



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 554/20

(Aktenzeichen)

An Verkündungs
statt zugestellt am
16. November 2023

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2019 021 735.3

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 5. Juli 2023 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Seyfarth und den Richter Posselt beschlossen:

1. Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 20. April 2020 wird aufgehoben, soweit die angemeldete Marke 30 2019 021 735.3 für die folgenden Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen worden ist:

Klasse 09: Softwaregestütztes Personalmanagement; Apps zur Personalgewinnung und Personalbindung; Bespielte Medien; Brillen, Sonnenbrillen und Kontaktlinsen; Datenspeichergeräte; Hüllen für Smartphones; Hüllen für Tablet-Computer; Mauspads [Mausmatten]; USB-Sticks; Powerbanks; Virtual Reality Spielsoftware; Virtual Reality Software für Bildungszwecke; Aufgezeichnete Daten; Software; Interaktive Computersoftware; Herunterladbare Softwareapplikationen zur Verwendung mit mobilen Geräten; Mobile Apps;

Klasse 16: Bücher; Druckereierzeugnisse; Zeitschriften und Magazine, insbesondere Kundenmagazine und Werbebeilagen sowie Flyer und Plakate; Foto- und Sammleralben; Papier und Pappe; Papier und Pappe [industriell]; Papier- und Schreibwaren sowie Lehr- und Unterrichtsmittel; Schreib- und Stempelausrüstung; Taschen, Beutel und Waren für Verpackungs-, Einpack- und Ablagezwecke aus Papier, Pappe oder Kunststoff; Abziehbilder; Anzeigekarten [Papeteriewaren]; Aufkleber, Stickers [Papeteriewaren]; Banner aus Papier; Bleistifte; Bleistifthalter; Blöcke [Papier- und Schreibwaren]; Briefpapier; Broschüren; Büroartikel [ausgenommen Möbel]; Clips für Halter von Namensschildern [Büroartikel]; Clips mit Aufrollmechanismus für Halter von Namensschildern [Büroartikel]; Dokumentenhüllen; Etiketten aus Papier oder Pappe; Fähnchen aus Papier; Fahnen aus Papier; Folien aus Kunststoff für Verpackungszwecke; Folien

aus regenerierter Zellulose für Verpackungszwecke; Gedruckte Rabattcoupons; Glückwunschkarten; Handbücher; Hefter [Bürogeräte]; Hüllen [Papier- und Schreibwaren]; Kalender; Karteikarten [Papier- und Schreibwaren]; Karten; Kartenreiter; Kataloge; Klemmtafeln [Büroartikel]; Lehr- und Unterrichtsmittel [ausgenommen Apparate]; Lesezeichen; Locher [Büroartikel]; Notizbücher; Notizklemmen [Papeteriewaren]; Ordner [Büroartikel]; Papier; Papier- und Schreibwaren; Papierservietten; Papiertaschentücher; Papiertüten; Pappe; Postkarten; Prospekte; Rundschreiben; Schachteln aus Papier oder Pappe; Schilder aus Papier und Pappe; Schilder [Papiersiegel]; Schreibgeräte; Schreibhefte; Schreibmappen [Papeteriewaren]; Schreibmaterialien; Schülerbedarf [Papier- und Schreibwaren]; Stempel; Stempelhalter; Stempelkästen; Stempelkissen; Stempelunterlagen; Tintenstifte; Tischläufer aus Papier; Tischtücher aus Papier; Tischwäsche aus Papier; Transparente [Papier- und Schreibwaren]; Untersetzer aus Papier; Verpackungsbeutel, -hüllen, -taschen aus Papier oder Kunststoff; Zeichenblöcke; Zeichenetuis; Zeicheninstrumente; Zeitpläne [Drucksachen]; Zeitschriften; Zeitungen; Ablageboxen zur Aufbewahrung von geschäftlichen und persönlichen Unterlagen; Adressbücher; Adressenschilder;

Klasse 18: Gepäck, Taschen, Brieftaschen und andere Tragebehältnisse; Regen- und Sonnenschirme; Spazierstöcke; Aktentaschen, Dokumentenmappen; Babytragebeutel; Babytragetücher; Badetaschen; Bekleidungsstücke für Haustiere; Bergstöcke; Brieftaschen; Campingtaschen; Chevreauleder [Ziegenleder]; Decken für Tiere; Dokumentenkoffer; Dosen aus Leder oder Lederpappe; Einkaufsnetze;

Einkaufstaschen; Einkaufstaschen mit Rollen; Etiketten aus Leder; Federführungshülsen aus Leder; Fischbeinrippen für Schirme; Futtersäcke; Gehstöcke; Geldbörsen; Gepäckanhänger; Geschirre für Tiere; Halsbänder für Tiere; Handkoffer; Handkoffergriffe; Handtaschen; Handtaschenkarkassen; Hutschachteln aus Leder; Jagdtaschen; Kartentaschen [Brieftaschen]; Kästen aus Leder oder aus Lederpappe; Kästen und Dosen aus Vulkanfiber; Kleidersäcke für die Reise; Kleine Handkoffer; Koffer mit Rollen; Kompressionsbeutel für Gepäck; Kosmetikkoffer; Kreditkartenetuis [Brieftaschen]; Laufgurte für Kinder; Lederfäden; Ledergurte; Lederimitationen; Lederleinen; Lederpappe; Lederriemen [Lederstreifen]; Lederschnüre; Leere Werkzeugtaschen; Maulkörbe; Möbelbezüge aus Leder; Möbelüberzüge aus Leder; Moleskin [Fellimitation]; Motorisierte Koffer; Notenmappen; Randsels [Schulranzen japanischer Art]; Regenschirme; Regenschirmgriffe; Reisekoffer; Reisenecessaires [Lederwaren]; Reisetaschen; Rucksäcke; Schirmstöcke; Schlittschuhriemen; Schlüsseletuis; Schultaschen; Schirmfutterale; Schulterriemen aus Leder; Sitzstöcke; Sonnenschirme; Sporttaschen; Stockgriffe; Tagungsmappen; Taschen; Tefillin [Gebetsriemen]; Tragegriffe für Einkaufstaschen und -beutel; Verpackungsbeutel, -taschen aus Leder; Visitenkartenetuis; Wanderstöcke;

Klasse 25: Bekleidungsstücke; Kopfbedeckungen; Schuhwaren; Absätze für Schuhe; Anzüge; Babyhöschen [Unterwäsche]; Babywäsche; Badeanzüge; Badehosen; Bademäntel; Bademützen; Badesandalen; Badeschuhe; Bandanas [Tücher für Bekleidungs Zwecke]; Baskenmützen; Beinwärmer;

