannten Waren, soweit in dieser Klasse enthalten

Klasse 09: Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild;

Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; CDs; DVDs; digitale Aufzeichnungsträger; Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen; Rechenmaschinen; Hardware für die Datenverarbeitung; Computer; Computersoftware; Feuerlöschgeräte; Aufgezeichnete Daten; informationstechnologische, audiovisuelle, multimediale und fotografische Geräte; Magnete, Magnetisierungs- und Entmagnetisierungsvorrichtungen; elektronische, optische, magnetische und digitale Speicher und Speichermedien; wissenschaftliche Geräte und Laborgeräte für physikalische Reaktionen mittels Elektrizität; Apparate, Instrumente und Kabel für Elektrizität; optische Geräte und Ausrüstung, Verstärkungsgeräte und Korrektoren; Sicherungs-, Sicherheits-, Schutz- und Signalgeräte sowie -ausrüstung; Speichergeräte für Computerprogramme; Speicher zur Verwendung von Computern; Geräte zum Speichern von Daten; Beamer; Mini-Beamer; Mediensoftware; Tauchausrüstung; Navigations-, Orientierungs-, Standortverfolgungs-, Zielverfolgungs- und Kartierungsgeräte; Mess-, Erkennungs- und Überwachungsinstrumente, -vorrichtungen sowie -regler; Apparate für wissenschaftliche Forschung und Labor, Unterrichtsapparate und Simulatoren; Teile und Zubehör für alle vorgenannten Waren, soweit in dieser Klasse enthalten

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Marketing und Verkaufsförderung; Kaufmännische Dienstleistungen und Verbraucherinformationsdienste, nämlich Einzel- und Großhandelsdienstleistungen online und als Kataloghandel sowie per Telefon in Bezug auf Farbstoffe, Pigmente und Tinten, Tinte und Toner für Drucker und Kopiergeräte, Tintenpatronen, feste Tintenpatronen [gefüllt] für Tintenstrahldrucker, Druckerpasten, Tinte und Toner in Patronen, Toner in Form von Farbstoffen, Toner für Offsetdruckerarbeiten, Verdünnungs- und Verdickungsmittel für Anstrich- und Färbemittel sowie für Tinten, Anstrichmittel, Naturharze im Rohzustand, informationstechnologische,

audiovisuelle, multimediale und fotografische Geräte, Magnete, Magnetisierungs- und Entmagnetisierungsvorrichtungen, elektronische, optische, magnetisch und digitale Speicher und Speichermedien, Speichergeräte für Computerprogramme, Speicher zur Verwendung von Computern, Geräte zum Speichern von Daten, Beamer und Mini-Beamer, Mediensoftware, Auktions- und Versteigerungsdienste, Vermietung von Verkaufsautomaten, Vermittlungsdienstleistungen, Organisieren von Geschäftskontakten, Sammeleinkaufsdienste, kaufmännische Bewertungsdienste, Vorbereitung von Wettbewerben, Agenturgeschäfte, Import- und Exportdienste, Verhandlungs- und Vermittlungsdienste, Bestelldienste, Preisvergleichsdienste, Beschaffungsdienste für Dritte, Abonnementdienste; Hilfe in Geschäftsangelegenheiten, Geschäftsführung und administrative Dienstleistungen; betriebswirtschaftliche Analyse-, Recherche- und Informationsdienstleistungen; Verleih, Vermietung und Verpachtung von Gegenständen in Zusammenhang mit der Erbringung der vorgenannten Dienstleistungen, soweit in dieser Klasse enthalten; Beratung und Information in Bezug auf vorgenannte Dienstleistungen, soweit in dieser Klasse enthalten“

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

Die mit einer Beamtin des gehobenen Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 02 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung mit Beschluss vom 29. Juni 2020 zurückgewiesen, weil es der angemeldeten Bezeichnung an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehle (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, die englischsprachige Wortfolge **SUPPLIESGERMANY** setze sich aus den allgemein verständlichen Bestandteilen „SUPPLIES“ und „GERMANY“ zusammen. „SUPPLIES“ stehe als Plural des Begriffs „supply“ u.a. für „Lieferungen, Nachschub, Hilfs- und Betriebsstoffe, Vorrat, Zubehör, Bestand“, gehöre zum englischen Grundwortschatz und sei mit dem

