



# BUNDESPATENTGERICHT

28 W (pat) 507/20

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 30 2018 018 163.1**

hat der 28. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 21. Juni 2022 unter Mitwirkung des Richters Schödel sowie der Richterinnen Uhlmann und Berner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## GRÜNDE

### I.

Das Wort-/Bildzeichen (weiß, gelb, lila, grau)



ist am 1. August 2018 zur Eintragung als Wort-/Bildmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register angemeldet worden für Waren und Dienstleistungen der Klassen 16, 25, 28, 35, 36, 37, 41 und 44. Die Anmeldung wird beim DPMA unter der Nummer 30 2018 018 163.1 geführt.

Mit Beschluss vom 10. Oktober 2019 hat die Markenstelle für Klasse 41 des DPMA durch eine Beamtin des gehobenen Dienstes die Anmeldung wegen mangelnder Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1 und 5, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG teilweise hinsichtlich folgender Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen:

Klasse 16: Druckereierzeugnisse aller Art, insbesondere Formblätter, Eintrittskarten, Kontrollmarken; Drucksachen; Zeitschriften; Veröffentlichungen; Bücher; Handbücher; Kataloge; Prospekte; Broschüren; Papierartikel [soweit in Klasse 16 enthalten], nämlich Papiertüten; Plakate; Lehr- und Unterrichtsmittel [ausgenommen Apparate]; Papier- und Schreibwaren, insbesondere Stifte, Blöcke, Blätter, Einbände, geographische Anzeigekarten, Glück-

wunschkarten, Briefpapier, Kalender, Stickers, Aufkleber, Abziehbilder, Transparente;

- Klasse 35: Werbung; Werbung, Marketing und Verkaufsförderung; Vermietung von Werbeflächen und Werbematerial und Verbreitung von Werbeanzeigen; Vorführung von Waren zu Werbezwecken; Public Relations [Öffentlichkeitsarbeit], insbesondere für den Bereich des Breitensports; Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln, insbesondere im Bereich des Breitensports; Erstellen von Statistiken und Sponsorensuche; Aktualisierung von Werbematerial; Erstellen von Statistiken; Marktforschung; Merchandising [Verkaufsförderung]; Vermietung von Verkaufsständen; Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet [Bannerexchange]; Vermietung von Werbezeit in Kommunikationsmedien; Verteilen von Werbemitteln; Verteilung von Warenproben zu Werbezwecken; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Sponsorensuche; Sponsoring in Form von Werbung; Werbung im Internet für Dritte;
- Klasse 36: Finanzwesen; Geldgeschäfte; Organisation der Finanzierung von Sport-, Kultur- und Unterhaltungsprojekten;
- Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche Aktivitäten; kulturelle Aktivitäten; Aus- und Fortbildungs- sowie Erziehungsberatung, insbesondere für den Bereich des Breitensports; Betrieb von Sportanlagen, soweit in Klasse 41 enthalten; Erstellen von Bildreportagen; Veröffentlichung und Herausgabe von Druckerzeugnissen, insbesondere Büchern für den Bereich des Sports; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung und Auskünfte über Freizeitaktivitäten, insbesondere im Hinblick auf