Bekleidung aus Lederimitat; Bekleidungsstücke aus Papier; Blendschutzschirme als Kopfbedeckungen; Boas [Bekleidung]; Bodys [Unterbekleidung]; Boxershorts; Büstenhalter; Chasubles; Damenkleider; Damenslips; Duschhauben; Einlegesohlen; Einstecktücher; Espadrilles; Faschings-, Karnevalskostüme; Fausthandschuhe [Bekleidung]; Fischerwesten [Anglerwesten]; Frisierumhänge; Fußballschuhe; Gabardinebekleidung; Galoschen; Gamaschen; Geldgürtel [Bekleidung]; Gleitschutz für Fußbekleidung; Gürtel [Bekleidung]; Gymnastikbekleidung; Gymnastikschuhe; Halbstiefel; Halstücher; Handschuhe [Bekleidung]; Hemdeinsätze; Hemden; Hemdplastrons; Holzschuhe; Hosen; Hosenstege; Hosenträger; Hüftgürtel; Hüte; Hutunterformen; Jacken; Jerseykleidung; Joppen [weite Tuchjacken]; Judoanzüge; Kamisols; Käppchen [Kopfbedeckungen]; Kapuzen; Karateanzüge; Kimonos; Konfektionierte Kleidereinlagen; Konfektionskleidung; Korsett Leibchen; Korsetts [Unterbekleidung]; Kragen [Bekleidung]; Krawatten; Krawattentücher; Kurzärmelige Hemden; Lätzchen mit Ärmeln, nicht aus Papier; Lätzchen, nicht aus Papier; Lederbekleidung; Leggings [Hosen]; Leibwäsche; Lose Kragen; Livreen; Manschetten [Bekleidung]; Mäntel; Mantillen; Mieder; Morgenmäntel; Muffe [Kleidungsstücke]; Mützen; Mützenschirme; Nicht elektrisch beheizte Fußsäcke; Oberbekleidungsstücke; Ohrenschützer [Bekleidung]; Overalls; Pantoffeln; Papierhüte [Bekleidung]; Parkas; Pelerinen; Pelze [Bekleidung]; Pelzgefütterte Mäntel; Petticoats; Ponchos; Pullover; Pyjamas; Radfahrerbekleidung; Rahmen für Schuhe; Regenbekleidung; Reithosen; Röcke; Sandalen; Saris; Sarongs; Schals; Schals, Schärpen; Schlafanzüge; Schlafmasken; Schleier [Bekleidung]; Schleier

[Kopf-, Brustschleier]; Schnürstiefel; Schuhe [Halbschuhe]; Schürzen [Bekleidung]; Schweißaufsaugende Leibwäsche; Schweißaufsaugende Socken; Schweißaufsaugende Strümpfe; Schweißaufsaugende Unterbekleidungsstücke; Schweißblätter; Skihandschuhe; Skischuhe; Skorts; Slips; Socken; Sockenhalter; Sportschuhe; Sportschuhe [Halbschuhe]; Sporttrikots; Sportunterhemden; Stiefel; Stiefeletten; Stirnbänder [Bekleidung]; Strandanzüge; Strandschuhe; Strickwaren [Bekleidung]; Strumpfbänder; Strümpfe; Strumpfhalter; Strumpfhosen; Sweater; T-Shirts; Togen [Bekleidungsstücke]; Trägerkleider; Turbane; Turnanzüge; Überzieher [Bekleidung]; Uniformen; Unterbekleidungsstücke; Unterröcke; Vorgefertigte Kleidertaschen; Wasserskianzüge; Westen; Zylinderhüte;

Klasse 35: Werbung, Marketing und Verkaufsförderung innerhalb und außerhalb eines Unternehmens; Werbung, Marketing und Mitarbeitergewinnung sowie Mitarbeiterbindung durch Out-of-Home Medien und Social Media Kanäle; Geschäftsführung und administrative Dienstleistungen; Beratungs- und Assistenzdienste im Bereich Werbung, Marketing und Verkaufsförderung; Dienstleistungen in Bezug auf Kundenbindungs-, Anreiz- und Bonusprogramme; Dienstleistungen in Bezug auf Mitarbeiterbindungs-, Anreiz- und Bonusprogramme; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Produktvorführungen und -präsentationen; Organisation von Werbeveranstaltungen; Verteilung von Werbe-, Marketing- und verkaufsfördernden Materialien; Zur Verfügung stellen von Werbeflächen, Werbezeiten und Werbeträgern; Marktforschung; Sammeln und Systematisieren von Geschäftsdaten; Aufstellung von Kosten-Preisanalysen; Sammeln und Zusammenstellen von

themenbezogenen Presseartikeln; Online-Werbung; Vermittlung von Verträgen für Dritte; Vermittlung von Verträgen für Dritte über die Erbringung von Dienstleistungen; Online Werbung in Form von Bannern und Anzeigen; Bereitstellung von Messeständen zur Unternehmenswerbung; Verteilung von Werbematerial [Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben]; Verteilung von Prospekten und Warenmustern; Personalmanagement und Personalrekrutierung; Informationen in Bezug auf Arbeitsplätze und Aufstiegsmöglichkeiten [Personalmanagementberatung]; Personal-, Stellenvermittlung; Personalanwerbung und -vermittlung; Personalberatung; Verwaltung von personellen Ressourcen; Einzelhandels- und Großhandelsdienstleistungen, auch über das Internet im Bereich Drogeriewaren, Kosmetikwaren, Schönheits- und Pflegeprodukte, Körperpflegemittel, Hygienepräparate, Haushaltswaren, Arzneimittel, Bekleidungsstücke, Nahrungsmittel und Getränke, Tabakwaren, Raucherartikel, Insektenschutzmittel und Insektenschutzartikel, Dekorationsartikel, Gegenstände für die Gartenarbeit, Möbel- und Einrichtungsgegenstände, Kissen, Polster, Sitzsäcke, Software, Informationstechnologische und audiovisuelle Geräte, Massagegeräte, Schmuckwaren, Zeitmessgeräte, Dekorations- und Künstlerbedarfsmaterialien, Taschen, Beutel und Waren für Verpackungs-, Einpack- und Ablagezwecke aus Papier, Pappe oder Kunststoff, Papier- und Schreibwaren sowie Lehr- und Unterrichtsmittel, Bürsten, Pinsel und Besen sowie Bürstenmachermaterial, Geschirr, Kochgeschirr und Behälter, Gläser, Trinkgefäße, Besteck, Küchenhelfer und Barzubehör, Putzgeräte und Putzzeug, Kosmetik- und Toilettenutensilien sowie Badezimmerartikel, Haushaltsgegenstände für Bekleidung und Schuhwaren, Textilwaren und

Textilersatzstoffe, Kopfbedeckungen, Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Accessoires für Bekleidung Nähartikel, Garne, Stoffe und schmückende textile Artikel, Haarschmuck, Lockenwickler, Haarbefestigungsartikel und falsche Haare, Sportartikel und -ausrüstungen, Spielwaren, Spiele, Spielzeug und Kuriositäten, Baby- und Kleinkindartikel, Teile und Zubehör für Fahrzeuge, Geschenksets, Sonnenschutz und Sonnenpflegeartikel, Mobiltelefonzubehör und –guthabekarten, Taschen, Beutel und Waren für Verpackungs-, Einpack- und Ablagezwecke aus Papier, Pappe oder Kunststoff, Papier- und Schreibwaren sowie Lehr- und Unterrichtsmittel, Bürsten, Pinsel und Besen;

