

# „CCCP“ als Markenbezeichnung

## Eigener Leitsatz:

Grundsätzlich sind auch veraltete Ortsangaben geografische Herkunftsangaben und damit nicht nach dem MarkenG schutzfähig, wenn und soweit diese noch lebendig geblieben sind und von einem Teil des Verkehrs als Ortshinweis aufgefasst werden. Dies muss auch bei mittelbar geografischen Ortsangaben gelten, aufgrund derer der Verkehr direkt auf einen bestimmten Ort schließt.

## Bundespategericht

**Beschluss vom 21.01.2009**

**Az.: 26 W (pat) 2/08**

In der Beschwerdesache ... betreffend die Marke 304 21 978 S 159/06 Lö hat der 26. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespategerichts in der Sitzung vom 21. Januar 2009 unter Mitwirkung ... beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Für die Waren

„Glaswaren, Porzellan und Steingut, soweit in Klasse 21 enthalten; Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen, Sportbekleidungsstücke, T-Shirts, Sportschuhe, Trikots, Strümpfe; Sweatshirts, Socken, Schlafanzüge, Badeanzüge, Halstücher, Schals, Schärpen, Gürtel, Krawatten, Jacken, Hosen, Hemden, Mäntel, Hosenträger, Overalls, Stirnbänder,

Schuhe und Stiefel, Unterwäsche; Tabak, Raucherartikel, Feuerzeuge, Streichhölzer“

ist die Wortmarke 304 21 978

CCCP

am 5. Juli 2004 eingetragen worden.

Die Antragstellerin hat die teilweise Löschung der angegriffenen Marke für die Waren „Bekleidungsstücke, Sportbekleidungsstücke, T-Shirts, Trikots, Sweatshirts, Jacken, Hemden, Mäntel“ aufgrund § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG beantragt, da die Allgemeinheit unter der Buchstabenfolge „CCCP“ auch bis heute noch die international bekannte Abkürzung der Sowjetunion verstehe. Zudem habe die angegriffene Marke nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht eingetragen werden dürfen, da „CCCP“ die geografische Herkunft der Waren beschreibe. Der Verkehr gehe davon aus, dass mit der angegriffenen Marke versehene Waren aus der Produktion der Sowjetunion bzw. aus Restbeständen stammten, weshalb zudem eine Täuschungsgefahr nach § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG bestehe. Darüber hinaus sei der Antragsgegner bei der Anmeldung auch bösgläubig nach § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG gewesen, denn schon vor der Anmeldung sei die angegriffene Marke umfangreich durch Dritte für die betreffenden Waren verwendet worden.

Der Antragsgegner hat dem Löschantrag fristgemäß widersprochen und ausgeführt, dass der deutsche Verkehr in dem Zeichen „CCCP“ nicht durchgängig die in kyrillischen Buchstaben gehaltene Abkürzung für die Staatenbezeichnung der Sowjetunion erkenne. Die angegriffene Marke sei auch nicht als geografische Herkunftsangabe geeignet, da es sich um eine politische Bezeichnung handle. Eine schützenswerte Vorbenutzung habe nicht vorgelegen, auch keine wettbewerbwidrige Behinderung, weshalb § 8 Abs. 2 Nr. 10 nicht einschlägig sei.

