

# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 121/99

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 397 29 272.4**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 15. Februar 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Dipl.-Ing. Hellebrand, des Richters Albert und der Richterin Friehe-Wich

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 9 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 22. Februar 1999 aufgehoben.

### **Gründe**

#### **I.**

Zur Eintragung als Wortmarke für "Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Bild, Ton und Daten; elektrotechnische und elektronische Geräte und daraus bestehende Systeme zur Fernsteuerung industrieller Arbeitsvorgänge; alle vorgenannten Waren auch zum Einbau in Fahrzeuge; mit Programmen versehene maschinenlesbare Datenträger aller Art; Funkdienst; Telekommunikation; Dienstleistungen eines Ingenieurs" angemeldet ist die Wortfolge

Team is Money

Die Markenstelle für Klasse 9 hat die Anmeldung durch Beschluß eines Beamten des höheren Dienstes wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Es handele sich um einen sich in einer bloßen werblichen Anpreisung erschöpfenden Slogan, der zwar keine glatt beschreibende Angabe darstelle, durch dessen Einsatz aber nach Auffassung der angesprochenen Verkehrskreise lediglich der Kaufanreiz gefördert oder ausschließlich die Aufmerksamkeit des Publikums erregt werden solle. Die Anmeldung erschöpfe sich in einer allgemein verständlichen Redewendung, die als solche keine Besonderheiten aufweise, welche an eine individuelle betriebliche Herkunftskennzeichnung denken lassen könnten; es handele sich um einen glatten Werbeslogan ohne Originalität.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie meint, der angemeldeten Marke, für die ein Freihaltebedürfnis nicht bestehe, komme das für eine Eintragung notwendige Maß an Unterscheidungskraft zu. Es handele sich um eine originelle, phantasievolle Abwandlung der bekannten Redewendung "Time is Money", die einen herkunftskennzeichnenden Überraschungseffekt hervorrufe, der zum Nachdenken anrege.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist zulässig und begründet, weil der Eintragung der angemeldeten Marke relevante Eintragungshindernisse nicht entgegenstehen.

Insbesondere fehlt ihr nicht die erforderliche Unterscheidungskraft (MarkenG § 8 Abs 2 Nr 1), dh die konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Werbeslogans sind insbesondere dann wegen fehlender Unterscheidungskraft von der Eintragung ausgeschlossen, wenn es sich um eine beschreibende Angabe oder Anpreisung oder um eine Werbeaussage allgemeiner Art oder um eine längere Wortfolge handelt. Indizien für die Eignung, die konkret angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines bestimmten Anbieters von denen anderer zu unterscheiden, können dagegen Kürze, eine gewisse Originalität und Prägnanz einer Wortfolge sein und diese damit zu einem eingängigen und aussagekräftigen Werbeslogan machen (BGH v. 8. Dezember 1999 - I ZB 21/97 - "Partner with the Best").

Dem ohne weiteres verständlichen Slogan "Team is Money" mag zwar zu entnehmen sein, daß die so gekennzeichneten Produkte von einem Team stammen oder für ein Team bestimmt sind und daß dies für den Kunden wirtschaftlich vorteilhaft ist. Eine konkret beschreibende Angabe im Hinblick auf die beanspruchten

Waren und Dienstleistungen enthält er aber nicht. Es handelt sich auch nicht um eine Werbeaussage allgemeiner Art.

Die Anmeldung weist als erkennbare, zugleich aber phantasievolle Abwandlung des bekannten Spruchs "Time is Money" eine gewisse Originalität auf. Sie ist kurz und prägnant und hat insgesamt einen über die reine Bedeutung der einzelnen Wortbestandteile hinausgehenden phantasievollen Überschuß, der geeignet ist, der Marke hinreichende Unterscheidungskraft zu verleihen. Nach alledem wird sie sich dem Verkehr einprägen und von ihm als Herkunftshinweis aufgefaßt werden.

Da weitere Eintragungshindernisse nicht ersichtlich sind, war der Beschluß der Markenstelle aufzuheben.

Dipl.-Ing. Hellebrand

Albert

Friehe-Wich

Pü