sportliche Aktivitäten und Sportveranstaltungen; Eintrittskartenvorverkauf [Unterhaltung]; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen, Kolloquien, Kongressen, Symposien, Workshops und Seminaren, insbesondere für den Bereich des Breitensports, soweit in Klasse 41 enthalten; Durchführung von Live-Veranstaltungen; Platzreservierungen für Unterhaltungsveranstaltungen; Organisation, Durchführung und Veranstaltung von sportlichen Wettkämpfen; Betrieb von Sportcamps und Sportanlagen; Vermietung von Sportstadien sowie Vermietung von Sportausrüstungen [ausgenommen Fahrzeuge]; Organisation und Veranstaltung von Ausstellungen für kulturelle und Unterrichtszwecke, insbesondere für den Bereich des Breitensports; Aufzeichnungen, Montage und Bearbeitung von Videobändern, Videofilmproduktion und Videoverleih, insbesondere im Zusammenhang mit Sportveranstaltungen; Zeitmessung bei Sportveranstaltungen und Dienstleistungen eines Zeitungsreporters im Zusammenhang mit Sportveranstaltungen; Veranstaltung von Bällen, Lotterien und Unterhaltungsshows; Sportschulung; Sportcoaching; Sporttraining; Sporterziehung; Sporteinweisung; Sportausbildung; Sportunterhaltung; Sportinformationsdienste; sportliche Erziehung; computergestützter Sportunterricht; Arrangieren von Sportturnieren; Ausbildung im Sportbereich; Ausbildung und Unterricht im Bereich Sport; Ausbildung von Sportlern; Ausbildungs- und Schulungsdienstleistungen im Bereich Sport; Beratung in Bezug auf die Organisation von Sportveranstaltungen; Bereitstellen von Auskünften in Bezug auf Sportler; Bereitstellen von Nachrichten in Bezug auf Sport; Bereitstellen von Online-Newslettern im Bereich Sportunterhaltung; Bereitstellen von Sporteinrichtungen; Beschaffung von Eintrittskarten für Sportveranstaltungen; Betreuungsdienstleistungen für sportliche Aktivitäten; Betrieb von Sport-Trainingseinrichtungen; Buchung von

Sitzplätzen für Shows und Sportveranstaltungen; Dienstleistungen eines Schiedsrichters bei Sportwettkämpfen; Dienstleistungen eines Schiedsrichters bei Sportveranstaltungen; Dienstleistungen eines Sportklubs; Dienstleistungen eines Wettkampfrichters bei Sportveranstaltungen; Dienstleistungen im Bereich des Sportunterrichts; Dienstleistungen im Bereich Sport und Fitness; Dienstleistungen im Bereich Sporterziehung; Dienstleistungen von Sportcamps; Durchführung von Sportschulungen; Durchführung von Sporttrainingseinheiten; Erteilen von Auskünften in Bezug auf Sportarten; Erteilen von Auskünften in Bezug auf Sporterziehung; Erteilen von Auskünften in Bezug auf Sportveranstaltungen; Erteilen von Auskünften über Eintrittskarten zu Sportveranstaltungen; Organisation sportlicher Wettkämpfe; Organisation und Durchführung von Sportwettbewerben; Organisation von sportlichen Aktivitäten und sportlichen Wettkämpfen; Sportunterricht, erzieherische Betreuung und Unterweisung; Vermietung von Anlagen für Sportveranstaltungen; Vermietung von Übungseinrichtungen [Sport, Unterricht]; Betrieb eines Clubs [Unterhaltung oder Unterricht]; Betrieb von Museen [Darbietung, Ausstellungen]; Betrieb von Sportanlagen; Betrieb von Sportcamps; Coaching; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Dienstleistungen eines Fitnessstudios; Durchführung von Spielen im Internet; Erziehung und Unterricht; Fernsehunterhaltung; Filmproduktion; Fotografieren; Gymnastikunterricht; Herausgabe von Texten [ausgenommen für Werbetexte]; Herausgabe von Verlags- und Druckereierzeugnissen in elektronischer Form [ausgenommen für Werbezwecke], auch im Internet; Herausgabe von Zeitschriften und Büchern in elektronischer Form, auch im Internet; Information über Veranstaltungen [Unterhaltung]; Montage [Bearbeitung] von Videobändern; online angebotene

Spieldienstleistungen [von einem Computernetzwerk]; Onlinepublikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Organisation und Durchführung von kulturellen und/oder sportlichen Veranstaltungen; Organisation und Veranstaltung von Konferenzen; Organisation und Veranstaltung von Kongressen; Produktion von Shows; Rundfunkunterhaltung; Turnunterricht; Ticketvorverkauf für Unterhaltungsveranstaltungen; Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe; Veranstaltung von Wettbewerben [Erziehung und Unterhaltung]; Vermietung von Stadien; Zeitmessung bei Sportveranstaltungen; Veröffentlichungen von Druckereierzeugnissen, insbesondere zu den Themen Sport und Gesundheit; Organisation und Durchführung von Informationsveranstaltungen, nämlich im Bereich des Sports und der Gesundheit; Ausbildung im Bereich Gesundheitsschutz und Sicherheit; Durchführung von Schulungen zur Vorbeugung von gesundheitlichen Problemen; Erteilung von Auskünften über Gesundheits-erziehung und Fitness; Erziehung im Hinblick auf die körperliche Gesundheit; Gesundheits- und Fitnesstraining; Gesundheits- und Wellnesstraining; Schulung in Bezug auf Gesundheit; Veranstaltung von Schulungskursen zu gesundheitlichen Themen; Vermietung von Gesundheitsclubeinrichtungen [körperliches Training];