Die Markenabteilung hat durch Beschluss vom 8. Oktober 2007

die angegriffene Marke antragsgemäß teilweise gelöscht, da sie insoweit gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen sei. Die übrigen, von der Antragstellerin geltend gemachten absoluten Schutzhindernisse seien nicht mehr zu prüfen. „CCCP“ sei auch heute noch eine gebräuchliche Abkürzung für die „Union der Sozialistischen Sowjetrepubliken“, d. h. für die ehemalige Sowjetunion. Auch wenn es sich um das Kürzel eines nicht mehr existierenden Staates handele, werde die Bezeichnung aus Sicht der Durchschnittsverbraucher, zu denen nicht nur jüngere Verkehrskreise zählten, in Zusammenhang mit den Waren der Klasse 25 lediglich als mittelbare geografische Herkunftsangabe aufgefasst. So könnten im Zuge der sog. „Ostalgiewelle“ im Internet (z. B. bei „ebay“) zahlreiche Artikel der ehemaligen Sowjetunion wie Fußballtrikots, Uhren, Gürtel, Mützen etc. erworben werden, zu deren Beschreibung Bezeichnungen wie CCCP, UdSSR, Russland etc. nebeneinander verwendet würden. Mitbewerber müssten daher – besonders im Import – in der Lage sein, die angegriffene Bezeichnung zu verwenden. Eine nach Meinung des Anmelders bestehende abweichende Eintragungspraxis führe zu keiner anderen zeichenrechtlichen Beurteilung.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Markeninhabers. Er vertritt die Auffassung, die teilweise Löschung der angegriffenen Marke beruhe eher auf rechtspolitischen Erwägungen als auf den von der Rechtsprechung aufgestellten Grundsätzen zu § 8 Abs. 2 MarkenG. Die von der Markenabteilung zitierten Fundstellen seien dem Markeninhaber vor Beschlussfassung nicht übermittelt worden, weshalb eine Verletzung des rechtlichen Gehörs gegeben sei. Zudem habe die Markenabteilung bezüglich des Verkehrsverständnisses keine konkreten Tatsachenfeststellungen getroffen. Die eine Löschung rechtfertigenden Tatsachen seien nicht nur zum Zeitpunkt der Entscheidung, sondern bereits zum Eintragungszeitpunkt nachzuweisen gewesen. Das Eintragungshindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG habe zum Zeitpunkt der Eintragung schon nicht

mehr vorgelegen. Die Sowjetunion sei bereits vor 16 Jahren aufgelöst worden. Zwar erscheine es möglich, dass Teile der relevanten Verkehrskreise mit „CCCP“ aus der Erinnerung heraus eine gewisse Assoziation mit dem Ostblock herstellten, eine genaue Bedeutung der Abkürzungen sei ihnen aber nicht bekannt. Jedenfalls trage der Antragsteller hierfür die Beweislast. Es handele sich nicht um eine mittelbare geografische Herkunftsangabe, die nahezu ausschließlich Bedeutung im Rahmen des Irreführungsverbots des § 5 UWG bzw. des § 126 MarkenG habe. Insbesondere sei das tatsächliche Verkehrsverständnis diesbezüglich genau zu ermitteln; bei mehrdeutigen unbestimmten Angaben bestehe grundsätzlich Unterscheidungskraft und kein Freihaltebedürfnis. Es sei das Wesen einer mittelbaren geografischen Herkunftsangabe, dass sie nur durch mehrere gedankliche Zwischenschritte zu erschließen sei. Dies sei auch so im Hinblick auf die angegriffene Marke; für die Behauptungen der Markenabteilung fehlten jegliche Nachweise. So sei anzunehmen, dass sich die genannten Internet-Seiten [www.fussball-shirt-trikot.de](http://www.fussball-shirt-trikot.de) auf einen Lizenznehmer des Markeninhabers beziehen würden. Auch sei keine Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Waren/Dienstleistungen getroffen worden. Zudem sei nicht nachgewiesen worden, dass die von der Markenabteilung angenommene „Ostalgie“-Welle zum Zeitpunkt der Eintragung sowie heute tatsächlich existiere.

Ebenfalls abzulehnen sei die Argumentation der Markenstelle, der Verkehr schließe darauf, dass die so gekennzeichneten Waren Produkten nachempfunden seien, die aus der ehemaligen Sowjetunion stammten; diesbezüglich seien noch weitere gedankliche Zwischenschritte erforderlich. Ein Freihaltebedürfnis der Mitbewerber sei insofern nicht erkennbar, als die Produkte der Mitgliedstaaten der ehemaligen Sowjetunion nicht gerade als besondere Qualitätsprodukte bekannt seien. Schließlich seien mehrere vergleichbare Marken eingetragen worden wie z. B. 304 51 296 „CCCP“ sowie mehrere Marken für Wodka mit dem Wortbestandteil „CCCP“ (in

Kombinationen, wobei die Bildbestandteile lediglich werbemäßige Gestaltungen darstellten). In Estland – einem der ehemaligen Staaten der Sowjetunion – existiere eine Eintragung „CAFE CCCP“, sodass eine beschreibende Bedeutung bereits deshalb nicht anzunehmen sei.

