



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 524/18

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2017 112 748.4

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 16. Juli 2019 durch die Vorsitzende Richterin Klante, den Richter Schwarz und die Richterin Lachenmayr-Nikolaou

beschlossen:

1. Der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts, Markenstelle für Klasse 25, vom 6. April 2018 wird auf die Beschwerde der Anmelderin insoweit aufgehoben, als die Anmeldung in Bezug auf die Waren der Klasse 25 „Kleider; Brautkleider; Abendkleider; Schützenfestmode“ zurückgewiesen worden ist.
2. Im Übrigen wird die Beschwerde der Anmelderin zurückgewiesen.

Gründe:

I.

Am 12. Dezember 2017 hat die Beschwerdeführerin das Zeichen



für die nachfolgend genannten Waren und Dienstleistungen zur Eintragung als Wort-/Bildmarke in das vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister angemeldet:

Klasse 25: Kleider; Brautkleider; Abendkleider; Schützenfestmode;

Klasse 35: Einzelhandelsdienstleistungen in Bezug auf Bekleidung;

Klasse 40: Schneiderarbeiten.

Mit Beschluss vom 6. April 2018 hat das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA), Markenstelle für Klasse 25, die Anmeldung unter Bezugnahme auf den Beanstandungsbescheid vom 5. Februar 2018 wegen fehlender Unterscheidungskraft des angemeldeten Zeichens gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG sowie wegen des Schutzhindernisses des Freihaltebedürfnisses gem. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG

zurückgewiesen. Die schutzsuchende Marke bestehe im Wesentlichen aus den Begriffen „Wedding Team“ und „Curvy Bride“, welche „Hochzeitsteam“ und „Kurvige Braut“ bedeuten würden. Die Gesamtaussage werde aufgrund der allgemeinen Bekanntheit der Bestandteile von den beteiligten Verkehrskreisen sofort verstanden. Die Wortkombination „Wedding Team Curvy Bride“ habe im Hinblick auf die beanspruchten Waren der Klasse 25 und den Dienstleistungen der Klassen 35 und 40 unmittelbar beschreibenden Charakter, denn sie weise lediglich werbetypisch darauf hin, dass es sich bei den so gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen um solche für „Hochzeiten“ handele, diese von einem „Hochzeitsteam“ angeboten würden und im Wesentlichen für „kurvige Bräute“ bestimmt seien. Unter „Kurvig“ werde im Allgemeinen verstanden, dass die Person/die Frau etwas runder sei und eher eine höhere Kleidergröße brauche. Die Markenwortkombination sei daher glatt waren- und dienstleistungsbeschreibend.

Auch die graphische Ausgestaltung begründe nicht die Schutzfähigkeit. Sie bestehe lediglich aus einer geschwungenen pinken Schrift. Die oberen Enden des doppelten Buchstabens „dd“ seien zu zwei Ringen geformt, die an Eheringe erinnern und die Aussage der Wortbestandteile lediglich unterstreichen würden. Die Wortbestandteile „Curvy Bride“ seien unter den Wörtern „Wedding Team“ angeordnet, links und rechts davon seien pinke geschwungene Linien zu sehen. All dies seien einfache, werbeübliche Gestaltungsmittel, an welche der Verkehr gewöhnt sei. Die graphische Ausgestaltung sei daher nicht hinreichend eigenwillig und prägnant, als dass sie geeignet wäre, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen hinsichtlich Ihrer Herkunft aus einem Unternehmen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden und das Freihaltebedürfnis an der Marke zu beseitigen.

Gegen den ihr am 11. April 2018 zugestellten Beschluss wendet sich die Beschwerdeführerin mit ihrer Beschwerde vom 8. Mai 2018.

Sie ist der Ansicht, dass die Markenstelle die besondere und individuelle Gestaltung der Graphik verkannt habe und nicht ausreichend zwischen den beanspruchten Dienstleistungen einerseits und Waren andererseits differenziert habe. Insbe-