Klasse 38: Telekommunikation; Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet; Telekommunikationsdienste; Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Computerkommunikations- und Internetzugriffsdienste; Bereitstellung des Zugriffs auf Inhalte, Webseiten und Internetportale; Bereitstellung von Online-Foren; Übermittlung von elektronischer Post; Streaming von Daten; Übermittlung von Grußkarten über das Internet; Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken; Bereitstellung eines Benutzerzugangs zu Internet-Plattformen; Bereitstellung eines Benutzerzugangs zu Internet-Portalen; Bereitstellung eines Zugangs zu Plattformen und Portalen im Internet; Bereitstellung des Zugangs zu einem Portal zur gemeinsamen Nutzung von Videos; Kommunikation mittels Online-Blogs; Bereitstellung einer Karriereseite in digitalen Medien;

Klasse 41: Unterhaltung und Sport; Audio-, Video- und Multimedia-produktionen sowie Fotografieren; Verlags- und Berichts-

wesen; Herausgabe von Texten, ausgenommen Werbetexte; Desktop-Publishing [Erstellen von Publikationen mit dem Computer]; Online Bereitstellung von nicht herunterladbaren elektronischen Publikationen; Online-Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Verfassen von Texten; Bereitstellung von elektronischen Veröffentlichungen, nicht zum Herunterladen; Herausgabe und Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen; Herausgabe von Druckereierzeugnissen in elektronischer Form im Internet; Publikation [Veröffentlichung und Herausgabe]; Audio- und Videoproduktion sowie Fotografieren; Organisation und Durchführung von Konferenzen, Ausstellungen und Wettbewerben; Auskünfte über Freizeitaktivitäten; Durchführen von Glücksspielen; Informationen über Unterhaltungsveranstaltungen; Unterhaltungsdienstleistungen; Organisation von Modenschauen zu Unterhaltungszwecken; Veranstaltung von Wettbewerben [Unterhaltung]; Veranstaltung von Lotterien; Erteilen von Auskünften zu Rennpferden [Sportveranstaltung]; Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe; Bereitstellung von nicht herunterladbaren Online-Videos; Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zu Zwecken der Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterförderung.

2. Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die Wortfolge

MIT DIR SIND WIR WIR

ist am 19. September 2019 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister für die nachfolgend aufgeführten Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 09: Softwaregestütztes Personalmanagement; Apps zur Personalgewinnung und Personalbindung; Bespielte Medien; Brillen, Sonnenbrillen und Kontaktlinsen; Datenspeichergeräte; Hüllen für Smartphones; Hüllen für Tablet-Computer; Mauspads [Mausmatten]; USB-Sticks; Powerbanks; Virtual Reality Spielsoftware; Virtual Reality Software für Bildungszwecke; Aufgezeichnete Daten; Software; Interaktive Computersoftware; Herunterladbare Softwareapplikationen zur Verwendung mit mobilen Geräten; Mobile Apps;

Klasse 16: Bücher; Druckereierzeugnisse; Zeitschriften und Magazine, insbesondere Kundenmagazine und Werbebeilagen sowie Flyer und Plakate; Foto- und Sammleralben; Papier und Pappe; Papier und Pappe [industriell]; Papier- und Schreibwaren sowie Lehr- und Unterrichtsmittel; Schreib- und Stempelausrüstung; Taschen, Beutel und Waren für Verpackungs-, Einpack- und Ablagezwecke aus Papier, Pappe oder Kunststoff; Abziehbilder; Anzeigekarten [Papeteriewaren]; Aufkleber, Stickers [Papeteriewaren]; Banner aus Papier; Bleistifte; Bleistifthalter; Blöcke [Papier- und Schreibwaren]; Briefpapier; Broschüren; Büroartikel [ausgenommen Möbel]; Clips für Halter von Namensschildern [Büroartikel]; Clips mit Aufrollmechanismus für Halter von Namensschildern [Büroartikel]; Dokumentenhüllen; Etiketten aus Papier oder Pappe; Fähnchen aus Papier; Fahnen aus Papier; Folien aus Kunststoff für Verpackungszwecke; Folien aus regenerierter Zellulose für Verpackungszwecke; Gedruckte Rabattcoupons; Glückwunschkarten; Handbücher; Hefter [Bürogeräte]; Hüllen [Papier- und Schreibwaren]; Kalender; Karteikarten [Papier- und Schreibwaren]; Karten; Kartenreiter; Kataloge; Klemmtafeln [Büroartikel]; Lehr- und Unterrichtsmittel [ausgenommen Apparate]; Lesezeichen; Locher [Büroartikel]; Notizbücher; Notizklemmen [Papeteriewaren]; Ordner [Büroartikel]; Papier; Papier- und Schreibwaren; Papierservietten;

Papiertaschentücher; Papiertüten; Pappe; Postkarten; Prospekte; Rundschreiben; Schachteln aus Papier oder Pappe; Schilder aus Papier und Pappe; Schilder [Papiersiegel]; Schreibgeräte; Schreibhefte; Schreibmappen [Papeteriewaren]; Schreibmaterialien; Schülerbedarf [Papier- und Schreibwaren]; Stempel; Stempelhalter; Stempelkästen; Stempelkissen; Stempelunterlagen; Tintenstifte; Tischläufer aus Papier; Tischtücher aus Papier; Tischwäsche aus Papier; Transparente [Papier- und Schreibwaren]; Untersetzer aus Papier; Verpackungsbeutel, -hüllen, -taschen aus Papier oder Kunststoff; Zeichenblöcke; Zeichenetuis; Zeicheninstrumente; Zeitpläne [Drucksachen]; Zeitschriften; Zeitungen; Ablageboxen zur Aufbewahrung von geschäftlichen und persönlichen Unterlagen; Adressbücher; Adressenschilder;