Bedeutungsgehalt „Vorrat, Bestand [einer Ware]; Angebot“ in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen. Wie die der Anmelderin übersandten Internetauszüge belegten, werde der Begriff in unterschiedlichsten Bereichen, auch in Zusammenhang mit den einschlägigen Waren und Dienstleistungen zur Bezeichnung von Verbrauchsmaterialien, Ersatzteilen, Ergänzungen und Zubehör verwendet. Der weitere Markenbestandteil „GERMANY“ bedeute „Deutschland“. Er sei in Wortverbindungen wie „Made in Germany“ in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen und für die angesprochenen Verkehrskreise damit ebenfalls ohne weiteres verständlich. Das Anmeldezeichen werde auch in seiner Gesamtheit vom angesprochenen Publikum als bloße Aneinanderreihung zweier sachbezogener Hinweise verstanden, nämlich als schlagwortartiger Sachhinweis im Sinne von „Lieferungen/Hilfs- und Betriebsstoffe/Zubehör Deutschland“. Alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen könnten Hilfs- und Betriebsstoffe, Zubehör oder sonstige Lieferungen für/in Deutschland oder damit unmittelbar im Zusammenhang stehende Angebote betreffen.

Bei den beanspruchten Waren der Klassen 02 und 09 könne es sich um Hilfs- und Betriebsstoffe, Verbrauchsmaterialien, Ersatzteile, Ergänzungen und Zubehör für Lieferungen in Deutschland handeln. Soweit inhaltsbezogene Waren wie z.B. „Schallplatten; CDs; DVDs“ beansprucht würden, könnten diese thematisch über Hilfs- und Betriebsstoffe oder Zubehör für Lieferungen in Deutschland informieren. Die Ware „Computersoftware“ könne der Bearbeitung solcher Lieferungen dienen.

Die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 35 könnten ein Sortiment an Hilfs- und Betriebsstoffen, Zubehör für/in Deutschland zum Gegenstand haben (bspw. die beanspruchten Einzel- und Großhandels-, Bestell- und Beschaffungsdienstleistungen) oder der Vermittlung, Verwaltung, Vermarktung und Abwicklung entsprechender Lieferungen dienen.

Aufgrund der klaren Bedeutung der Anmeldemarke und des beschreibenden Zusammenhangs zwischen **SUPPLIESGERMANY** und den beanspruchten Waren und Dienstleistungen erkenne der angesprochene Verkehr den rein sachlichen Bezug ohne weiteres und werde dem angemeldeten Markennamen deshalb keinen Herkunftshinweis entnehmen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie geltend macht, die Entscheidung sei schon deshalb mangelbehaftet, weil es sich um eine pauschale Zurückweisung für Waren und Dienstleistungen handele, was unzulässig sei. Die Markenstelle habe sich nicht im Detail zu den einzelnen Waren und Dienstleistungen geäußert, was aber erforderlich gewesen wäre, um diesen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen zu können.

Desweiteren ergäben sich aus den von der Markenstelle übermittelten Anlagen keine Informationen, was unter „Supplies“ zu verstehen sei. Auch für die maßgeblichen Fachkreise liege eine Sachbeschreibung nicht ohne weiteres auf der Hand, da der Begriff „Supplies“ zahlreiche Waren bezeichnen könne bzw. verschiedene Bedeutungsgehalte habe und deshalb keine beschreibende Angabe bestimmten Inhalts sei.