sondere für die beanspruchten Waren (vor allem für Abendkleider und Schützenfestmode) sei der Begriff „Hochzeitsteam“ nicht beschreibend. Der Begriff „curvy bride“ sei nicht verbreitet oder üblich und den angesprochenen Verkehrskreisen daher nicht bekannt. Bei der Beurteilung des Wortbestandteils habe das DPMA nicht dargelegt, welche konkrete „sofort verständliche“ Gesamtaussage der Einzelbestandteile „Hochzeitsteam“ und „kurvige Braut“ es seiner Beurteilung zugrunde lege. Die graphische Gestaltung bestehe nicht lediglich aus einer geschwungenen pinken Schrift, sondern weise verschiedene gestaltende Elemente auf. Die oberen freien Enden der Buchstabenfolge „dd“, die zwei an Eheringe erinnernde Kreise bilden würden, seien ineinander verschlungen, so dass beim Betrachter die Assoziation einer innigen Verbundenheit hervorgerufen werde. Zudem seien die Oberlängen und Unterlängen der Wortelemente unterschiedlich gestaltet. Die individuelle Gestaltung werde durch die unterschiedliche Neigung der einzelnen Buchstaben betont, durch die das Zeichen eine besondere Dynamik erhalte. Im Zusammenhang mit der graphischen Gestaltung seien darüber hinaus die Anordnung und die unterschiedlichen Schriftarten und Schrifttypen der Bestandteile „Wedding Team“ und „Curvy Bride“ zu berücksichtigen. Der Zusatz „Curvy Bride“ werde durch individuelle, zueinander symmetrisch angeordnete Zierelemente hervorgehoben. Schließlich habe das Amt nicht berücksichtigt, dass in der Vergangenheit eine große Vielzahl ähnlicher Zeichen eingetragen worden sei (wie beispielsweise die Wort-/Bildmarke „Wedding Planner“ oder die Marken „Gay Wedding“, „crazy wedding“, „Wedding Corner“, „Wedding Time“ etc.).

Einen ausdrücklichen Antrag hat die Anmelderin und Beschwerdeführerin nicht gestellt.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss, den Hinweis des Senats vom 19. Dezember 2018, die Schriftsätze der Beschwerdeführerin und den übrigen Akteninhalt verwiesen.

II.

Die zulässige, insbesondere gem. § 64 Abs. 6 S. 1 MarkenG i. V. m. § 66 Abs. 1 MarkenG statthafte und gem. § 66 Abs. 2 MarkenG fristgerecht eingelegte Beschwerde hat in der Sache teilweise Erfolg. Sie ist in dem aus dem Beschlusstenor Ziff. 1 ersichtlichen Umfang begründet, da insoweit Eintragungshindernisse nicht bestehen. Der angefochtene Beschluss war daher in diesem Umfang aufzuheben.

Hinsichtlich der beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen der Klassen 35 und 40 steht der Eintragung des angemeldeten Zeichens das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen, so dass das Deutsche Patent- und Markenamt die Anmeldung insoweit gem. § 37 Abs. 1 MarkenG zu Recht zurückgewiesen hat.

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, GRUR 2010, 228, Rn. 33 – Audi/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH, GRUR 2018, 301, Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; BGH, GRUR 2016, 934, Rn. 9 – OUI; BGH, GRUR 2014, 569, Rn. 10 – HOT; BGH, GRUR 2013, 731, Rn. 11 – Kaleido; BGH, 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; EuGH, GRUR 2006, 229, Rn. 27 – Bio-ID; BGH, GRUR 2016, 934, Rn. 9 – OUI; BGH, GRUR 2014, 565, Rn. 12 – smartbook).

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. Bei derartigen beschreibenden Angaben gibt es keinen tatsächlichen Anhaltspunkt, dass der Verkehr sie als Unterscheidungsmittel versteht. 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 2017, 186, Rn. 32 – Stadtwerke Bremen; BGH, GRUR 2014, 569, Rn. 10 – HOT; BGH, GRUR 2012, 1143, Rn. 9 – Starsat; BGH, GRUR 2006, 850, Rn. 19 – FUSSBALL WM 2006). Kann dagegen einem Wortzeichen für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen kein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch nicht um Angaben, die aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache bestehen, die vom Verkehr – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass ihm die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH, GRUR 2016, 934, Rn. 12 – OUI; BGH, GRUR 2014, 872, Rn. 21 – Gute Laune Drops; BGH, GRUR 2013, 731, Rn. 13 – Kaleido; BGH, GRUR 2012, 1143, Rn. 9 – Starsat).

Die Bewertung der Verkehrsauffassung in Bezug auf die einschlägigen Waren und Dienstleistungen richtet sich insbesondere nach der Sicht des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers (EuGH, GRUR 2006, 411, Rn. 24 – Matratzen Con-

cord/Hukla; Ströbele in: Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 12. Aufl. 2018, § 8 Rn. 47). Dieser wird die Marke so wahrnehmen, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtung zu unterziehen (BGH, GRUR 2018, 301, Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; BGH, GRUR 2012, 270, Rn. 12 – Link economy). Bei der Beurteilung des Schutzhindernisses der fehlenden Unterscheidungskraft kommt es auf das Verkehrsverständnis zum Zeitpunkt der Anmeldung des jeweiligen Zeichens an (BGH, GRUR 2013, 1143, Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten).