Der Markeninhaber beantragt daher sinngemäß, den Beschluss der Markenabteilung vom 8. Oktober 2007 aufzuheben und den Löschantrag zurückzuweisen.

Zudem beantragt er die Rückzahlung der Beschwerdegebühr und regt hilfsweise die Zulassung der Rechtsbeschwerde an.

Die Antragstellerin beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen und die Kosten des Beschwerdeverfahrens dem Markeninhaber aufzuerlegen.

Sie hält an den ursprünglich geltend gemachten Löschangründen (fehlende Unterscheidungskraft, Freihaltebedürfnis, Täuschungsgefahr, Bösgläubigkeit) fest und erachtet die Entscheidung der Markenabteilung für zutreffend. Die vom Markeninhaber genannten Entscheidungen „Aktivist der ersten Stunde“, „Deutscher Fussballverband der DDR“ und „Seid bereit JP“ stellten keine Hoheitszeichen der ehemaligen DDR dar. Die Bezeichnung „DDR“ habe in einem Löschanverfahren von Amts wegen nicht mehr gelöscht werden können, da insoweit nur § 8 Abs. 2 Nr. 4 bis 10 MarkenG berücksichtigungsfähig gewesen sei. Die Buchstabenfolge „CCCP“ sei bereits mehrfach vom DPMA zurückgewiesen worden. Zudem habe das Hanseatische Oberlandesgericht in seiner Entscheidung vom 10. April 2008 (vgl. GRUR-RR 2009, 22 ff. – CCCP) festgestellt, dass „CCCP“ ein originär staatliches Symbol darstelle, das dem informierten und verständigen Durchschnittsverbraucher geläufig sei. Es sei nicht erforderlich, dass den beteiligten deutschen Verkehrskreisen bekannt gewesen sei, dass es sich bei „CCCP“ um die in kyrillischen Buchstaben wiedergegebene russische Abkürzung der Staatsbezeichnung „Union der

sozialistischen Sowjetrepubliken“ handle. Zudem gelte es den Teil der Bevölkerung mit Wurzeln in der ehemaligen Sowjetunion zu berücksichtigen.

Die Markenabteilung befinde sich mit der Annahme einer „mittelbaren geografischen Herkunftsangabe“ im Einklang mit der herrschenden Kommentarliteratur.

Die etwaige Mehrdeutigkeit könne das Vorliegen der Schutzhindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht ausschließen, es reiche eine beschreibende Bedeutung. Der Markeninhaber habe auch nicht dargelegt, welche verschiedenen Deutungen der angegriffenen Marke „CCCP“ überhaupt möglich seien. Den Hinweis auf die „Ostalgie“-Welle habe der Markeninhaber in einem im Lösungsverfahren vor der Markenabteilung vorgelegten Zeitungsartikel selbst gegeben.

Der Markeninhaber hat den zunächst gestellten Hilfsantrag auf Anberaumung einer mündlichen Verhandlung nach Zustellung der Ladungsverfügung zurückgenommen. ,

Der Termin zur mündlichen Verhandlung ist danach aufgehoben worden.

Zum weiteren Vorbringen wird auf die zwischen den Verfahrensbeteiligten gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde ist nicht begründet. Die Markenabteilung des Deutschen Patent- und Markenamts hat zu Recht die teilweise Löschung der angegriffenen Marke „CCCP“ für die Waren und Dienstleistungen „Bekleidungsstücke, Sportbekleidungsstücke, T-Shirts, Trikots, Sweatshirts, Jacken, Hemden, Mäntel“ angeordnet, weil ein Nichtigkeitsgrund nach § 50 Abs. 1 MarkenG vorliegt, der die Löschung der Marke wegen des Vorliegens eines absoluten Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG rechtfertigt. Die Marke unterlag im