Klasse 18: Gepäck, Taschen, Brieftaschen und andere Tragebehältnisse; Regen- und Sonnenschirme; Spazierstöcke; Aktentaschen, Dokumentenmappen; Babytragebeutel; Babytragetücher; Badetaschen; Bekleidungsstücke für Haustiere; Bergstöcke; Brieftaschen; Campingtaschen; Chevreauleder [Ziegenleder]; Decken für Tiere; Dokumentenkoffer; Dosen aus Leder oder Lederpappe; Einkaufsnetze; Einkaufstaschen; Einkaufstaschen mit Rollen; Etiketten aus Leder; Federführungshülsen aus Leder; Fischbeinrippen für Schirme; Futtersäcke; Gehstöcke; Geldbörsen; Gepäckanhänger; Geschirre für Tiere; Halsbänder für Tiere; Handkoffer; Handkoffergriffe; Handtaschen; Handtaschenkarkassen; Hutschachteln aus Leder; Jagdtaschen; Kartentaschen [Brieftaschen]; Kästen aus Leder oder aus Lederpappe; Kästen und Dosen aus Vulkanfaser; Kleidersäcke für die Reise; Kleine Handkoffer; Koffer mit Rollen; Kompressionsbeutel für Gepäck; Kosmetikkoffer; Kreditkartenetuis [Brieftaschen]; Laufgurte für Kinder; Lederfäden; Ledergurte; Lederimitationen; Lederleinen; Lederpappe; Lederriemen [Lederstreifen]; Lederschnüre; Leere Werkzeugtaschen; Maulkörbe; Möbelbezüge aus Leder; Möbelüberzüge aus Leder; Moleskin [Fellimitation]; Motorisierte Koffer; Notenmappen; Randsels [Schulranzen japanischer Art]; Regenschirme; Regenschirmgriffe; Reisekoffer; Reiseneccessaires [Lederwaren]; Reisetaschen; Rucksäcke; Schirmstöcke; Schlittschuhriemen; Schlüsseletuis; Schultaschen; Schirmfutterale; Schulterriemen aus Leder; Sitzstöcke; Sonnenschirme; Sporttaschen; Stockgriffe; Tagungsmappen; Taschen; Tefillin [Gebetsriemen]; Tragegriffe

für Einkaufstaschen und -beutel; Verpackungsbeutel, -taschen aus Leder; Visitenkartenetuis; Wanderstöcke;

Klasse 25: Bekleidungsstücke; Kopfbedeckungen; Schuhwaren; Absätze für Schuhe; Anzüge; Babyhöschen [Unterwäsche]; Babywäsche; Badeanzüge; Badehosen; Bademäntel; Bademützen; Badesandalen; Badeschuhe; Bandanas [Tücher für Bekleidungszwecke]; Baskenmützen; Beinwärmer; Bekleidung aus Lederimitat; Bekleidungsstücke aus Papier; Blendschutzschirme als Kopfbedeckungen; Boas [Bekleidung]; Bodys [Unterbekleidung]; Boxershorts; Büstenhalter; Chasubles; Damenkleider; Damenslips; Duschhauben; Einlegesohlen; Einstecktücher; Espadrilles; Faschings-, Karnevalskostüme; Fausthandschuhe [Bekleidung]; Fischerwesten [Anglerwesten]; Frisierumhänge; Fußballschuhe; Gabardinebekleidung; Galoschen; Gamaschen; Geldgürtel [Bekleidung]; Gleitschutz für Fußbekleidung; Gürtel [Bekleidung]; Gymnastikbekleidung; Gymnastikschuhe; Halbstiefel; Halstücher; Handschuhe [Bekleidung]; Hemdeinsätze; Hemden; Hemdplastrons; Holzschuhe; Hosen; Hosenstege; Hosenträger; Hüftgürtel; Hüte; Hutunterformen; Jacken; Jerseykleidung; Joppen [weite Tuchjacken]; Judoanzüge; Kamisols; Käppchen [Kopfbedeckungen]; Kapuzen; Karateanzüge; Kimonos; Konfektionierte Kleidereinlagen; Konfektionskleidung; Korsett Leibchen; Korsetts [Unterbekleidung]; Kragen [Bekleidung]; Krawatten; Krawattentücher; Kurzärmelige Hemden; Lätzchen mit Ärmeln, nicht aus Papier; Lätzchen, nicht aus Papier; Lederbekleidung; Leggings [Hosen]; Leibwäsche; Lose Kragen; Livreen; Manschetten [Bekleidung]; Mäntel; Mantillen; Mieder; Morgenmäntel; Muffe [Kleidungsstücke]; Mützen; Mützenschirme; Nicht elektrisch beheizte Fußsäcke; Oberbekleidungsstücke; Ohrenschützer [Bekleidung]; Overalls; Pantoffeln; Papierhüte [Bekleidung]; Parkas; Pelerinen; Pelze [Bekleidung]; Pelzgefütterte Mäntel; Petticoats; Ponchos; Pullover; Pyjamas; Radfahrerbekleidung; Rahmen für Schuhe; Regenbekleidung; Reithosen; Röcke; Sandalen; Saris; Sarongs; Schals; Schals, Schärpen; Schlafanzüge; Schlafmasken; Schleier [Bekleidung]; Schleier [Kopf-, Brustschleier]; Schnürstiefel; Schuhe [Halbschuhe]; Schürzen [Bekleidung]; Schweißaufsaugende Leibwäsche; Schweißaufsaugende Socken; Schweißaufsaugende Strümpfe; Schweißaufsaugende Unterbekleidungsstücke; Schweißblätter; Skihandschuhe; Skischuhe; Skorts; Slips; Socken; Sockenhalter;

Sportschuhe; Sportschuhe [Halbschuhe]; Sporttrikots; Sportunterhemden; Stiefel; Stiefeletten; Stirnbänder [Bekleidung]; Strandanzüge; Strandschuhe; Strickwaren [Bekleidung]; Strumpfbänder; Strümpfe; Strumpfhalter; Strumpfhosen; Sweater; T-Shirts; Togen [Bekleidungsstücke]; Trägerkleider; Turbane; Turnanzüge; Überzieher [Bekleidung]; Uniformen; Unterbekleidungsstücke; Unterröcke; Vorgefertigte Kleidertaschen; Wasserskianzüge; Westen; Zylinderhüte;

Klasse 35: Werbung, Marketing und Verkaufsförderung innerhalb und außerhalb eines Unternehmens; Werbung, Marketing und Mitarbeitergewinnung sowie Mitarbeiterbindung durch Out-of-Home Medien und Social Media Kanäle; Geschäftsführung und administrative Dienstleistungen; Beratungs- und Assistenzdienste im Bereich Werbung, Marketing und Verkaufsförderung; Dienstleistungen in Bezug auf Kundenbindungs-, Anreiz- und Bonusprogramme; Dienstleistungen in Bezug auf Mitarbeiterbindungs-, Anreiz- und Bonusprogramme; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Produktvorführungen und -präsentationen; Organisation von Werbeveranstaltungen; Verteilung von Werbe-, Marketing- und verkaufsfördernden Materialien; Zur Verfügung stellen von Werbeflächen, Werbezeiten und Werbeträgern; Marktforschung; Sammeln und Systematisieren von Geschäftsdaten; Aufstellung von Kosten-Preisanalysen; Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln; Online-Werbung; Vermittlung von Verträgen für Dritte; Vermittlung von Verträgen für Dritte über die Erbringung von Dienstleistungen; Online Werbung in Form von Bannern und Anzeigen; Bereitstellung von Messeständen zur Unternehmenswerbung; Verteilung von Werbematerial [Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben]; Verteilung von Prospekten und Warenmustern; Personalmanagement und Personalrekrutierung; Informationen in Bezug auf Arbeitsplätze und Aufstiegsmöglichkeiten [Personalmanagementberatung]; Personal-, Stellenvermittlung; Personalanwerbung und -vermittlung; Personalberatung; Verwaltung von personellen Ressourcen; Einzelhandels- und Großhandelsdienstleistungen, auch über das Internet im Bereich Drogeriewaren, Kosmetikwaren, Schönheits- und Pflegeprodukte, Körperpflegemittel, Hygienepräparate, Haushaltswaren, Arzneimittel, Bekleidungsstücke, Nahrungsmittel und Getränke, Tabakwaren, Raucherartikel, Insektenschutzmittel und Insektenschutzartikel,