Klasse 44: Durchführung von Drogenscreenings bei Teilnehmern von Sportveranstaltungen in Bezug auf die Anwendung von illegalen oder verbotenen leistungssteigernden Substanzen; Durchführung von Massagen für Sportler; Psychologische Beratung im Sport; Sportmedizinische Dienstleistungen; Erstellung von Gutachten zur Beurteilung der Gesundheit; Erteilung von Auskünften in Bezug auf Gesundheit; Gesundheitsfürsorge; Gesundheitsbera-

tung; Gesundheitspflege in Bezug auf Heilgymnastik; Gesundheitspflege im Zusammenhang mit therapeutischen Massagen; Vermietung von Trainingsausrüstung für die gesundheitliche Rehabilitation.

Zur Begründung der Teilzurückweisung hat sie ausgeführt, das angemeldete Zeichen bestehe aus in einem grafisch ausgestalteten Kreis befindlichen Wörtern „Laufen“, „Springen“, „Werfen“ und „Berlin“, hinter denen jeweils ein Punkt angeordnet sei. Bei den Markenbestandteilen „Laufen“, „Springen“ und „Werfen“ handele es sich um Verben, die dem Verkehr in ihrer Bedeutung als sportliche Tätigkeiten und als die drei Hauptsportarten der Leichtathletik bekannt seien. Bei dem Markenbestandteil „Berlin“ handele es sich um die Hauptstadt und den Regierungssitz der Bundesrepublik Deutschland. Die im Anmeldezeichen befindlichen Wörter stellten eine schlagwortartige Gesamtaussage im Sinne der Sportdisziplinen „Laufen, Springen, Werfen“ mit Bezug zu Berlin dar. Im Hinblick auf die beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen weise das Anmeldezeichen mit vorgenanntem Bedeutungsgehalt einen engen sachlichen Bezug im Sinne eines schlagwortartigen Sachhinweises auf deren Inhalt und Gegenstand auf. Diese könnten sich auf Lauf-, Spring- und Wurfaktivitäten in Berlin bzw. entsprechende Events beziehen, indem sie diese finanzierten oder mit Geldzuwendungen unterstützten. Dem Anmeldezeichen ver helfe auch nicht die Verwendung von Großbuchstaben und je einem Punkt am Wortende zur Schutzfähigkeit. Auch die grafische Gestaltung des Zeichens sei nicht geeignet, ihm die erforderliche markenrechtliche Unterscheidungskraft zu verleihen, da sie nicht von dem sachbezogenen Aussagegehalt der Wortbestandteile weg führe.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Er vertritt die Ansicht, die maßgeblichen Verkehrskreise seien die Endverbraucher. Diese könnten die Wortbestandteile unterschiedlich auffassen, so dass eine schutzbegründende Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit vorliege. Bereits der Zeichenbestandteil