2. Nach diesen Grundsätzen ist die Unterscheidungskraft der angemeldeten Bezeichnung in Verbindung mit den in den Klassen 35 und 40 beanspruchten Dienstleistungen zu verneinen.

Das angemeldete Wort-/Bildzeichen ist in der Farbe pink gehalten und besteht aus den Worten „Wedding Team“ in einer graphischen Gestaltung einer geschwungenen Schrift, bei der die freien Enden des doppelten Buchstabens „d“ zwei ineinander verschlungene Ringe bilden, die an Eheringe erinnern, sowie aus der darunter befindlichen, in gerader Schriftart gehaltenen Wortfolge „Curvy Bride“ zwischen zwei geschwungenen Linien.

Der Wortbestandteil des angemeldeten Wort-/Bildzeichens ist somit aus der Wortkombination „Wedding Team“ sowie der weiteren Wortfolge „Curvy Bride“ gebildet. Der Bestandteil „Wedding Team“ setzt sich seinerseits aus dem aus dem Grundwortschatz der englischen Sprache stammenden Wort „wedding“ in der Bedeutung „Hochzeit“ sowie dem weiteren aus der englischen Sprache stammenden und zugleich im deutschen Sprachgebrauch häufig verwendeten Wort „Team“ zusammen (vgl. die im Hinweis des Senats vom 19. Dezember 2018 zitierten Belege). Die angesprochenen inländischen Verkehrskreise, bei denen es sich um die allgemeinen Verkehrskreise und hier insbesondere auch den normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher handelt, werden den Bedeutungsgehalt des Wortbestandteils des angemeldeten Zeichens im Sinne von „Hochzeitsteam“ unmittelbar erfassen.

Der unter der Wortfolge „Wedding Team“ angeordnete Bestandteil „Curvy Bride“ wird – wie schon im Beanstandungsbescheid des DPMA dargelegt – im Deutschen mit „kurvige Braut“ übersetzt. Auch wenn das Wort „curvy“ in der Bedeutung „kurvenreich, gut gebaut, mit üppigen Formen“ (vgl. den als Anlage 0 zum Hinweis des Senats vom 19. Dezember 2018 zugesandten Beleg) bei den inländischen Verkehrskreisen möglicherweise nicht ganz so bekannt sein sollte wie das Wort „bride“ mit der Bedeutung „Braut“, so wird es insbesondere auch durch seine Nähe zum deutschen Wort „kurvig“ ohne Weiteres in seinem Sinngehalt erfasst werden. Dabei sind die Kenntnisse der englischen Sprache auch beim inländischen Durchschnittsverbraucher nicht zu gering zu veranschlagen (vgl. Ströbele in: Ströbele/Hacker/Thiering, 12. Aufl. 2018, § 8 Rn. 188).

Die angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise werden den Wortbestandteil des angemeldeten Zeichens in seiner Gesamtheit daher im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen lediglich als beschreibenden Sachhinweis dahingehend verstehen, dass diese Dienstleistungen im Zusammenhang mit einer Hochzeit stehen und von einem Team angeboten werden, und zwar speziell für eine „kurvige Braut“. Die Bezeichnung „Hochzeitsteam“ findet bereits Verwendung und es werden diverse Dienstleistungen rund um das Thema Hochzeit von „Teams“ angeboten (vgl. den mit Hinweis des Senats vom 19. Dezember 2018 als Anlage 1 zugesandten Beleg mit dem Text „Das Hochzeitsteam ist ´Das Team für Ihre Hochzeit´, die Anlage 2 zum Angebot eines Photographen mit der Überschrift „Ein tolles Team rund um Eure Hochzeit“, die Anlage 3, einen Artikel des Bistums Essen „Neues Team hilft Paaren auf dem Weg zur Hochzeit“ und die Anlage 4, ein Angebot eines Reiseveranstalters mit dem Text „Hochzeits-Team: Heiraten auf Mauritius - traumhaftes Erlebnis mit einem zuverlässigen Team vor Ort ... Zu unserem Hochzeits-Team auf Mauritius gehören:...“).

