



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 33/15

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am
18. Mai 2018

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2013 046 636.5

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 12. April 2018 unter Mitwirkung des Richters Merzbach als Vorsitzenden sowie der Richter Dr. Meiser und Dr. von Hartz

beschlossen:

Auf die Beschwerde der Anmelderin werden die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 44 vom 17. März 2014 und vom 4. März 2015 insoweit aufgehoben, als die Anmeldung hinsichtlich der Dienstleistungen „Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Verbreitung von Werbeanzeigen; Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen; Beratungsdienste in Handels- und Geschäftsangelegenheiten, Verbreitung von Anzeigen“ zurückgewiesen worden ist.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wort-Bildzeichen (schwarz, braun, grau, rotgrau, orange, weiß)



ist am 11. August 2013 zur Eintragung in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register unter der Nummer 30 2013 046 636.5 für nachfolgende Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 19: Baumaterialien (nicht aus Metall); Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke; Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall); Denkmäler (nicht aus Metall);

Zement, Mörtel; Fugenmörtel; Mutterboden; Rindenmulch; alle Arten von Kies, Sand und Splitt; Backsteine; Pflastersteine; Ziegelsteine; Natursteine aller Art, insbesondere Granit, Basalt und Sandstein; Betonbauteile; Figuren aus Stein, Beton und Marmor; Dachschindeln; Fliesen und Steinplatten aller Art;

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Verbreitung von Werbeanzeigen; Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen; Beratungsdienste in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Vermittlung von Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen im Bereich des Gartenbaus und der Landschaftsplanung; Verbreitung von Anzeigen; Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen betreffend unedle Metalle und deren Legierungen, Baumaterialien aus Metall, transportable Bauten aus Metall, Schienenbaumaterial aus Metall, Kabel und Drähte aus Metall (nicht für elektrische Zwecke), Schlosserwaren und Kleisenwaren, Metallrohre, Waren aus Metall, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Erze, Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Druckereierzeugnisse, Fotografien, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist, Baumaterialien (nicht aus Metall), Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke, Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall), Denkmäler (nicht aus Metall);

Klasse 44: Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- oder Forstwirtschaft; Planungen für Gartengestaltungen, insbeson-

dere für die Wegegestaltung; Dienstleistungen eines Gartenbauarchitekten; Beratungsdienste bei der Materialauswahl für Gartengestaltungen.

Mit Beschlüssen vom 17. März 2014 und vom 4. März 2015, wobei letzterer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, hat die Markenstelle für Klasse 44 die Anmeldung zurückgewiesen. Zur Begründung hat sie ausgeführt, dem Anmeldezeichen fehle die erforderliche Unterscheidungskraft. Der Begriff "STEINPARK" enthalte die ohne weiteres erkennbaren Begriffe "Stein" und "Park" und reihe sich in der Wortbildung zwanglos in die Reihe ähnlicher Wortkombinationen wie Tierpark, Freizeitpark oder Ferienpark ein. Vor diesem Hintergrund werde der angesprochene Verkehr die Gesamtkombination in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nur als ein Hinweis auf einen parkähnliches Zentrum, Areal bzw. Ausstellungs- und Verkaufsstätte rund um Stein verstehen. Ein solches Begriffsverständnis sei naheliegend, da das Anmeldezeichen bereits werbeüblich verwendet worden sei. Auch die grafische Gestaltung vermöge nicht die Schutzfähigkeit der Gesamtmarke zu begründen. Die abgebildeten Steine unterstrichen symbolhaft den Begriff "Steinpark". Die sonstigen grafischen Gestaltungsmittel wiesen keine Besonderheit auf.

Gegen diese Beurteilung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin.

Sie macht geltend, dass die angemeldete Bezeichnung über die erforderliche Unterscheidungskraft verfüge. Es würde bereits ein geringer Grad an Unterscheidungskraft ausreichen, um das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu überwinden. Das Anmeldezeichen sei auch deshalb schutzwürdig, weil es mehrdeutig sei. Die Allgemeinheit als angesprochener Verkehrskreis könne den Begriff "STEINPARK" nicht zweifelsfrei und eindeutig zuordnen. Die Unterscheidungskraft ergebe sich schließlich aus der Kombination von Wort- und Bildbestandteilen. Es würde sich ein fantasievoller Gesamteindruck ergeben.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 44 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. März 2014 und 4. März 2015 aufzuheben;

hilfsweise die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle mit der Maßgabe aufzuheben, dass das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen die nachfolgende Fassung gemäß Hilfsantrag (Bl. 14 GA) erhält:

Klasse 19: Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke; Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall); Zement, Mörtel; Fugenmörtel; Mutterboden; Rindenmulch;

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Verbreitung von Werbeanzeigen; Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen; Beratungsdienste in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Verbreitung von Anzeigen; Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen betreffend unedle Metalle und deren Legierungen, Baumaterialien aus Metall, transportable Bauten aus Metall, Schienenbaumaterial aus Metall, Kabel und Drähte aus Metall (nicht für elektrische Zwecke), Schlosserwaren und Kleineisenwaren, Metallrohre, Waren aus Metall, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Erze, Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten

sind, Druckereierzeugnisse, Fotografien, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist, Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke, Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall).

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß § 66 MarkenG statthafte und im Übrigen zulässige Beschwerde ist nur zum Teil begründet. Die Beschwerde hat insoweit Erfolg, soweit die Markenstelle für Klasse 44 die Dienstleistungen der Klasse 35 "*Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Verbreitung von Werbeanzeigen; Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen; Beratungsdienste in Handels- und Geschäftsangelegenheiten; Verbreitung von Anzeigen*" zurückgewiesen hat. Im Übrigen hat die Beschwerde keinen Erfolg.

Die Markenstelle hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG) soweit es die Waren der Klasse 19, die Dienstleistungen der Klasse 44 und die Dienstleistungen der Klasse 35 (*Vermittlung von Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen im Bereich des Gartenbaus und der Landschaftsplanung; Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen betreffend unedle Metalle und deren Legierungen, Baumaterialien aus Metall, transportable Bauten aus Metall, Schienenbaumaterial aus Metall, Kabel und Drähte aus Metall (nicht für elektrische Zwecke), Schlosserwaren und Kleineisenwaren, Metallrohre, Waren aus Metall, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Erze, Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, so-*

weit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Druckereierzeugnisse, Fotografien, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate), Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist, Baumaterialien (nicht aus Metall), Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke, Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall), Denkmäler (nicht aus Metall), betrifft.

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die dem 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. EuGH GRUR 2015, 1198 Rn. 59 - Kit Kat; GRUR 2012, 610 Rn. 42 - Freixenet; GRUR 2008, 608 Rn. 66 f. - EUROHYPO; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 - OUI; GRUR 2013, 731 Rn. 11 - Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 - Starsat). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. EuGH GRUR 2006, 233 Rn. 45 - Standbeutel; GRUR 2006, 229 Rn. 27 - BioID; BGH GRUR 2008, 710 Rn. 12 - VISAGE; GRUR 2009, 949 Rn. 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 2017, 186 Rn. 29 - Stadtwerke Bremen; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 - Starsat; GRUR 2012, 1044 Rn. 9 - Neuschwanstein; GRUR 2012, 270 Rn. 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 Waren oder Dienst-

leistungen abzustellen ist (vgl. EuGH GRUR 2006, 411 Rn. 24 - Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943 Rn. 24 - SAT.2; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 - grillmeister).

Hiervon ausgehend besitzen Wortmarken dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die maßgeblichen Verkehrskreise im Zeitpunkt der Anmeldung lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. EuGH GRUR 2013, 519 Rn. 46 - Deichmann; GRUR 2004, 674 Rn. 86 - Postkantor; BGH GRUR 2012, 270, 271 Rn. 11 - Link economy; GRUR 2001, 1151, 1152 - marktfrisch) oder wenn diese aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung oder in den Medien stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden (vgl. u. a. BGH GRUR 2006, 850 Rn. 19 - FUSSBALL WM 2006; GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft auch solche Zeichen, 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 Rn. 12 - DüsseldorfCongress; GRUR 2010, 1100 Rn. 23 - TOOOR!; GRUR 2006, 850 Rn. 28 f. - FUSSBALL WM 2006). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich gar um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren oder Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146 Rn. 32 - DOUBLEMINT). Diesen Anforderungen genügt das an-

gemeldete Zeichen " insoweit nicht.



a)