Dekorationsartikel, Gegenstände für die Gartenarbeit, Möbel- und Einrichtungsgegenstände, Kissen, Polster, Sitzsäcke, Software, Informationstechnologische und audiovisuelle Geräte, Massagegeräte, Schmuckwaren, Zeitmessgeräte, Dekorations- und Künstlerbedarfsmaterialien, Taschen, Beutel und Waren für Verpackungs-, Einpack- und Ablagezwecke aus Papier, Pappe oder Kunststoff, Papier- und Schreibwaren sowie Lehr- und Unterrichtsmittel, Bürsten, Pinsel und Besen sowie Bürstenmachermaterial, Geschirr, Kochgeschirr und Behälter, Gläser, Trinkgefäße, Besteck, Küchenhelfer und Barzubehör, Putzgeräte und Putzzeug, Kosmetik- und Toilettenutensilien sowie Badezimmerartikel, Haushaltsgegenstände für Bekleidung und Schuhwaren, Textilwaren und Textilersatzstoffe, Kopfbedeckungen, Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Accessoires für Bekleidung Nähartikel, Garne, Stoffe und schmückende textile Artikel, Haarschmuck, Lockenwickler, Haarbefestigungsartikel und falsche Haare, Sportartikel und -ausrüstungen, Spielwaren, Spiele, Spielzeug und Kuriositäten, Baby- und Kleinkindartikel, Teile und Zubehör für Fahrzeuge, Geschenksets, Sonnenschutz und Sonnenpflegeartikel, Mobiltelefonzubehör und -guthabekarten, Taschen, Beutel und Waren für Verpackungs-, Einpack- und Ablagezwecke aus Papier, Pappe oder Kunststoff, Papier- und Schreibwaren sowie Lehr- und Unterrichtsmittel, Bürsten, Pinsel und Besen;

Klasse 38: Telekommunikation; Telekommunikation mittels Plattformen und Portalen im Internet; Telekommunikationsdienste; Ausstrahlung von Rundfunk- und Fernsehprogrammen; Computerkommunikations- und Internetzugriffsdienste; Bereitstellung des Zugriffs auf Inhalte, Webseiten und Internetportale; Bereitstellung von Online-Foren; Übermittlung von elektronischer Post; Streaming von Daten; Übermittlung von Grußkarten über das Internet; Verschaffen des Zugriffs zu Datenbanken; Bereitstellung eines Benutzerzugangs zu Internet-Plattformen; Bereitstellung eines Benutzerzugangs zu Internet-Portalen; Bereitstellung eines Zugangs zu Plattformen und Portalen im Internet; Bereitstellung des Zugangs zu einem Portal zur gemeinsamen Nutzung von Videos; Kommunikation mittels Online-Blogs; Bereitstellung einer Karriereseite in digitalen Medien;

Klasse 41: Bildung, Erziehung, Unterhaltung und Sport; Audio-, Video- und Multimediaproduktionen sowie Fotografieren; Verlags- und Berichtswesen;

Herausgabe von Texten, ausgenommen Werbetexte; Desktop-Publishing [Erstellen von Publikationen mit dem Computer]; Online Bereitstellung von nicht herunterladbaren elektronischen Publikationen; Online-Publikation von elektronischen Büchern und Zeitschriften; Verfassen von Texten; Bereitstellung von elektronischen Veröffentlichungen, nicht zum Herunterladen; Herausgabe und Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen; Herausgabe von Druckereierzeugnissen in elektronischer Form im Internet; Publikation [Veröffentlichung und Herausgabe]; Audio- und Videoproduktion sowie Fotografieren; Bildung, Erziehung und Unterricht; Organisation und Durchführung von Konferenzen, Ausstellungen und Wettbewerben; Auskünfte über Freizeitaktivitäten; Durchführen von Glücksspielen; Informationen über Unterhaltungsveranstaltungen; Unterhaltungsdienstleistungen; Organisation von Modenschauen zu Unterhaltungszwecken; Veranstaltung von Wettbewerben [Erziehung und Unterhaltung]; Veranstaltung von Lotterien; Erteilen von Auskünften zu Rennpferden [Sportveranstaltung]; Veranstaltung sportlicher Wettkämpfe; Bereitstellung von nicht herunterladbaren Online-Videos; Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zu Zwecken der Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterförderung.

Mit Beschluss vom 20. April 2020 hat die Markenstelle für Klasse 16 des DPMA die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen.

Die angesprochenen Verkehrskreise würden in dem angemeldeten Zeichen - und zwar in jeder seiner Bedeutungen - lediglich eine werbeanpreisende Aussage erkennen. In erster Linie werde „MIT DIR SIND WIR WIR“ als Danksagung an den Kunden aufgefasst, nämlich, dass der Anbieter nur durch den angesprochenen Verbraucher zu dem geworden sei, was er ist. Zudem könne das Zeichen „auch als zukünftige Ankündigung der Vollkommenheit verstanden werden, wenn der angesprochene Rezipient Teil des ‚wir‘ wird oder in Anlehnung an den Satz, ‚Mit Dir sind wir wer‘, dass der angesprochene Verbraucher erst zur entsprechenden Selbstwahrnehmung führt und für ein gewisses Wertgefühl verantwortlich ist.“

Verschiedene Verständnismöglichkeiten schließen die Annahme fehlender Unterscheidungskraft nicht aus. Es genüge vielmehr, wenn die Verkehrsteilnehmer dem Zeichen von mehreren in Betracht kommenden Bedeutungen eine Aussage mit beschreibendem Sinngehalt entnehmen könnten. Anders als die Anmelderin meine, verleihe auch die vom üblichen, grammatikalisch korrekten (Sprach-)Gebrauch abweichende Verwendung des Personalpronomens „wir“ als Objekt und die direkte Aneinanderreihung und Wortdopplung („wir wir“), mit der der bei gewöhnlichen Werbebotschaften im Vordergrund stehende Lesefluss unterbrochen werde, dem angemeldeten Zeichen keine Unterscheidungskraft. Auch bei sehr unterschiedlichen Waren und Dienstleistungen könne – wie hier – eine pauschale Begründung in Betracht kommen, wenn die angemeldete Marke eine allgemeine Werbeaussage darstelle, die erfahrungsgemäß in einem sehr breiten Waren- und Dienstleistungsspektrum verwendet werden könne. Deshalb sei die Unterscheidungskraft aus denselben Erwägungen für alle von der Anmeldung umfassten Waren und Dienstleistungen abzusprechen. Die von der Anmelderin angesprochenen vermeintlichen Voreintragungen seien weder vergleichbar noch bindend.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde.