Im Zusammenhang mit den vorliegend in Klasse 35 beanspruchten Einzelhandelsdienstleistungen in Bezug auf Bekleidung sowie der in Klasse 40 beanspruch-

ten Dienstleistung „Schneiderarbeiten“ werden die angesprochenen Verbraucher dem angemeldeten Zeichen mit dem Wortbestandteil „Wedding Team“ lediglich einen Hinweis dahingehend entnehmen, dass sich diese Dienstleistungen auf das Thema „Hochzeit“ beziehen – dass nämlich Bekleidungsstücke für Hochzeiten Gegenstand der Einzelhandelsdienstleistungen bzw. der Schneiderarbeiten sind – und von einem Team erbracht werden. Im Bereich der Modehäuser, bei denen es sich um Anbieter von Einzelhandelsdienstleistungen in Bezug auf Bekleidung handelt, wird oftmals das „Team“ der Erbringer dieser Dienstleistungen werbend herausgestellt (vgl. nur beispielhaft den als Anlage 5 zum Hinweis des Senats vom 19. Dezember 2018 zugesandten Beleg „UNSER TEAM“ des Modehauses H... in V..., sowie den als Anlage 6 zugesandten Beleg, den Internetauftritt des Modehauses S... mit der Aussage „Ein engagiertes Team von fünfunddreißig Modeberaterinnen und Schneiderinnen im Modehaus S... sorgt für Ihr perfektes Outfit zu jedem besonderen Anlass.“). All die vorgenannten Dienstleistungen werden zudem auch speziell für „kurvige Bräute“ bzw. in großen Größen angeboten (vgl. den als Anlage 9 a zum Hinweis des Senats zugesandten Nachweis).

Die graphische Gestaltung der Schutz suchenden Marke ist nicht geeignet, das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft zu überwinden. Zwar kann auch im Falle einer nicht unterscheidungskräftigen Wortfolge die besondere bildliche und graphische Ausgestaltung einen eigenständigen betrieblichen Herkunftshinweis begründen. Geringe Veränderungen vermögen jedoch umso weniger die Unterscheidungskraft zu begründen, je deutlicher ein sachlicher Bezug des dargestellten Wortbestandteils zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen erkennbar ist (vgl. Ströbele in: Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl. 2018, § 8 Rn. 209). Dementsprechend können einfache graphische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbilds, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft des Wortbestandteils nicht aufwiegen (vgl. BGH, GRUR 2008, 710 Rn. 20 – VISAGE; BGH, GRUR 2001, 1153 – anti KALK). Zur Begründung einer eigenständigen betrieblichen Herkunftsfunktion muss die Ausgestaltung vielmehr charakteristische, über

einfache Gestaltungen hinausgehende Merkmale enthalten (vgl. BGH, GRUR 2008, 710 Rn. 20 – VISAGE).

Eine derartige Ausgestaltung kann vorliegend nicht festgestellt werden; vielmehr reichen die Gestaltungselemente nicht über eine gängige Gebrauchsgraphik hinaus. Die Verwendung einer farbigen (pink) geschwungenen Schrift ist eine übliche Gestaltung. Insoweit kann auf die im Verfahren vor dem Amt dargelegten graphischen Darstellungen, die bereits Gegenstand gerichtlicher Entscheidungen waren, verwiesen werden. Gerade im Zusammenhang mit dem Thema „Hochzeit“ bzw. „Wedding“ werden oftmals geschwungene Schrifttypen verwendet (vgl. den als Anlage 10 zum Hinweis des Senats zugesandten Ausdruck einer Google-Bildersuche zu „wedding Schriftzug“). Auch die Ausgestaltung des doppelten Buchstabens „d“, dessen obere Enden zu zwei (Ehe-)Ringen geformt sind, unterstreicht lediglich den Wortbestandteil. Bei der Darstellung von zwei ineinandergreifenden Trauringen handelt es sich um ein häufiges graphisches Symbol (vgl. den als Anlage 11 zugesandten Beleg), das vorliegend durch die von den Worten im Übrigen abweichende Neigung lediglich betont wird. Zudem ist auch die Integration von Symbolen in Schriftzügen durchaus gängig. So wird beispielsweise bei der graphischen Gestaltung des Wortes „love“ oftmals ein Buchstabe durch ein Herz ersetzt etc. (vgl. den als Anlage 12 zum gerichtlichen Hinweis zugesandten Beleg, Ausdruck einer Google-Bildersuche zu „Schriftzug love herz“). Schließlich ist auch die Kombination zweier unterschiedlicher Schrifttypen eine übliche graphische Gestaltung (vgl. BPatG 24 W (pat) 77/10 – beCertified; BPatG 24 W (pat) 516/16 zur fehlenden Schutzfähigkeit des Wort-/Bildzeichens „Unser Brot“, bei dem eine geschwungene Schrift für das Wort „Unser“ und eine modern nüchterne Blockschrift für das Wort „Brot“ verwendet wurden).