„Laufen“ umschreibe unterschiedliche Arten der Tätigkeit, wie die langsame Gangart „Gehen“ oder die schnellere „Rennen“. Weiterhin stünden die im angemeldeten Zeichen aufgeführten Tätigkeiten auch für die drei Disziplinen der Leichtathletik. In Verbindung mit der geografischen Angabe „Berlin“, die dem Zeichen aufgrund ihrer Ortsangabe bereits Unterscheidungskraft verleihe, habe das angemeldete Zeichen in der Gesamtheit mithin mehrere Bedeutungsgehalte. Es könne sich um eine sportliche Veranstaltung in Berlin, einen Slogan im Sinne einer Kampagne, eine Metapher für die Olympischen Spiele 1936 in Berlin oder um eine Ausstellung in Berlin über die Olympischen Spiele generell handeln. Zudem seien in dem Anmeldezeichen mehrere schutzbegründende rhetorische Stilmittel wie Klimax und Parallelismus enthalten, die ihm eine Originalität verliehen. Das in Frage stehende Zeichen bilde einen eindringlichen Spannungsrahmen, da mit jedem Wortbestandteil ein ansteigender Bezug zu Höhe und Luft geschaffen werde. Es sei keine Interpretation des Zeichens möglich, die beschreibend auf die beschwerdegegenständlichen Finanzdienstleistungen der Klasse 36 hinweise oder einen engen beschreibenden Bezug zu ihnen herstelle. Darüber sei die grafische Gestaltung des Anmeldezeichens unter Hinweis auf den Beschluss des Bundespatentgerichts vom 7. März 2006 (27 W (pat) 168/05) betreffend das Zeichen **smarT.NC** (lindgrün, grau) schutzbegründend. Das angemeldete Zeichen weise eine deutlich erkennbare Grafik auch im Hintergrund auf. Mit dünnen, fliederfarbenen Strichen bilde diese die Konturen des Stadtgebiets Berlins sowie einzelner Sehenswürdigkeiten ab.

Auf den gerichtlichen Hinweis vom 2. Februar 2021 (Bl. 31 bis 35 der Gerichtsakte), wonach die Beschwerde teilweise, nämlich hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen „Finanzwesen; Geldgeschäfte“ Aussicht auf Erfolg haben könnte, im Übrigen aber zurückzuweisen sei, hat der Anmelder mit Schreiben vom 4. Mai 2021 die Beschwerde teilweise zurückgenommen, „soweit das DPMA die Anmeldung bezüglich der Dienstleistungen ‚Finanzwesen; Geldgeschäfte‘ zurückgewiesen“ habe.

Er beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 vom 10. Oktober 2019 aufzuheben, soweit die Anmeldung zurückgewiesen worden ist für die Dienstleistungen der

Klasse 36: Finanzwesen; Geldgeschäfte.

Mit Schreiben vom 11. Juni 2021 (Bl. 71 bis 73 der Gerichtsakte) hat der Senat den Anmelder nach neuer Besetzung auf die möglicherweise missverständliche Antragstellung und in der Sache darauf hingewiesen, dass er die Beschwerde hinsichtlich der in der Klasse 36 beanspruchten Dienstleistungen „Finanzwesen; Geldgeschäfte“ wohl keinen Erfolg haben werde.

Der Anmelder hat daraufhin lediglich beantragt, im schriftlichen Verfahren zu entscheiden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die gemäß §§ 64 Abs. 6 Satz 1, 66 Abs. 1 MarkenG statthafte Beschwerde ist zulässig, hat aber keinen Erfolg.

1. Angesichts des klar formulierten Antrags im Schreiben des Anmelders vom 4. Mai 2021 misst der Senat der vorangestellten widersprüchlichen Einleitung, dass die Beschwerde hinsichtlich der Dienstleistungen „*Finanzwesen; Geldgeschäfte*“ zurückgenommen werde, keine Bedeutung bei. Auf die Aufforderung des Senats, diesen möglichen Widerspruch klarzustellen, hat der Anmelder nicht reagiert, sondern nur auf die ursprünglich beantragte mündliche Verhandlung verzichtet. Es ist daher von einer wirksamen Teilrücknahme der Beschwerde auszugehen, so dass nur noch die Dienstleistungen der Klasse 36 „*Finanzwesen; Geldgeschäfte*“ beschwerdegegenständlich sind.