Insbesondere könne nicht darauf geschlossen werden, dass sämtliche Verbrauchsmaterialien, Ersatzteile, Ergänzungen und Zubehör unter den Begriff „Supplies“ fielen. Auch „Magnetaufzeichnungsgeräte, Schallplatten“ etc. stünden in keinem Zusammenhang zu „Supplies“. Die von der Markenstelle angenommene thematische Informationsleistung habe auch nichts mit dem Begriff „Supplies“ zu tun. Das gelte ebenso für „Computersoftware“, die nach der Argumentation der Markenstelle der Bearbeitung solcher Lieferungen diene, da auch die Bearbeitung nicht mehr unter den Begriff „Supplies“ falle.

Letztlich handele es sich bei **SUPPLIESGERMANY** in der Gesamtheit um einen reinen Phantasiebegriff.

Das Zeichen bestehe zwar aus Einzelbegriffen, für die jeweils eine deutsche Übersetzung herangezogen werden könne. Durch die Zusammenfügung beider Begriffe entstehe jedoch eine Wortneuschöpfung.

Die Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 02 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 29. Juni 2020 aufzuheben.

Im Rahmen der mündlichen Verhandlung am 24. Februar 2022 ist mit der Anmelderin erörtert worden, dass der Senat das angemeldete Wortzeichen für nicht schutzfähig erachtet, weil der Verkehr **SUPPLIESGERMANY** nicht nur in der von der Markenstelle ermittelten Bedeutung „Zubehör/Lieferung Deutschland“ verstehen wird, sondern in erster Linie als reines Werbeschlagwort i.S.v. „(er/sie/es) beliefert Deutschland“.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt verwiesen.

II.

Die gemäß § 64 Abs. 6 Satz 1, § 66 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg, da es der angemeldeten Wortmarke **SUPPLIESGERMANY** in Bezug auf die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen an Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG fehlt. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher 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 enthalten, 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).

An die Beurteilung der Unterscheidungskraft von schlagwortartigen Wortkombinationen wie hier **SUPPLIESGERMANY** sind keine strengeren Maßstäbe anzulegen als bei sonstigen Wortzeichen (EuGH GRUR Int. 2012, 914 (Nr. 25) – WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH; GRUR 2010, 228 (Nr. 36) – Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027 (Nr. 32, 44) – DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2009, 949 (Nr. 12) – My World; BGH GRUR 2009, 778 (Nr. 12) – Willkommen im Leben). Es wäre daher unzulässig, besondere Kriterien aufzustellen, die das Kriterium der Unterscheidungskraft ersetzen oder von ihm abweichen (EuGH GRUR 2010, 228 (Nr. 38) – Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027 (Nr. 35, 36) – DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT), etwa dergestalt, dass die sloganartige Wortfolge oder -kombination phantasievoll sein und ein begriffliches Spannungsfeld, das einen Überraschungs- und damit Merkeffekt zur Folge habe, aufweisen müsse (EuGH GRUR 2010, 228 (Nr. 39) – Vorsprung durch Technik; GRUR 2004, 1027 (Nr. 31, 32) – DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT;

BGH GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft). Auch wenn Werbeslogans keinen strengeren Schutzvoraussetzungen unterliegen, ist jedoch zu berücksichtigen, dass Wortmarken in Form von Werbeslogans vom Verkehr nicht notwendig in gleicher Weise wahrgenommen werden wie andere Markenkategorien. Insoweit ist bei Slogans, die eine im Vordergrund stehende Werbefunktion ausüben, dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die angesprochenen Kreise aus solchen Slogans gewöhnlich nicht auf die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen schließen. Bei nach Art eines Slogans gebildeten Wortfolgen oder -kombinationen wird der Verkehr diese daher als eine Beschreibung oder Anpreisung des Inhalts oder Gegenstands entsprechender Waren und Dienstleistungen auffassen (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027, 1029 (Nr. 35) – DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2000, 882, 883 – Bücher für eine bessere Welt; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 - Bar jeder Vernunft; EuG GRUR Int. 2003, 834, 835 f. – Best buy; GRUR Int. 2004, 944, 946 – Mehr für Ihr Geld). Nicht unterscheidungskräftig sind demzufolge spruchartige Wortfolgen, die lediglich in sprach- oder werbeüblicher Weise eine beschreibende Aussage über die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen enthalten oder sich ausschließlich in Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art erschöpfen, ohne einen über diese Werbefunktion hinausreichenden Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren oder Dienstleistungen zu vermitteln (vgl. EuGH GRUR 2004, 1027 (Nr. 35) – DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT; BGH GRUR 2001, 1047, 1049 – LOCAL PRESENCE, GLOBAL POWER; GRUR 2001, 735, 736 – Test it.; GRUR 2014, 872 (Nr. 23) – Gute Laune Drops; GRUR 2015, 173 (Nr. 28) – for you; GRUR 2016, 943 (Nr. 23) – OUI; siehe auch Ströbele/ Hacker/Thiering, MarkenG, 13. Aufl., § 8 Rn. 244, 245 m. w. N.).