Mit den hier maßgeblichen Waren und Dienstleistungen der Klasse 44 werden Fachverkehrskreise und Endverbraucher angesprochen, wobei es sich um Produkte handelt, die mit Bedacht und auch nach fachkundiger Beratung erworben oder nachgefragt werden. Teile der beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 35 sind an die in den jeweiligen Geschäftsbereichen tätigen Gewerbetreibenden und an Unternehmensinhaber und Angehörige der unternehmerischen Führungsebene gerichtet.

b)

Das angegriffene Zeichen setzt sich für den angesprochenen Verkehr ersichtlich aus den allgemein verständlichen Substantiven "STEIN" und "PARK" zusammen. Der Grundsatz der Gesamtbetrachtung schließt es entgegen der Auffassung der Beschwerdeführerin nicht aus, dass die einzelnen Markenbestandteile zunächst getrennt geprüft werden (EuGH GRUR 2010, 534 Rn. 43 - PRANAHAUS; Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 11. Aufl., § 8 Rn. 186).

Der Markenbestandteil "STEIN" bedeutet eine feste mineralische Masse sowie - als Kurzform verwendet - Baustein, Schmuckstein, Grabstein, Spiegelstein (vgl. DUDEN, Universalwörterbuch, 8. Aufl., Stichwort: Stein). Es ist vielfach Teil eines Kompositums, wie nachfolgende Aufzählung belegt: Steinboden, Steinbruch, Steindamm, Steinfliese, Steingarten, Steingrab, Steingut, Steinhaufen, Steinhaus, Steinobst, Steinschlag, Steinwall, Steinwüste.

Der Markenbestandteil "PARK" bezeichnet eine größere Anlage mit (alten) Bäumen, Sträuchern, Rasenflächen, Wegen. Es ist zudem die Kurzfassung für einen Wagenpark, Fuhrpark oder Maschinenpark (DUDEN, a. a. O., Stichwort: Park; vgl. auch Brockhaus, a. a. O., Band 21, Stichwort: Park). Ferner existieren die dem angesprochenen Verkehr geläufigen gängigen Begriffspaare Schlosspark, Freizeit- und Abenteuerpark (DUDEN, Bildwörterbuch, 6. Aufl., Stichwort: Park), Wildpark, Waldpark oder Stadtpark (vgl. DUDEN, Das Bedeutungswörterbuch, 4. Aufl.,

Stichwort: Park), Imagepark (vgl. BPatG, 24 W (pat) 12/01 - IMAGEPARK), Garagenpark (vgl. BPatG, 33 W (pat) 36/02 - Garagenpark.de) oder Industriepark (vgl. BPatG, 27 W (pat) 579/16 - Industriepark Höchst).

Wie die zuvor aufgeführten Begriffspaare verdeutlichen, sind dem angesprochenen Verkehr Wortzusammensetzungen, bei denen der erste Wortteil "Stein" den weiteren Wortteil konkretisiert, durchaus bekannt, auch in einem übertragenen Sinne. Gleiches gilt für den Wortbestandteil "Park". Dass die Wortbildung und somit die Struktur des angemeldeten Zeichens dem angesprochenen Verkehr geläufig ist, verdeutlicht zudem der allgemein bekannte Begriff "Steingarten", einer besonderen gärtnerischen Anlage (vgl. DUDEN, a. a. O., Stichwort: Steingarten), der nach Anleitung selber angelegt werden kann und Dienstleister in diesem Zusammenhang ihre Leistungen (Tipps, Pflanzen, Anlegen) anbieten. Nach dem Wortbildungsmuster ist auch das Anmeldezeichen aufgebaut und gebildet.

In der Gesamtbedeutung weist das angemeldete Zeichen den angesprochenen Verkehr darauf hin, dass es sich um eine größere Anlage handelt, bei der Steine eine wesentliche Rolle spielen, mithin als Inhaltsangabe verstanden wird oder einen Ort bezeichnet, an welchem Waren und Dienstleistungen rund um Steine angeboten oder erbracht werden, mithin als Angabe des Sortiments sowie des Vertriebs- oder Erbringungsorts verstanden wird. So kann es sich um eine größere Anlage zur Besichtigung oder Erwerb von Steinen handeln. Dieses Verständnis bestand bereits zum Zeitpunkt der Markenanmeldung im Jahr 2013; dies belegen die der Anmelderin vor der mündlichen Verhandlung übersandten Belege:

- "Steinpark Warder" (Park mit Großskulpturen aus Stein)
- "Fahrplan für Steinpark, Freising" (Park in Freising)
- "Wohnen im Steinpark"/"Willkommen im Steinpark"/"Leben im Steinpark (neues Wohnareal in Freising)
- "Willkommen im Steinpark Radermacher" (Wohnen, Garten, Grabmale)
- "Der Steinpark in Rosendal"

- "Steinpark Niederrimsingen"
- "SteinPark by Mauerberg"

Allein aus dem Umstand, dass die beiden Begriffe „STEIN“ und „PARK“ zusammengefügt worden sind, lässt diesbezüglich die Sachangabe nicht entfallen. Grundsätzlich bleibt die bloße Kombination von Bestandteilen, von denen jeder Merkmale der Waren der Dienstleistungen beschreibt ohne Vornahme einer ungewöhnlichen Änderung der Wortzusammensetzung für die die Eintragung beantragt wird, für diese Merkmale beschreibend, auch wenn sie eine sprachliche Neuschöpfung darstellt (vgl. BGH GRUR 2014, 1204 Rn. 16 - Düsseldorf Congress). Vorliegend handelt es sich um eine gewöhnliche Wortbildung, in der die Sachangabe im Vordergrund steht.

Entgegen der Beschwerdebegründung kommt der zur Anmeldung gebrachten Wortfolge als Gesamtbegriff auch kein zusätzlicher, insbesondere origineller Gehalt, aus dem sich die Eignung des Zeichens als Herkunftshinweis ergeben könnte (vgl. BGH GRUR 2009, 778 - Willkommen im Leben), zu. Aufgrund der Vielzahl der dem angesprochenen Verkehr geläufigen Begriffen - wie bereits ausgeführt - hat er sich an diese Art der Wortbildung gewöhnt (vgl. auch BPatG, 27 W (pat) 335/93 - Gardinenland; GRUR 2003, 1051 - rheuma-world). Die durch sprachlich korrekte Aneinanderreihung bekannter und für sich beschreibender Begriffe gebildete Wortfolge weist weder eine ungewöhnliche Struktur noch Besonderheiten syntaktischer oder semantischer Art auf, die von einem rein sachbezogenen Aussagegehalt wegführt. Eine besondere Originalität und Prägnanz weist sie nicht auf, zumal sie sich, wie dargelegt, in üblich gebildete Wortverbindung einfügt. Im Übrigen kann aus einem fehlenden lexikalischen Nachweis etwas für dessen Unterscheidungskraft hergeleitet werden (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 8 Rn. 198).

Eine Mehrdeutigkeit, die schutzbegründend wäre, ergibt sich entgegen der Ansicht der Beschwerdeführerin aus der angemeldeten Wortkombination nicht. Denn an

Unterscheidungskraft fehlt es bereits dann, wenn - wie vorliegend - eine von mehreren Bedeutungen des Zeichens für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen beschreibend ist (vgl. EuGH GRUR 2004, 146 Rn. 32 - Doublemint; GRUR 2004, 680 Rn. 38 – BIOMILD; BGH GRUR 2014, 569 Rn. 20 - HOT). Selbst eine gewisse begriffliche Unbestimmtheit steht der Annahme einer beschreibenden Sachangabe nicht entgegen, da auch zusammenfassende oberbegriffsartige Ausdrücke und Wortfolgen einen beschreibenden und sachbezogenen Charakter haben können (vgl. BGH, GRUR 2000, 882, 883 - Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2008, 397 Rn. 15 – SPA II; WRP 2009, 960 Rn. 15 - DeutschlandCard).

c) Im Einzelnen:

aa) Hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen der Klassen 44 wird der angesprochene Verkehr dem Anmeldezeichen lediglich einen inhaltsbeschreibenden Hinweis auf den Gegenstand der Dienstleistung und den Erbringungsort entnehmen. So ist den „*Dienstleistungen im Bereich der Land-, Garten- oder Fortwirtschaft; Planungen für Gartengestaltungen, insbesondere für die Wegegestaltung; Dienstleistungen eines Gartenbauarchitekten; Beratungsdienste bei der Materialauswahl für Gartengestaltungen*“ gemein, dass sie das Thema Steinpark zum Gegenstand haben können und den Ort benennen, an dem die Dienstleistungen erbracht werden, nämlich in einem Steinpark. Der angesprochene Verkehr versteht das Anmeldezeichen insofern lediglich sachbeschreibend.