Der Eintragung der angemeldeten Marke stünden keine Schutzhindernisse entgegen. Denn nur wenn der Gehalt eines Slogans nicht über das Niveau einer üblichen anpreisenden Werbeaussage hinausgehe, könne diesem die Unterscheidungskraft ausnahmsweise abgesprochen werden. Dies sei hier jedoch nicht der Fall. Es handele sich nicht um eine schlichte Zusammenstellung gebräuchlicher Wörter der deutschen Sprache, sondern um ein fantasievolles Wortspiel, dessen Bedeutungsgehalt durch plakative Widersprüchlichkeit quasi als mehrteiliges Oxymoron wirke. Daher weise der Slogan „Mit dir sind wir wir!“ den erforderlichen Grad an Originalität und Prägnanz auf. Die Doppelung des „wir“, die das Ende des Slogans betone und damit vom durchschnittlichen Sprachgebrauch abweiche, rege zum Nachdenken an. Auch stehe einem Schutz als Marke nicht

entgegen, dass unter Umständen einzelne Teile des Slogans im allgemeinen Sprachgebrauch üblich seien. Die Rechercheergebnisse der Markenstelle und des Senats zeigten jedoch noch nicht einmal dies. Im Hinblick auf die Google-Recherche des Senats sei festzustellen, dass die Verwendung durch Dritte überwiegend nach der Anmeldung der Marke „MIT DIR SIND WIR WIR“ liege. Den aufgefundenen Treffern stehe mindestens eine gleiche Zahl an Fundstellen gegenüber, die auf die Beschwerdeführerin hinwiesen. Ein beschreibender Charakter des Zeichens könne schon aus diesem Grund nicht angenommen werden. Es werde zudem auf den Nike-Slogan „just do it“ verwiesen, der bereits seit 1997 in der EU Schutz genieße. Wie bei diesem gehe die Wirkung des Claims auch hier deutlich über eine Werbeanpreisung hinaus. Ferner werde auf „Wir lieben Lebensmittel“ der Edeka oder „Ich liebe es“ einer bekannten Fastfood-Kette hingewiesen. Auch hier seien einfache Wörter der deutschen Sprache kombiniert worden. Die Slogans seien dennoch unverwechselbar und würden nur mit dem jeweiligen Anmelder verbunden.

Die Beschwerdeführerin beantragt:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 16 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 20. April 2020 wird aufgehoben.

Der Senat hat mit der Ladung zum Termin vom 7. Juni 2023 weitere Rechercheunterlagen übermittelt und seine vorläufige Rechtsauffassung dargelegt, wonach die Beschwerde teilweise nicht erfolgreich sei dürfte.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die gemäß §§ 66, 64 Abs. 6 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache im tenorierten Umfang Erfolg; im Übrigen ist sie unbegründet.

Das angemeldete Zeichen **MIT DIR SIND WIR WIR** ist im Umfang der Dienstleistungen „Bildung, Erziehung; Bildung, Erziehung und Unterricht; Veranstaltung von Wettbewerben [Erziehung]“ wegen fehlender Unterscheidungskraft zu Recht gem. § 37 Abs. 1 und 5 MarkenG zurückgewiesen worden. Für die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen bestehen hingegen keine Schutzhindernisse gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG.

I. Unterscheidungskraft im Sinne des § 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 und Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend kennzeichnet und diese Waren oder Dienstleistungen somit von denjenigen anderer Unternehmen unterscheidet (EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2008, 608 Rn. 66 f. – EUROHYPO; BGH GRUR 2020, 411 Rn. 10 – #darferdas? II, GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2015, 173 Rn. 15 – for you; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion der Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH a. a. O. – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH a. a. O. – #darferdas? II; 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; a. a. O. – OUI). Ebenso

ist zu berücksichtigen, dass der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in seiner Gesamtheit mit allen seinen Bestandteilen so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (EuGH GRUR 2004, 428 Rn. 53 – Henkel; BGH a. a. O. Rn. 15 – Pippi Langstrumpf-Marke; a. a. O. Rn. 10 – OUI; a. a. O. Rn. 16 – for you; GRUR 2014, 872 Rn. 13 – Gute Laune Drops).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943 Rn. 24 – SAT 2; BGH WRP 2014, 449 Rn. 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, Rn. 86 – Postkantoor; BGH GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 11 – Link economy) oder wenn diese 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 (BGH GRUR 2020, 411 Rn. 10 – #darferdas? II; GRUR 2016, 934 Rn. 12 – OUI; GRUR 2014, 872 Rn. 21 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 26 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 11 – Link economy; GRUR 2010, 640 Rn. 13 – hey!; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard). Darüber hinaus besitzen keine Unterscheidungskraft vor allem auch Zeichen, die sich auf Umstände beziehen, die die beanspruchte Ware oder Dienstleistung zwar selbst nicht

unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu diesen hergestellt wird und die sich damit in einer beschreibenden Angabe erschöpfen (BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas?; a. a. O. – Pippi-Langstrumpf-Marke; a. a. O. Rn. 16 – Gute Laune Drops).

Dabei sind an die Beurteilung der Unterscheidungskraft von Wortfolgen und Slogans keine strengeren Maßstäbe anzulegen als bei sonstigen Wortzeichen (EuGH GRUR Int. 2012, 914 Rn. 25 – Smart/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; a. a. O. Rn. 36 – Audi/HABM [Vorsprung durch Technik]; GRUR 2004, 1027, Rn. 33 und 34 – Erpo Möbelwerk [Das Prinzip der Bequemlichkeit]; BGH a. a. O. Rn. 17 – for you). Von mangelnder Unterscheidungskraft ist deshalb bei einer Wortfolge lediglich bei beschreibenden Angaben oder Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art auszugehen. Gleichwohl werden Wortmarken in Form von Werbeslogans vom Verkehr nicht notwendig in gleicher Weise wahrgenommen wie andere Markenkategorien. Insoweit ist bei Slogans, die eine im Vordergrund stehende Werbefunktion ausüben, dem Umstand Rechnung zu tragen, dass die Durchschnittsverbraucher aus solchen Slogans gewöhnlich nicht auf die Herkunft der Waren oder Dienstleistungen schließen (vgl. EuGH a. a. O. Rn. 35 – Erpo Möbelwerk [Das Prinzip der Bequemlichkeit]; BGH GRUR 2000, 882, 883 – Bücher für eine bessere Welt; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft). Wortfolgen, die nach Art eines Slogans gebildet sind, wird der Verkehr daher als eine Beschreibung oder Anpreisung des Inhalts oder Gegenstands entsprechender Waren und Dienstleistungen auffassen (vgl. EuGH, a. a. O. Rn. 35 – Das Prinzip der Bequemlichkeit; BGH GRUR 2000, 882, 883 – Bücher für eine bessere Welt; GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft). Demgegenüber können – auch wenn sie keine notwendige Voraussetzung für die Feststellung der Unterscheidungskraft darstellen – die Kürze, eine gewisse Originalität sowie die Prägnanz einer Wortfolge Indizien für die Eignung als betrieblicher Herkunftshinweis sein. Auch die Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit einer Wortfolge kann einen Anhaltspunkt für eine hinreichende Unterscheidungskraft bieten (EuGH a. a. O. Rn.