2. Nach diesen Grundsätzen entbehrt die Wortkombination **SUPLIESGERMANY** für die beschwerdegegenständlichen Waren und Dienstleistungen jeglicher Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

a. Angesprochene Verkehrskreise sind - neben dem Fachverkehr - in Bezug auf die Waren der Klassen 02 und 09, die Verbraucherinformationsdienste und die Einzelhandelsdienstleistungen der Klasse 35 die normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher. Andere Dienstleistungen wie Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten, Marketing und Verkaufsförderung, Großhandelsdienstleistungen, Hilfe in Geschäftsangelegenheiten, Geschäftsführung und administrative Dienstleistungen richten sich an den Fachverkehr.

b. Die angemeldete Marke **SUPPLIESGERMANY** besteht aus den beiden zum Grundwortschatz der englischen Sprache und damit allgemein verständlichen Begriffen „SUPPLIES“ und „GERMANY“, die von den Adressaten der beanspruchten Waren und Dienstleistungen – jedenfalls aber von den auch für sich allein relevanten Fachverkehrskreisen – unmittelbar erfasst und verstanden werden. Ungeachtet der Zusammenschreibung in Majuskeln wird der Verkehr die Einwortmarke gedanklich und sprachlich in beide Begriffe zergliedern, insbesondere, weil er in dem nachgestellten Zeichenelement „GERMANY“ ohne weiteres die englischsprachige Länderbezeichnung Deutschlands erkennen wird.

Wie in der mündlichen Verhandlung erörtert, handelt es sich bei dem Bestandteil „SUPPLIES“ nicht nur um ein englisches Substantiv mit der von der Markenstelle ermittelten Bedeutung „Lieferung, Zubehör“, sondern auch um die dritte Person Singular des englischen Verbs „supply“ mit der Bedeutung „(er/sie/es) versorgt/beliefert“.

Der Zeichenbestandteil „GERMANY“ ist dem angesprochenen Verkehr u.a. aus geläufigen Bezeichnungen wie „Made in Germany“ als englisches Wort für „Deutschland“ geläufig.

In der Gesamtheit wirkt die Wortkombination ausschließlich wie ein typisches werbeübliches Schlagwort dahingehend, dass „(er/sie/es) Deutschland

versorgt/beliefert“, und zwar mit den beanspruchten und entsprechend bezeichneten Waren und Dienstleistungen. Dabei führt der Umstand, dass nicht eindeutig ist, ob „er“, „sie“ oder „es“ Deutschland versorgt, nicht zu einer schutzbegründenden Mehrdeutigkeit des angemeldeten Zeichens. Alle Übersetzungsvarianten unterstreichen letztlich den beschreibenden bzw. anpreisenden Sinngesamt, dass die beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Versorgung bzw. Belieferung Deutschlands dienen. Dabei macht es keinen Unterschied, wer genau (z.B.: „er“ als Anbieter, „sie“ als Firma oder „es“ als Unternehmen) Deutschland versorgt.

c. Soweit die Anmelderin geltend macht, **SUPPLIESGERMANY** werde vom Verkehr als unterscheidungskräftige Wortneuschöpfung wahrgenommen, ist dem nicht zu folgen. Dagegen spricht, dass der Bedeutungsgehalt der grammatikalisch korrekten Wortkombination ohne weiteres erkennbar bleibt. Ohnehin ist der Verkehr daran gewöhnt, ständig mit neuen, schlagwortartigen Begriffen konfrontiert zu werden, durch die ihm sachbezogene Informationen in einprägsamer Form übermittelt werden sollen (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 13. Aufl., § 8 Rn. 222).