bb) Das Anmeldezeichen ist für Waren der Klasse 19 nicht eintragungsfähig. Er-sichtlich beschreibend ist es für die Waren "*alle Arten von Kies, Sand und Splitt; Backsteine; Pflastersteine; Ziegelsteine; Natursteine aller Art, insbesondere Granit, Basalt und Sandstein; Betonbauteile; Figuren aus Stein, Beton und Marmor; Dachschindeln; Fliesen und Steinplatten aller Art*". Diese können jeweils das Anmeldezeichen zum Gegenstand und Inhalt haben. Aber auch für die Waren "*Baumaterialien (nicht aus Metall); Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke; Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall); Denkmäler (nicht aus*

Metall); Zement, Mörtel; Fugenmörtel; Mutterboden; Rindenmulch" besteht zumindest ein enger beschreibender Bezug, weil es sich um Produkte handelt, die im Bereich des Baus oder des Anlegens eines Steinparks als Hilfsmittel zur Anwendung kommen oder kommen können, um einen Steinpark zu bauen.

cc) Der angesprochene Verkehr wird das Anmeldezeichen in Bezug auf die Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen der Klasse 35 betreffend der beanspruchten Waren nicht als betrieblichen Herkunftshinweis verstehen. Vielmehr kann das Anmeldezeichen als Sortimentsbezeichnung dienen.

Der Zweck von Einzelhandelsdienstleistungen ist es, Waren an den Verbraucher zu verkaufen (EuGH, GRUR 2005, 764, Rn. 34 - Praktiker). Angaben, die im Marktauftritt eines Handelsunternehmens die Umstände des Verkaufs charakterisieren, können daher Merkmale der Dienstleistung unmittelbar beschreiben.

Die *"Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen betreffend unedle Metalle und deren Legierungen, Baumaterialien aus Metall, transportable Bauten aus Metall, Schienenbaumaterial aus Metall, Kabel und Drähte aus Metall (nicht für elektrische Zwecke), Schlosserwaren und Kleineisenwaren, Metallrohre, Waren aus Metall, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Erze, Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind, Verpackungsmaterial aus Kunststoff, soweit es nicht in anderen Klassen enthalten ist, Baumaterialien (nicht aus Metall), Rohre (nicht aus Metall) für Bauzwecke, Asphalt, Pech und Bitumen; transportable Bauten (nicht aus Metall), Denkmäler (nicht aus Metall)"* können als Waren zum Sortimentsbereich eines Einzelhandels- oder Großhandelsunternehmens gehören, der Steine an Dritte vertreibt; zumindest können die Waren als Hilfsmittel dienen für die Gartengestaltung. Dass einer Sortimentsbenennung mit dem Zeichen



" nicht zu entnehmen ist, um welche Waren es sich konkret handelt, steht der Annahme der fehlenden Unterschei-

dungskraft nicht entgegen. Denn diese Unbestimmtheit kann tatsächlich gewollt sein, um einen möglichst weiten Bereich an verschiedenen Produkten zu umfassen. Der beschreibend anpreisende Gehalt erschließt sich dem Verkehr auch nicht erst durch mehrere gedankliche Schritte, weil ihm der Begriffsinhalt eines Steinparks ohne weiteres geläufig ist und ihm bereits entsprechende Sortimentsbezeichnungen bekannt sind, wie die der Anmelderin übersandten Belege es verdeutlichen (vgl. Steinpark-radermacher, Bl. 26 f. GA; "Willkommen im Natursteinpark Rongen, Deutschlands größtem Anbieter von gebrauchten und antiken Natursteinen aller Art", www.natursteinpark.de, Bl. 33 GA; [www.natursteinpark Tübingen](http://www.natursteinpark-tuebingen.de), Bl. 36 f. GA; "Natursteinpark Salem", www.natursteinpark-salem.de, Bl. 39 GA; "Natursteinpark Ruhr", "Aufträge werden schnell und zuverlässig abgewickelt, da wir eine große Auswahl an Natursteinen bei uns im Lager vorrätig haben. Zudem verfügen wir über Kompetenz im gesamten Baubereich, sodass wir Projekte von A-Z begleiten können", www.natursteinpark-ruhr.de, Bl. 40 GA).