Zeitpunkt der Eintragung für die Waren „Bekleidungsstücke, Sportbekleidungsstücke, T-Shirts, Trikots, Sweatshirts, Jacken, Hemden, Mäntel“ einem Freihaltebedürfnis im Sinne dieser Vorschrift; dieses Schutzhindernis besteht auch gegenwärtig. Die Regelung des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG, die in Umsetzung von Art. 3 Abs. 1 Buchst. c Markenrichtlinie ergangen ist, verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, unmittelbar warenbeschreibende Angaben, einschließlich solcher über die geografische Herkunft, für alle frei verwendbar zu halten. Die Monopolisierung einer derartigen beschreibenden Angabe zugunsten eines einzigen Unternehmens ist deshalb nicht zulässig (vgl. EuGH GRUR 1999, 723 ff. – Chiemsee). Im Vordergrund stehen dabei die Interessen der Mitbewerber auf dem Markt.

Die Buchstabenfolge „CCCP“ stellt die in kyrillischen Buchstaben dargestellte Benennung der ehemaligen Staatsbezeichnung der „Union der sozialistischen Sowjetrepubliken“ dar. Damit eignet sich die angegriffene Marke, die betreffenden Waren ihrer geografischen Herkunft nach zu bezeichnen. Dass die vormalige Sowjetunion als Staat nicht mehr besteht (auch im Eintragungszeitpunkt nicht mehr bestand) und daher auch die einst hierfür verwendete Bezeichnung „CCCP“ keine offizielle Abkürzung mehr darstellt, hindert die Annahme einer beschreibenden geografischen Herkunftsangabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht. Grundsätzlich ist auch eine veraltete Ortsbezeichnung als nicht schutzfähig zu erachten, wenn sie noch lebendig geblieben ist und von einem Teil des Verkehrs als Ortshinweis aufgefasst wird. Wenn zudem das nötige Freihaltebedürfnis zugunsten der einschlägigen Mitbewerber besteht, kann das notwendige Freihaltebedürfnis nicht in Abrede gestellt werden (vgl. Ströbele/Hacker, Markengesetz 8. Aufl., § 8 Rdnr. 231; BPatGE 12, 210 ff. – Rixdorf).

Die Buchstabenfolge „CCCP“ ist als Ortsbezeichnung bei weiten Teilen der Bevölkerung aus eigener Kenntnis der Sowjetunion

(die erst vor 16 Jahren untergegangen ist) sowie aus dem Geschichtsunterricht durchaus lebendig geblieben. Zudem gilt es auch die russischstämmigen Bevölkerungsteile in Deutschland („Spätaussiedler“) zu berücksichtigen, deren Zahl ca. 2 Millionen beträgt (vgl. BPatG BlPMZ 2005, 241 – Zeffir). Wie das Hanseatische Oberlandesgericht Hamburg in seiner Entscheidung vom 20. Dezember 2007 im Klageverfahren zwischen der Antragstellerin und dem Markeninhaber (vgl. a. a. O. – CCCP) ausführlich dargelegt hat, werde durch die betreffenden Waren der allgemeine Verkehr angesprochen, bei dem im Hinblick auf das Kürzel „CCCP“ zwar durchaus von einem gespaltenen Kenntnisstand auszugehen sei. Der breiten Öffentlichkeit sei das Kürzel „CCCP“ jedenfalls in einem solchen Grad geläufig, dass dieses Zeichen als ursprünglich staatliches Symbol und damit nicht herkunftskennzeichnend einordne. Dafür spreche vor allem, dass dieses Zeichen in erheblichem Umfang über einen langen Zeitraum dem Verkehr als staatliches Symbol gegenübergetreten sei und dessen Anschauungen damit besonders intensiv und nachhaltig geprägt habe.

Gerade auf dem Bekleidungssektor sei die Bezeichnung „CCCP“ dem Verkehr in Form von Aufdrucken auf Trikots der Sportler z. B. bei den Olympischen Spielen oder den Fußball-Weltmeisterschaften sehr geläufig. Dieser Betrachtungsweise schließt sich der erkennende Senat in vollem Umfang an.