2. Der Eintragung des angemeldeten Wort-/Bildzeichens als Marke steht in Bezug auf die noch beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen das absolute Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat dem Anmeldezeichen insoweit zu Recht die Eintragung versagt (§ 37 Abs. 1 und 5 MarkenG).

a) Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel aufgefasst zu werden, das die in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH GRUR 2015, 1198, Rdnr. 59 f. – Nestlé/Cadbury [Kit Kat]; BGH GRUR 2018, 932, Rdnr. 7 – #darferdas?; GRUR 2018, 301, Rdnr. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934, Rdnr. 9 – OUI). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2010, 228, Rdnr. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH, a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. – OUI). 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, a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke). Ebenso ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428, Rdnr. 53 – Henkel; BGH, a. a. O., Rdnr. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke). Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143, Rdnr. 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 2006, 411, Rdnr. 24 – Matratzen Concord/Hukka; BGH GRUR 2014, 376, Rdnr. 11 – grill meister).

Ausgehend hiervon besitzen Wortzeichen dann keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (EuGH GRUR 2004, 674, Rdnr. 86 – Postkantoor; BGH, a. a. O., Rdnr. 8 – #darferdas?; GRUR 2012, 270, Rdnr. 11 – Link economy) oder wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern oder Wendungen der deutschen Sprache 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 (BGH, a. a. O. – #darferdas?; a. a. O., Rdnr. 12 – OUI; GRUR 2014, 872, Rdnr. 21 – Gute Laune Drops). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar selbst nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt ohne weiteres erfasst und in der Bezeichnung kein Unterscheidungsmittel für deren Herkunft sieht (BGH, a. a. O. – #darferdas?; a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke). Hierfür reicht es aus, dass ein Wortzeichen, selbst wenn es bislang für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend verwendet wurde oder es sich um eine sprachliche Neuschöpfung handelt, in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal dieser Waren und Dienstleistungen bezeichnen kann (EuGH GRUR 2004, 146, Rdnr. 32 – DOUBLEMINT; BGH GRUR 2014, 569, Rdnr. 18 – HOT). Dies gilt auch für ein zusammengesetztes Zeichen, das aus mehreren Begriffen besteht, die nach diesen Vorgaben für sich genommen schutzunfähig sind. Der Charakter einer Sachangabe entfällt bei der Zusammenfügung beschreibender Begriffe jedoch

dann, wenn die beschreibenden Angaben durch die Kombination eine ungewöhnliche Änderung erfahren, die hinreichend weit von der Sachangabe wegführt (EuGH MarkenR 2007, 204, Rdnr. 77 f. – CELLTECH; BGH GRUR 2014, 1204, Rdnr. 16 – DüsseldorfCongress).

Diesen Anforderungen an die Unterscheidungskraft genügt das angemeldete Wort-



/Bildzeichen nicht. Die angesprochenen inländischen Verkehrskreise haben es in Verbindung mit den beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen schon zum Anmeldezeitpunkt, dem 1. August 2018, ausschließlich als Sachangabe verstanden, so dass es sich insoweit nicht als Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen eignet.

b) Zu den von den beschwerdegegenständlichen Finanzdienstleistungen angesprochenen relevanten inländischen Verkehrskreisen gehören die allgemeinen Verkehrskreise der Verbraucher sowie die Fachverkehrskreise der Unternehmer und Angehörige der unternehmerischen Führungsebene von Unternehmen.

c) Der Bedeutungsgehalt der im Anmeldezeichen enthaltenen ersten drei Verben „Laufen“, „Springen“ und „Werfen“ ist den angesprochenen Verkehrskreisen ohne Weiteres bekannt. Der Zeichenbestandteil „Berlin“ ist die Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland und vor dem Hintergrund ihrer Größe den angesprochenen Verkehrskreisen als geografische Angabe bekannt. In seiner Gesamtheit wird der Verkehr den Wortbestandteilen des Anmeldezeichens einen Bedeutungsgehalt im Sinne von sportlichen Aktivitäten in Berlin oder mit Bezug zu Berlin beimessen.

d) In Verbindung mit den noch beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen „*Finanzwesen; Geldgeschäfte*“ enthält das Anmeldezeichen einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsgehalt.