47 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2013, 552 Rn. 9 – Deutschlands schönste Seiten).

II. Nach den vorgenannten Grundsätzen verfügt das Anmeldezeichen **MIT DIR SIND WIR WIR** teilweise nicht über das erforderliche Maß an Unterscheidungskraft.

1. Die beanspruchten Waren der Klassen 16, 18 und 25 sowie der Großteil der Waren in Klasse 9 wenden sich überwiegend an breite Verkehrskreise. Gleiches gilt für die beanspruchten Dienstleistungen der Klasse 38, verschiedene Dienstleistungen der Klasse 41 und die Einzelhandelsdienstleistungen in Klasse 35. Hingegen richten sich die übrigen Dienstleistungen der Klasse 35, „Softwaregestütztes Personalmanagement“ in Klasse 9 sowie z. B. „Berichtswesen; Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zu Zwecken der Mitarbeitergewinnung, Mitarbeiterbindung und Mitarbeiterförderung“ der Klasse 41 vor allem an Unternehmen bei ihrer geschäftlichen Tätigkeit.

2. Die aus einfachen Wörtern der deutschen Sprache gebildete Wortfolge **MIT DIR SIND WIR WIR** besagt, dass die Identität der/des Anbieter/s (WIR) mit dem direkt angesprochenen Adressaten („MIT DIR“) erst vervollständigt bzw. „komplett“ ist und zum – gemeinsamen – „WIR“ wird.

Den angesprochenen Verkehrskreisen ist diese Bedeutung durchaus verständlich, da sie an eine Verwendung von Wortfolgen wie „mit Dir...“ bzw. „...sind wir..“ gewohnt sind (vgl. Rechercheergebnisse des Senats zu einer Abfrage in der Datenbank „slogans.de“, Anlage 1 und 2 zur Ladung vom 7. Juni 2023, Bl. 40 – 47 d. A.: „Erst mit dir wird's legendär“; „Es beginnt mit dir“; „Die Stärke sei mit dir“; „Das macht was mit dir!“; „Hier sind wir WIR.“; „Die Zukunft sind wir!“; „Gemeinsam sind wir stark.“; „Zusammen sind wir mehr.“; „Zusammen sind wir brilliant.“; „Zusammen sind wir mehr als eine Bank“). Auch die Verwendung der ersten vier Worte der beanspruchten Wortfolge „Mit dir sind wir...“ ist bereits vor dem Anmeldezeitpunkt nachweisbar: „Mit Dir sind wir eine Familie“ aus dem Jahr 2008, „Mit Dir sind wir

vier“ (2012) oder „Mit Dir sind wir viele“ (2010); „Mit Dir sind wir die GEW – GEW Berlin“; vgl. Anlage 3, Bl. 48 ff. d. A.).

3. Für die im Tenor genannten Waren und Dienstleistungen beinhaltet das Anmeldezeichen allerdings weder eine Sachaussage, noch kann festgestellt werden, dass es in diesem Umfang stets nur als Werbeaussage ohne Unterscheidungskraft aufgefasst werden kann. Der Slogan mag zwar - ähnlich wie das alleinstehende „W!R“ (vgl. BPatG, Beschluss vom 16.01.2018, 29 W (pat) 532/16 – WiR) – auf einen Zusammenhalt, das Vorhandensein einer Gemeinschaft oder auf eine gewisse Vertrautheit mit dem Angesprochenen hinweisen. Ein beschreibender Bezug oder eine rein verkaufsfördernde Kundenansprache zum Erwerb des Produkts oder der Inanspruchnahme der Dienstleistung ließe sich dagegen allenfalls nach mehreren gedanklichen Zwischenschritten ermitteln.

Weder die Markenstelle noch der Senat konnten bei der Recherche Nachweise ausfindig machen, wonach die Verwendung eines entsprechenden Slogans für die im Tenor genannten Waren der Klassen 9, 16, 18 und 25 sowie Dienstleistungen der Klassen 35, 38 und teilweise der Klasse 41 üblich oder gebräuchlich ist.

Der angemeldete Slogan eignet sich im Hinblick auf die Waren der Klassen 9 und 16 – z. B. Software, bespielte Medien oder Druckereierzeugnisse aller Art – auch nicht als Inhalts- oder Themenangabe, da er zu vage gehalten ist. Insbesondere die Wiederholung des Wortes „WIR“ lässt nämlich offen, wer damit gemeint ist, worin das WIR besteht und wie der angesprochene Verbraucher – hier z. B. der Käufer von Software oder Büchern – dazu beiträgt, diese Gemeinschaft zu vervollständigen.

Auf dem Bekleidungssektor, und teilweise auch bei Taschen, ist es zwar schon seit langem üblich, insbesondere T-Shirts, Kapuzenpullis, Jacken und Kopfbedeckungen wie Caps oder Beanies mit Sprüchen zu verschiedensten Themen zu bedrucken, dies deutlich nach außen zu zeigen und im Rahmen der

Produktbeschreibung herauszustellen, da insoweit dem Motiv für die Kaufentscheidung wesentliche Bedeutung zukommt. Großflächig bzw. präsent aufgedruckte Begriffe, Statements und bekenntnishafte Aussagen sind dabei besonders beliebt. Ein typisches bekenntnishafte Motto oder Statement ist in der angemeldeten Wortfolge jedoch nicht zu sehen. Dies gilt erst Recht für die übrigen Waren der Klassen 18 und 25, bei denen die Verwendung von Botschaften weit weniger üblich ist. Zudem finden sich nach der Recherche des Senats keine Anbieter, die ihre entsprechenden Waren mit dem hier angemeldeten Zeichen bedrucken.