Bei den weiteren beanspruchten *Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen betreffend Druckereierzeugnisse, Fotografien, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate)* ist von einem engen beschreibenden Bezug auszugehen, da sie Themenangabe sein können und Gegenstand von Berichterstattungen gewesen sind und sein können (vgl. www.steinpark-niederrimsingen.de, Veranstaltungskalender, Bl. 30 GA; "SteinPark by Mauerberger ist eröffnet", Bl. 31 GA; "Durch Zufall ist die Polizei am Freitagabend im Steinpark in Mahlow auf eine Party aufmerksam geworden,...", www.maz-online.de, Bl. 32 GA).

Schließlich ergibt sich nichts anderes in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen "*Vermittlung von Verträgen über die Erbringung von Dienstleistungen im Bereich des Gartenbaus und der Landschaftsplanung*". Insoweit kann das Anmeldezeichen Gegenstand und Inhalt der Dienstleistungen sein, da sie in einem unmittelbaren sachlichen Zusammenhang mit der Erbringung von Dienstleistungen im Bereich des Gartenbaus und der Landschaftsplanung der Klasse 44 stehen.


d) Die graphische Ausgestaltung des Anmeldezeichens

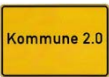



reicht nicht aus, um dem angemeldeten Zeichen die notwendige Unterscheidungskraft zu verleihen. Dafür müssten die Bildbestandteile charakteristische Gestaltungsmerkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft sieht. Daran fehlt es, wenn sich das Bildelement in rein dekorativen Hervorhebungsmitteln erschöpft (BGH GRUR 2008, 710 Rn. 20 - VISAGE; GRUR 2001, 1153 - antiKALK). Letzteres ist vorliegend der Fall.

aa) Das Bildelement besteht aus einem Rechteck mit in Steinfarben unterschiedlich gestalteten Steinen und einem weiteren schwarzen Rechteck in der rechten Hälfte des Zeichens. Auf diesem schwarzen Hintergrund steht in weißen Großbuchstaben "STEINPARK".

bb) Sowohl das große mit Steinen verzierte als auch das kleine schwarze Rechteck mit dem Wort "STEINPARK" werden nur als einfache geometrische Elemente und somit als gewöhnliche Hintergrundgestaltungen wahrgenommen

(vgl. BGH GRUR 2014, 1204 Rn. 20 –  DüsseldorfCongress; GRUR 2008, 710 Rn. 20

–  Kommune 2.0). Auch die gewählte Schriftart reiht sich in gängige Gestaltungsformen

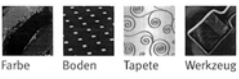
ein (BPatG, 29 W (pat) 10/06 –  Die Nummer).

cc) Abgesehen davon, dass die Färbung der Steine nur sehr schwer zu erkennen ist, eignet sich auch die mehrfarbige Gestaltung des angemeldeten Wort-/Bildzeichens nicht, dem Verkehr den Eindruck eines betrieblichen Herkunftshinweises zu vermitteln. Kontrastierende Darstellungen von weißer Schrift auf schwarzem bzw. dunklem Hintergrund und umgekehrt sowie Grautöne

sind ebenfalls werbeübliche Stilmittel (BPatG, 24W (pat) 519/11 - );

24 W (pat) 528/15 - ; 28 W (pat) 60/13 - .

dd) Ferner ist die Kombination von Bild und Text, welche inhaltlich wechselseitig

in Beziehung stehen, gängig (vgl. BPatG, 27 W (pat) 13/08 - ).

ee) Aber auch die Gesamtgestaltung des Zeichens



kann eine Schutzfähigkeit nicht begründen.

Denn an die grafische Ausgestaltung sind umso größere Anforderungen zu stellen, je deutlicher der nicht unterscheidungskräftige Charakter der fraglichen Angabe selbst hervortritt (BGH GRUR 2009, 954 Rn. 17 – Kinder III; GRUR 2010, 640 Rn. 17 - hey!; GRUR 2014, 569 Rn. 20 - HOT). Vorliegend steht der sachbezogene Charakter des Wortbestandteils derart stark im Vordergrund, dass der bildlichen Gestaltung daneben keine Besonderheit beigemessen wird, zumal sie weder hinreichend komplex noch eigentümlich ist und die Bildbestandteile den Sinngehalt des Gesamtzeichens illustriert und gleichzeitig unterstützt.