Bei den beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen in der Klasse 36 „*Finanzwesen; Geldgeschäfte*“ handelt es sich um weite Oberbegriffe. Das Finanzwesen ist ein Teil der Finanzwirtschaft und befasst sich mit der Beschaffung und Verwendung von Geld oder Kapital sowie mit der Abwicklung des Zahlungsverkehrs ([www.wikipedia.de](http://www.wikipedia.de)). Ein Geldgeschäft beschreibt einen Handel, bei dem es um Geld geht, bei dem Geld bezahlt werden muss ([www.duden.de](http://www.duden.de)). Einer Eintragung als Marke für mit einem weiten Oberbegriff bezeichnete Waren und Dienstleistungen stehen Eintragungshindernisse aber schon dann entgegen, wenn sie hinsichtlich einzelner unter den Oberbegriff fallender Waren und Dienstleistungen vorliegen (BGH GRUR 2015, 1012 Rdnr. 44 – Nivea-Blau; GRUR 2002, 262, 262 – AC).

Das Finanzwesen oder Geldgeschäfte können zum einen die – von der Rücknahme der Beschwerde umfasste Dienstleistung „Organisation der Finanzierung von Sportprojekten“ – beinhalten (vgl. einheitliche Klassifikationsdatenbank „TMclass“ des EUIPO, der sich auch das DPMA angeschlossen hat). Zum anderen fällt auch das finanzielle Sponsoring, das ebenfalls in der Klasse 36 der Nizzaer Klassifikation enthalten ist, hierunter (vgl. erläuternde Anmerkungen zur Nizzaer Klassifikation vom 1. Januar 2021, Seite 40, entsprechenden Link mit Hinweis vom 11. Juni 2021 übermittelt). Das finanzielle Sponsoring ist gerade bei Sportveranstaltungen weit verbreitet (vgl. „Leitfaden für Sportsponsoring der Handelskammer Hamburg, Dezember 2018, Link mit Hinweis vom 11. Juni 2021 übermittelt). Wie im Hinweis des Senats vom 2. Februar 2021 unter Nennung von Beispielen ausgeführt, gibt es zudem bereits zahlreiche auf das finanzielle Sponsoring im Sportbereich spezialisierte Agenturen. Das Sponsoring finanzieller Art kann zum einen das Einwerben solcher Unterstützungen zum Gegenstand haben, aber auch deren nachfolgende Verwendung. So können im Vorfeld stattfindende Spenden- und Sponsoringaktionen die Durchführung von sportlichen Veranstaltungen erst ermöglichen. Das finanzielle Sponsoring oder die Organisation der Finanzierung von Sportprojekten kann sich damit inhaltlich und gegenständlich auf Lauf-, Spring- und Wurfveranstaltungen in

Berlin beziehen, so dass die in Frage stehende Bezeichnung eine Bestimmungsangabe des finanziellen Sponsorings bzw. der Organisation der Finanzierung von Sportprojekten für eine derartige Aktivität darstellt (vgl. BPatG 28 W (pat) 513/20 – DEUTSCHES DOWN-SPORTLERFESTIVAL).

e) Die Wortbestandteile des in Frage stehenden Zeichens verfügen entgegen der Ansicht des Anmelders auch nicht über eine schutzbegründende Interpretationsbedürftigkeit und Mehrdeutigkeit. Die vom Anmelder genannten Interpretations- und Verständnismöglichkeiten, insbesondere im Hinblick auf die Olympischen Spiele, erschließen sich dem Verkehr nicht. Ebenso wenig wird sich der Verkehr bewusst sein, dass die unterschiedlichen Laufsportarten abhängig von der zurückzulegenden Distanz mit unterschiedlichen Tempi absolviert werden, die in der Alltagssprache auch mit anderen Verben bezeichnet werden.

f) Auch die vom Anmelder genannten rhetorischen Stilmittel verleihen dem Anmeldezeichen keine schutzbegründende Originalität. Da es sich bei den Verben in der Reihenfolge „laufen, springen, werfen“ um die Angabe von Sportarten der Leichtathletik handelt (vgl. Online-Lexikon Wikipedia, Stichwort „Leichtathletik“, zitiert im Beschluss der Markenstelle vom 10. Oktober 2019) und die weitere Angabe „Berlin“ lediglich eine geografische Angabe darstellt, die sinnvoll hierauf bezogen ist, vermag der Senat keinen Spannungsrahmen zu erkennen. Ebenso kann die Schutzfähigkeit durch den vom Anmelder angeführten Parallelismus in Form der Verwendung von Großbuchstaben und Punkten an den jeweiligen Wortenden begründet werden. Hierbei handelt es sich um werbeübliche Stilmittel (vgl. BPatG 30 W (pat) 003/16 – KNOWLEDGE.PASSION.RESULTS.).