Ein Freihaltebedürfnis ist daneben auch unter dem Gesichtspunkt zu bejahen, dass nicht mehr geführte Hoheitszeichen bzw. Hoheitszeichen nicht mehr existierender Staaten als mittelbare geografische Herkunftsangaben (oder besondere Qualitätshinweise) in Betracht kommen. Da „CCCP“ zugleich eine politische Bezeichnung darstellt, ist von einem Hoheitszeichen auszugehen, auch wenn zu Hoheitszeichen im engeren Sinn nach § 6 Abs. 2 Nr. 6 Staatswappen, Staatsflaggen, Siegel, Abzeichen, Münzen, Orden etc. (vgl. Aufzählung bei Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8 Rdnr. 410-414) zählen. In jedem Fall stellt eine politische Bezeichnung wie

„CCCP“ eine mittelbar geografische Herkunftsangabe dar. Die diesbezügliche, umfangreiche Argumentation des Markeninhabers, wonach mittelbare geografische Herkunftsangaben keine Schutzunfähigkeit zu begründen vermögen, kann keine andere Betrachtungsweise rechtfertigen. Zum Einen widerspricht sie – wie die Antragstellerin bereits ausgeführt hat – den gängigen Kommentarmeinungen (vgl. die auch von der Markenabteilung zitierte Fundstelle bei Ströbele/ Hacker, a. a. O., § 8 Rdnr. 408). Zum Anderen bedeutet der Begriff der mittelbaren geografischen Herkunftsangabe nicht, dass nur eine mittelbar beschreibende Angabe vorliegt, sondern dass der Verkehr aufgrund des Hoheitszeichens direkt und unmittelbar auf einen bestimmten Staat und damit auf eine geografische Herkunftsangabe schließt, also eine direkte Assoziation mit einem Staat bzw. Land herstellt. Dass die Produkte der ehemaligen Sowjetunion nicht den Ruf einer qualitativen Hochwertigkeit genießen, ändert nichts an deren Verbreitung und Kultstatus.

Im Übrigen ist die Annahme eines besonderen Qualitätshinweises für die Bejahung einer mittelbaren geografischen Herkunftsangabe gar nicht erforderlich – ein Hoheitszeichen kann entweder als mittelbare geografische Angabe aufgefasst werden oder als besonderer Qualitätshinweis (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 8 Rdnr. 408). Im Zuge der sog. „Ostalgie“-Welle, die entgegen der Auffassung des Markeninhabers tatsächlich existiert, wie sich aus zahlreichen Fundstellen ergibt (vgl. Hanseatisches Oberlandesgericht Hamburg a. a. O., S. 18 f. – CCCP), ist die Beliebtheit der mit Symbolen ehemaliger Ostblock-Staaten gekennzeichneten Produkte ungebrochen, weshalb ein Freihaltebedürfnis der Mitbewerber anzunehmen ist, und zwar unabhängig davon, ob sich der Verkehr genaue Vorstellungen über den Bezug der betreffenden Produkte und der geografischen bzw. staatlichen Herkunft macht.

Wie sich aus zahlreichen Nachweisen ergibt, verwenden auch

nach Untergang der Sowjetrepublik zahlreiche Anbieter das Kürzel „CCCP“ auf Bekleidungsstücken. Dabei wird stets auf einen Kultstatus dieser entsprechend gekennzeichneten Produkte verwiesen. Zwar sind die von der Markenabteilung zitierten Fundstellen im Internet vor Beschlussfassung nicht übermittelt worden – daraus resultiert allerdings eine Verletzung des rechtlichen Gehörs, da Anschauungsbeispiele grundsätzlich in das Verfahren eingeführt werden müssen (vgl. Ströbele/Hacker, a. a. O., § 59 Rdnr. 11 m. w. N.) -. Diese Verletzung rechtlichen Gehörs ist indes nicht beachtlich, da sich in gleichem Maße aus den von der Antragstellerin zum Löschungsantrag und als Anlage zu weiteren Schriftsätzen im Verlauf des Löschungsverfahrens übermittelten Beispielen (vgl. Anlagen zum Löschungsantrag vom 19. Juni 2006; Anlagen zum Schriftsatz der Antragstellerin vom 12. Januar 2007) bereits eindeutig ergibt, dass T-Shirts und Sweatshirts mit dem Aufdruck „CCCP“ häufig von verschiedenen Herstellern/Vertriebsfirmen angeboten und diese Waren als Kultobjekte z. B. der „ehemaligen Ostblock Supermacht“ angepriesen werden (vgl. unter [www.shirt66.de/...](http://www.shirt66.de/) Anlage 10 zum Löschungsantrag der Antragstellerin vom 19. Juni 2006); insofern ist die Antragstellerin damit der ihr obliegenden Beweislast nachgekommen. Auch aktuell werden die betreffenden TShirts noch angeboten (vgl. beiliegenden Ausdruck einer Senatsrecherche vom 5. Februar 2009 – vgl. Anlage 1 – sowie die Google-Treffer-Liste für „CCCP TShirts“, in der bereits auf der ersten Seite verschiedenste aktuelle Anbieter erscheinen – vgl. Anlage 2). Angesichts dieser nachgewiesenen früheren wie auch gegenwärtigen Verwendung durch verschiedene Anbieter kann ein Freihaltebedürfnis der Mitbewerber nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG nicht in Abrede gestellt werden.