Für Dienstleistungen im Bereich der Werbung, des Marketings und der Mitarbeitergewinnung und -bindung sowie erst Recht für Waren, die hierfür unterstützend zum Einsatz kommen, wie z. B. softwaregestütztes Personalmanagement oder Apps zur Personalgewinnung und Personalbindung, bedürfte es (mindestens) eines Zwischenschrittes, um zu einer beschreibenden Bedeutung des angemeldeten Zeichens zu gelangen. Zwar ist es in den genannten Bereichen üblich, (potentielle) Mitarbeiter z. B. in Stellenanzeigen, Personalbindungsprogrammen, aber auch bei der Personalberatung oder Stellenvermittlung – nicht zuletzt im Rahmen des „Employer Branding“ - direkt anzusprechen und ihnen dann mit allgemein gehaltenen kurzen Sätzen wie „erst mit Dir sind wir komplett“ oder „Du bist einzigartig – und damit perfekt für unser Team“, „Perfekt, genau Dich suchen wir“, etc. zu vermitteln, wie wichtig sie für den Arbeitgeber sind. Diese Angebote werden jedoch, anders als die hier beanspruchten Dienstleistungen, im Verhältnis zwischen Arbeitgeber und (potentiellem) Mitarbeiter gemacht. Es handelt sich dabei nicht um – in der Regel kostenpflichtige – Dienstleistungen im Sinne der Klasse 41, die „für Dritte“, mithin von Personaldienstleistern und -vermittlern bzw. Werbeagenturen und Eventmanagementunternehmen im Verhältnis zum Arbeitgeber erbracht werden. Um angesichts dieser Konstellation zu einer beschreibenden Bedeutung des Slogans im Sinne eines Angebots einer Dienstleistung eines Dritten zu gelangen,

mit der der Arbeitgeber Mitarbeiter für sich gewinnen bzw. binden kann, wären jedoch mehrere analysierende Gedankenschritte erforderlich.

Auch die Dienstleistungen der Telekommunikation und die Verlagsdienstleistungen werden mit der angemeldeten Wortfolge nicht sachbeschreibend bezeichnet.

4. Anders verhält es sich dagegen mit den Dienstleistungen „Bildung, Erziehung; Bildung, Erziehung und Unterricht; Veranstaltung von Wettbewerben [Erziehung]“ der Klasse 41. Für diese ist das angemeldete Zeichen nicht schutzfähig.

a. Für die Annahme fehlender Unterscheidungskraft ist zwar grundsätzlich weder ein Nachweis erforderlich, noch - wie die Beschwerdeführerin meint - dass die Angabe bereits im Verkehr geläufig ist oder verwendet wird. Unerheblich ist zudem, ob es sich um eine Wortneuschöpfung handelt (vgl. EuGH GRUR 2004, 146 Rn. 32 – Doublemint; GRUR 2004, 680 Rn. 38 – BIOMILD; BPatG, Beschluss vom 06.12.2021, 25 W (pat) 32/20 – WELLSWEET; Beschluss vom 20.12.2021, 29 W (pat) 527/21 - Sportbokx; Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 222). Im Hinblick auf die vorgenannten Dienstleistungen hat die Recherche des Senats jedoch ergeben, dass das Anmeldezeichen im Bereich der Pflege, Betreuung und bei sozialen Themen bereits Verwendung findet (z. B. „Ri Ra Rasselbande – Nur mit Dir sind wir Wir“ vgl. Anlage 2, Bl. 47; „Vielfalt leben – nur mit dir sind wir WIR“; „Erst mit DIR sind wir WIR“; „Das WIR macht den Unterschied! ...und nur mit DIR sind wir WIR – werde jetzt Teil unseres Pflorgeteams!“ Anlagenkonvolut 4, Bl. 52 ff. d. A.).

b. Zwar beschreibt das angemeldete Zeichen die Dienstleistungen „Bildung, Erziehung und Unterricht; Veranstaltung von Wettbewerben [Erziehung]“ auch hier nicht unmittelbar, es besteht aber ein enger beschreibender Bezug. Im Erziehungs- und Bildungsbereich ist es üblich, sich werbend direkt an die angesprochenen Kreise zu wenden und dabei wichtige Kernpunkte des Konzepts schlagwortartig herauszustellen, wie auch die mit der Ladung übermittelten Rechercheergebnisse

des Senats zeigen (vgl. Anlagenkonvolut 4, Bl. 52 ff. d. A.). So wird z. B. unter der seit 2012 verwendeten Überschrift „Vielfalt leben - nur mit dir sind wir WIR“ für eine Inklusions-Kindertagesstätte mit den Worten geworben: *„...bietet Kindern mit und ohne Förderbedarf einen Ort der Gemeinschaft. Im Mittelpunkt der pädagogischen Arbeit steht die individuelle Förderung der Kinder...“* und *„Neben der Akzeptanz des Kindes wird die Individualität bewusst in den Entwicklungsprozess einbezogen und gefördert.“* (vgl. Bl. 59 Rs. d. A.). Der Verkehr wird daher in dem angemeldeten Zeichen lediglich einen üblichen, die Zielgruppe direkt ansprechenden Hinweis sehen, dass das Team, die Gruppe, etc. erst mit der konkret adressierten Person komplett ist, bei den Angeboten ein besonderes Augenmerk auf die Bedürfnisse jedes Einzelnen gelegt wird und das Miteinander im Vordergrund steht. Einen Herkunftshinweis werden die angesprochenen Verkehrskreise dem angemeldeten Zeichen daher nicht entnehmen.

c. Soweit die Beschwerdeführerin ohne Hinweis auf entsprechende Registernummern in Slogans anderer Unternehmen einen Hinweis auf vermeintliche Voreintragungen sehen möchte, so sind „just do it“, „Wir lieben Lebensmittel“ und „Ich liebe es“ schon von der Zeichenbildung her nicht mit dem angemeldeten Zeichen vergleichbar. „Wir lieben Lebensmittel“ ist zudem lediglich als „EDEKA - Wir lieben Lebensmittel“ (vgl. Registernummer 304 47 914) eingetragen, so dass dort bereits der zusätzliche Firmenname zur Eintragung geführt haben dürfte. „Ich liebe es“ ist weitgehend für andere Waren und Dienstleistungen registriert (vgl. Registernummern 303 27 821 und UM 009523374), so dass auch diesbezüglich keine Vergleichbarkeit besteht. Gleiches gilt im Übrigen für „Just do it“ (vgl. insbesondere UM 000514984; UM 008700759; UM 012116398; UM 016026379; UM 018586667). Nach ständiger Rechtsprechung sind zudem Voreintragungen nicht bindend. Denn auch unter Berufung auf den Gleichbehandlungsgrundsatz darf nicht von einer den rechtlichen Vorgaben entsprechenden Entscheidung abgesehen werden (vgl. EuGH GRUR 2009, 667 Rn. 18 – Bild-digital und ZVS Zeitungsvertrieb Stuttgart; BGH GRUR 2014, 569 Rn. 30 – HOT).

III. Da für die unter II. 4. aufgeführten Dienstleistungen bereits das Schutzhindernis nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG vorliegt, kann dahinstehen, ob das Zeichen darüber hinaus insoweit gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG Freihaltungsbedürftig ist.

Die Beschwerde ist aus den vorgenannten Gründen überwiegend erfolgreich.

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 eine beim Bundesgerichtshof zugelassene Rechtsanwältin oder durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt einzulegen.

Mittenberger-Huber

Seyfarth

Posselt