Soweit der Anmelder in diesem Zusammenhang auf die Prüfungsrichtlinien für Unionsmarken des EUIPO verweist (Teil B, Prüfung, Abschnitt 4 „Absolute Eintragungshindernisse“, Kapitel 3 „Marken ohne Unterscheidungskraft“), führt dies zu keinem anderen Ergebnis. Zum einen wird dort ebenfalls darauf hingewiesen, dass Slogans bzw. Bezeichnungen nicht schutzfähig sind, wenn sie – wie vorliegend

– unmittelbar Informationen über Art, Beschaffenheit, Bestimmung und sonstige Merkmale der Waren bzw. Dienstleistungen vermitteln. Zum anderen verkennt der Anmelder die Rechtsnatur der Prüfungsrichtlinien des EUIPO. Hierbei handelt es sich um rein verwaltungsinterne Anweisungen, die außerhalb des EUPO keine rechtliche Bindung entfalten können (vgl. zu den Prüfungsrichtlinien des DPMA: BPatG GRUR-RR 2008, 414 – Umschreibungsverfahren; BPatG 25 W (pat) 9/05 – CASHFLOW; BPatG 29 W (pat) 572/19 – Weißes k auf rotem Grund).

g) Soweit die Aussage „laufen, springen, werfen“ in Berlin oder mit Bezug zu Berlin bewusst vage ist und keine Information dazu enthält, welche bestimmten Dienstleistungen sich hinter dem Angebot verbergen, entspricht eine solche Unbestimmtheit bzw. Verallgemeinerung dem Charakter einer schlagwortartigen Aussage, einen möglichst weiten Bereich waren- oder dienstleistungsbezogener Eigenschaften, Vorteile oder Leistungsinhalte in einer schlagwortartigen und werbewirksamen Weise zu erfassen, ohne diese im Einzelnen zu benennen (vgl. BGH GRUR 2000, 882, 883 – Bücher für eine bessere Welt). Eine solche etwaige begriffliche Unschärfe der als Marke angemeldeten Bezeichnung steht einem Verständnis als Sachangabe und damit der Feststellung eines Eintragungshindernisses nicht entgegen (vgl. EuGH GRUR 2004, 146 – DOUBLEMINT; GRUR 2004, 680 – BIOMILD; GRUR 2004, 674 – Postkantoor; BPatG 30 W (pat) 29/17 – Flair Colours).

h) Auch die grafische Gestaltung ist nicht geeignet, dem Anmeldezeichen



die notwendige Unterscheidungskraft zu verleihen.

Grundsätzlich kann einer Wortelemente enthaltenden Bildmarke, unbeschadet der fehlenden Unterscheidungskraft dieser Wortelemente, als Gesamtheit Unterscheidungskraft zugesprochen werden, wenn die grafischen Elemente ihrerseits charakteristische Merkmale aufweisen, in denen der Verkehr einen Herkunftshinweis sieht (EuGH GRUR 2006, 229 Rdnr. 73 f. – BioID/HABM [BioID]; BGH GRUR 2010, 640