Soweit der Markeninhaber auf einige Entscheidungen des BPatG verweist, wie etwa 27 W (pat) 146/05 „Aktivist der ersten Stunde“, „Seid bereit JP“ oder „Deutscher Fußballverband der DDR“ etc., handelt es sich dabei um keine Staatsbezeichnungen wie sie „CCCP“ darstellt. Auch soweit der Markeninhaber

Voreintragungen mit dem Bestandteil „CCCP“ benennt, fehlt diesen eine echte Vergleichbarkeit mit der angegriffenen Marke, zumal die Eintragungen zusätzliche Bildbestandteile aufweisen oder für andere Warenklassen eingetragen sind (so z. B. die Marke 30229971 „DDR“, eingetragen für Klassen 29, 32, 33). Darüber hinaus ist festzuhalten, dass selbst identische Voreintragungen nach nahezu einhelliger Rechtsprechung keine Bindungswirkung entfalten (vgl. BPatG GRUR 2007, 333 – Papaya).

Da die Löschung der angegriffenen Marke wegen eines bestehenden Freihaltebedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG für die Waren „Bekleidungsstücke, Sportbekleidungsstücke, T-Shirts, Trikots, Sweatshirts, Jacken, Hemden, Mäntel“ (dem Antrag der Antragstellerin folgend) gerechtfertigt ist, kann die Frage der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG dahingestellt bleiben.

### III.

Die vom Antragsgegner beantragte Rückzahlung der Beschwerdegebühr aus Billigkeitsgründen gemäß § 77 Abs. 3 MarkenG kommt vorliegend nicht in Betracht.

Billigkeitsgründe können sich zwar insbesondere aus Verfahrensfehlern, insbesondere der Verletzung des rechtlichen Gehörs, ergeben. In jedem Fall muss allerdings die erforderliche Kausalität zwischen dem jeweiligen Fehlverhalten und der Notwendigkeit einer Beschwerdeeinlegung bestehen. Diese ist vorliegend nicht gegeben, da – wie oben ausgeführt – auch bei Zustellung der relevanten Fundstellen vor Beschlussfassung inhaltlich dieselbe Entscheidung der Markenabteilung ergangen wäre.

Für eine Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen (§ 71 Abs. 1 Satz 1 MarkenG) zulasten des Markeninhabers besteht noch kein Anlass. Es entspricht zwar der Billigkeit, die Kosten des

Löschungsverfahrens dem Markeninhaber aufzuerlegen, der trotz einer ersichtlich begründeten Löschungsaufforderung an einer schutzunfähigen Marke festhält und damit den Löschungsantrag provoziert (vgl. Ströbele/ Hacker, a. a. O., § 71 Rdnr. 14). Die vom Markeninhaber gegen eine Löschung seiner Marke vorgetragenen Argumente enthalten jedoch zumindest erwägenswerte Gesichtspunkte, auch wenn diese letztlich nicht greifen.

IV.

Die Zulassung der Rechtsbeschwerde gemäß § 83 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist nicht veranlasst, da vorliegend keine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung ersichtlich ist.