2. Den übrigen im Tenor aufgeführten Dienstleistungen steht unter Beachtung des Vorstehenden kein Schutzhindernis entgegen.

a) Dies gilt für die in Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen "*Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten, Verbreitung von Werbeanzeigen, Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen, Beratungsdienste in Handels- und Geschäftsgelegenheiten, Verbreitung von Anzeigen*". Dass Steine als Thema Gegenstand von den zuvor aufgezählten Dienstleistungen sein können,

weil es ein Unternehmensgegenstand ist und dieses Unternehmen Dienstleistungsempfänger ist, reicht zur Begründung eines engen beschreibenden Bezugs nicht aus.

Es entspricht nicht den Branchengewohnheiten, Werbedienstleistungen durch das beworbene Produkt(sortiment) zu charakterisieren, weil die Festlegung auf einen bestimmten Inhalt eine nicht gewollte Beschränkung bedeutet. Üblich ist etwa eine Bezeichnung nach Art des Mediums oder der Branche, auf die die Werbeleistungen bezogen sind, während eine Festlegung auf ein bestimmtes Themengebiet nicht erfolgt (BGH, GRUR 2009, 949 - My World; BPatG 29 W (pat) 35/15 - Immer eine Frische voraus). Aufgrund des vorliegend beschränkten Themenbereichs liegt es eher fern, den beschreibenden Begriffsinhalt als Branchenhinweis für die Dienstleistungen zu verstehen. Das Anmeldezeichen vermittelt auch keinen Hinweis auf die Art des Werbemediums. Gleiches gilt entsprechend für die weiteren Dienstleistungen wie "*Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung, Büroarbeiten*".

Im Ergebnis nichts anderes gilt für die beiden beanspruchten Dienstleistungen "*Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen*" und "*Beratungsdienste in Handels- und Geschäftsgelegenheiten*". Bei einer Dienstleistung als solcher handelt es sich um eine Tätigkeit, die Dritten in der Regel gegen Entgelt im wirtschaftlichen Verkehr angeboten wird und die eine selbständige wirtschaftliche Bedeutung besitzt (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 3 Rn. 16). Eine solche selbständige wirtschaftliche Bedeutung der beiden beanspruchten Dienstleistungen kann vorliegend nicht angenommen werden. Diese Dienstleistungen werden im Rahmen der Erbringung der Dienstleistungen der Klasse 44 mit erbracht, da sie letztendlich zur Erstellung von Angeboten in diesem Bereich dazugehören und nicht separat (kostenpflichtig) angeboten werden.

c) Insoweit steht den beanspruchten Dienstleistungen auch nicht das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen. Das Anmeldezeichen

dient nicht zur Bezeichnung der geografischen Herkunft der Waren und Dienstleistungen, weil sie keine Angabe über die konkrete geografische Lage enthält. Auch sonst bezeichnet es Eigenschaft der Waren und Dienstleistungen.

3. Der Hilfsantrag der Anmelderin bedarf keiner gesonderten Entscheidung, da diesem keine eigenständige Bedeutung zukommt. Mit dem Hilfsantrag begehrt die Anmelderin nämlich nur die Eintragung eines Waren-/Dienstleistungsverzeichnis, in dem jeweils lediglich auf einzelne der ursprünglich beanspruchten Waren und/oder Dienstleistungen verzichtet wurde, ohne jedoch Einschränkungen hinsichtlich der ursprünglich begehrten einzelnen Waren-/Dienstleistungsarten oder Oberbegriffe vorzunehmen. Eine solche Beschränkung ist zwar gem. § 39 Abs. 1, 2. Alt. MarkenG zulässig; wird sie indes nur im Rahmen eines Hilfsantrags vorgenommen, so geht dieser ins Leere, weil bereits im Rahmen des Hauptantrags von Amts wegen über jede einzelne beanspruchte Dienstleistung des ursprünglichen Verzeichnisses zu entscheiden ist, so dass kein eigenständiger Prüfungsgegenstand für den Hilfsantrag verbleibt (vgl. BPatG, 30 W (pat) 510/16).

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,

5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Merzbach

Dr. Meiser

Dr. von Hartz

Pr