d. Auch die Zusammenschreibung von „SUPPLIES“ und „GERMANY“ führt nicht dazu, dass der Verkehr das angemeldete Zeichen als Phantasiebegriff wahrnehmen wird. Bei der Zusammenschreibung der beiden Wörter, die bereits wegen des Bestandteils „GERMANY“ problemlos erkennbar sind, handelt es sich um eine werbeübliche Orthografieabweichung (vgl. BPatG, Beschluss vom 23.05.2019, 30 W (pat) 529/17 – MYPROTEIN; Beschluss vom 18.01.2018, 28 W (pat) 555/17 – EASYCLIP; Beschluss vom 10.10.2017, 25 W (pat) 2/16 – findwhatyoulike; Beschluss vom 03.06.2015, 26 W (pat) 3/15 – dateformore). An eine solche Zusammenschreibung von Markenbestandteilen ist der Verkehr gewöhnt, denn sie wird in der beschreibenden Werbesprache seit langem und häufig verwendet, ohne dass der beschreibende Begriffsinhalt dadurch in den Hintergrund tritt.

e. Entgegen dem Vortrag der Anmelderin muss sich die Zurückweisung auch nicht im Detail mit jeder beanspruchten Ware bzw. Dienstleistung befassen. Dem werbeüblichen Schlagwort **SUPPLIESGERMANY** i.S.v. „(er/sie/es) beliefert Deutschland“ ist nämlich immanent, dass die Belieferung sich auf alle möglichen Waren und Dienstleistungen beziehen kann.

Das gilt ohne weiteres für die die beanspruchten Waren der Klassen 02 und 09, wobei es sich bei den Waren der Klasse 02 überdies um typische Verbrauchsartikel handelt, bei denen eine gute Belieferung Deutschlands besonders wichtig ist. Entgegen dem Vorbringen der Anmelderin spielen die beanspruchten Waren „Computersoftware; Aufgezeichnete Daten; Mediensoftware“ (Klasse 09) für den reibungslosen Ablauf der Belieferung Deutschlands eine wesentliche Rolle, z.B. bei der Verarbeitung von Bestellungen und dem Versand. Alle Dienstleistungen der Klasse 35 betreffen die bzw. dienen der Belieferung Deutschlands. Das gilt beispielsweise für „Kaufmännische Dienstleistungen und Verbraucherinformationsdienste, nämlich Einzel- und Großhandelsdienstleistungen online und als Kataloghandel sowie per Telefon in Bezug auf (...)“. Auch im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen „Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Marketing und Verkaufsförderung“ vermittelt die Bezeichnung **SUPPLIESGERMANY** eine rein werblich anpreisende Sachaussage, denn diese Dienstleistungen betreffen z.B. das Tätigkeitsfeld des Versandhandels oder stehen in engem Bezug hierzu. Anhaltspunkte dafür, dass der Verkehr diese Wortfolge auch als Herkunftshinweis verstehen könnte, ergeben sich nicht.

f. Die Schutzzfähigkeit der angemeldeten Marke lässt sich auch nicht aus den von der Anmelderin zitierten Entscheidungen des BPatG zu „Twin Air supply“ (BPatG 32 W (pat) 100/97) oder des EUIPO zu „Supplystation“ (R0161/01-3 vom 8. November 2001) herleiten, weil die Prüfung der angemeldeten Marke ausschließlich auf diese

selbst zu beziehen ist (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 13. Aufl., § 8 Rn. 77) und sich **SUPPLIESGERMANY** von den vorgenannten Begriffen durch die Endung „-IES“, den Bestandteil „GERMANY“ und damit in ihrem Bedeutungsgehalt unterscheidet.

3. Die angemeldete Marke ist damit 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.

Hacker

Merzbach

Weitzel