Soweit die Beschwerdeführerin in ihrer Beschwerdebegründung vorträgt, dass die ineinander verschlungenen Ringe die Assoziation inniger Verbundenheit hervorrufen würden und die individuelle Gestaltung des Zeichens insbesondere durch die unterschiedliche Neigung bzw. Anordnung der einzelnen Buchstaben betont wer-

de, die dem Zeichen eine besondere Dynamik verleihe, so zeigt dies den insoweit beschreibenden Gehalt der graphischen Darstellung und begründet nicht die Unterscheidungskraft des angemeldeten Zeichens.

Die graphische Ausgestaltung ist somit nicht ausreichend, um in Kombination mit den im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen nicht schutzfähigen Wortbestandteilen einen betrieblichen Herkunftshinweis zu begründen und dem Schutz suchenden Zeichen in seiner Gesamtheit Unterscheidungskraft zu verleihen.

3. Offen bleiben kann, ob die Eintragung des angemeldeten Zeichens für die Dienstleistungen der Klassen 35 und 40 zugleich wegen eines Freihaltebedürfnisses gem. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu versagen ist. Für die Ablehnung der Eintragung des angemeldeten Zeichens als Marke ist das Vorliegen eines der voneinander rechtlich unabhängig anwendbaren Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1 oder 2 MarkenG ausreichend (EuGH, GRUR 2008, 608, Rn. 54 – EUROHYPO; BGH, GRUR 2012, 272, Rn. 22 – Rheinpark-Center Neuss).

4. Schließlich ergibt sich aus dem Verweis der Beschwerdeführerin auf Voreintragungen von Wort- bzw. Wort-/Bildmarken insbesondere mit dem Bestandteil „Wedding“ (wie beispielsweise „Wedding Planner“, „Gay Wedding“, „crazy wedding“, „Wedding Corner“, „Wedding Time“ etc.) keine andere Beurteilung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Wortfolge bzw. des Freihaltebedürfnisses. Derartige Voreintragungen sind zwar zu berücksichtigen, aber für sich genommen für die Beurteilung der Schutzfähigkeit des angemeldeten Zeichens nicht bindend, da zum einen aus den Eintragungen anderer Marken keine weitergehenden Informationen im Hinblick auf die Beurteilung der konkreten Anmeldung entnommen werden können, wenn – wie in aller Regel – mangels Begründung nicht ersichtlich ist, aus welchen Gründen die Eintragungen erfolgt sind, und zum anderen Voreintragungen auch unter Berufung auf den Gleichbehandlungsgrundsatz keinen Eintragungsanspruch vermitteln (vgl. EuGH, GRUR 2009, 667, Rn. 17 – Bild.T-

online.de und ZVS [Schwabenpost]; EuGH, GRUR 2008, 229, Rn. 47-51 – BioID; ähnlich BGH, GRUR 2012, 276, Rn. 18 – Institut der Norddeutschen Wirtschaft e.V.; BGH GRUR 2011, 230, Rn. 12 – SUPERgirl).

5. Demgegenüber ist die angemeldete Bezeichnung im Zusammenhang mit den im Tenor genannten Waren der Klasse 25 keinem Eintragungshindernis im Sinne von § 8 Abs. 2 MarkenG ausgesetzt. Insbesondere stehen ihr nicht die Schutzhindernisse der fehlenden Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG oder des Freihaltebedürfnisses gem. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Die angesprochenen Verkehrskreise werden der angemeldeten Bezeichnung im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der Klasse 25 nicht ohne Weiteres eine beschreibende Sachaussage entnehmen. Zwar können diese Waren der Klasse 25 „Kleider; Brautkleider; Abendkleider; Schützenfestmode“ für eine Hochzeit bestimmt sein und von einem Team beispielsweise gefertigt worden sein. Die Verwendung des Begriffs „Team“ im Kontext mit dem Thema „wedding“ bzw. „Hochzeit“ konnte jedoch in erster Linie in Zusammenhang mit Dienstleistungen eines solchen Teams, das sich um Angelegenheiten rund um eine Hochzeit kümmert, festgestellt werden. Im Zusammenhang mit den vorliegend beanspruchten Waren bedürfte es demgegenüber mehrerer gedanklicher Schritte der angesprochenen allgemeinen Verkehrskreise, um von dem Begriff „wedding team“ auf ein diese Waren herstellendes Team wie beispielsweise eine Gruppe von Schneiderinnen zu schließen.

6. Der Senat konnte ohne mündliche Verhandlung entscheiden, da die Anmelderin einer solche nicht beantragt (§ 69 Nr. 1 MarkenG) und der Senat eine mündliche Verhandlung auch nicht für geboten erachtet hat (§ 69 Nr. 3 MarkenG).

III.

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, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.