f. – hey!; GRUR 2001, 1153 – anti Kalk). Dabei vermögen allerdings einfache grafische Gestaltungen oder Verzierungen des Schriftbilds, an die sich der Verkehr etwa durch häufige werbemäßige Verwendung gewöhnt hat, eine fehlende Unterscheidungskraft der Wörter ebenso wenig aufzuwiegen, wie derartige einfache grafische Gestaltungselemente auch für sich wegen fehlender Unterscheidungskraft nicht als Marke eingetragen werden können (vgl. BGH WRP 2014, 573 Rdnr. 32 – HOT; GRUR 2014, 376 Rdnr. 18 – grill meister). Es bedarf vielmehr eines auffallenden Hervortretens der grafischen Elemente, um sich dem Verkehr als Herkunftshinweis einzuprägen, bzw. eine den schutzunfähigen Charakter der übrigen Markenteile aufhebende, kennzeichnungskräftige Verfremdung im Gesamteindruck der Marke (BGH a. a. O. 1153, 1154 – anti Kalk; BPatG 26 W (pat) 57/16 – Wacholder). Diesen Anforderungen wird die vorliegende Grafik in Anbetracht des rein schlagwortartigen Bezuges der Wortbestandteile zu den beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen nicht gerecht. Die Wortbestandteile sind in alltäglichen Standardschriftarten ausgeführt. Die weitere grafische Gestaltung wie die sich nach den Begriffen befindlichen Punkte, die unterschiedliche Farbgebung der Wörter und die Anordnung der Wortbestandteile innerhalb eines Kreises sind jedoch werbeüblich (zur Verwendung von Schriftzügen innerhalb von Kreisen vgl. u.a. BPatG 25 W (pat) 043/17 – Kulinarisches Messe Marketing; 27 W (pat) 512/18 Pizza iolo; 27 W (pat) 560/12 act and speak).

Die weitere schemenhafte Skizierung verschiedener Berliner Sehenswürdigkeiten innerhalb des Kreises ist so unscheinbar gehalten, dass sie dem angesprochenen Verkehr nicht auffallen wird. Selbst wenn der Verkehr diese wahrnehmen sollte, wäre sie nicht geeignet, der Grafik des Anmeldezeichens ein Gewicht beizumessen, was dessen Unterscheidungskraft begründen könnte. Die grafische Skizierung einzelner bekannter Berliner Sehenswürdigkeiten unterstreicht lediglich die im Markenbestandteil "Berlin" enthaltene geografische Angabe in bildlicher Form. Die angesprochenen Verkehrskreise werden in der angemeldeten Kombination von Wörtern und Bild als aufeinander bezogene Aussagen auffassen (vgl. BPatG 29 W (pat) 511/13 – SCHLOSS SHOP HEIDELBERG).

i) Keinen Erfolg hat der Anmelder auch mit seinem Hinweis auf den Beschluss des BPatG vom 4. August 2004 „Berlin-Marathon“ (32 W (pat) 32/03). Die Waren und Dienstleistungen, für die der Senat das Zeichen „Berlin-Marathon“ für schutzfähig erachtet hat, sind mit den vorliegenden beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen nicht vergleichbar. Hinsichtlich der übrigen Dienstleistungen hat der Senat die Entscheidung des DPMA aufgehoben, da diese einer Überprüfung der Überwindung des Schutzhindernisses kraft Verkehrsdurchsetzung gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG bedurften, welche vorliegend weder vorgetragen noch für den Senat ersichtlich ist.

Ebenso wenig kann der Hinweis des Anmelders auf den Beschluss des Bundespatentgerichts vom 7. März 2006 – smarT.NC (27 W (pat) 168/05) ein anderes Ergebnis rechtfertigen. Unabhängig von der Farbgebung hat der Senat in der vorgenannten Entscheidung die Schutzfähigkeit des in Frage stehenden Zeichens auch auf die ungewöhnliche Schreibweise des Endbuchstabens „T“ in dem Wortteil „smarT“ gestützt. Diese Konstellation ist vorliegend nicht gegeben.

2. Da es dem angemeldeten Wort-/Bildzeichen im beschwerdegegenständlichen Umfang an jeglicher Unterscheidungskraft mangelt, kann dahingestellt bleiben, ob seiner Eintragung auch ein schutzwürdiges Interesse der Mitbewerber an seiner freien Verwendbarkeit entgegensteht (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG).

### **III.**

#### **Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss ist das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde nur gegeben, 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 Rechtsbeschwerdeschrift muss von einer beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwältin oder von einem beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt unterzeichnet und innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe eingereicht werden. Die Frist kann nicht verlängert werden.

Schödel

Uhlmann

Berner

Richter Schödel ist wegen Urlaub  
an der Unterschrift verhindert

Uhlmann