



# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 62/02

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 300 91 371.0**

hat der 29. Senat (Markenbeschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 31. März 2004 durch den Richter Baumgärtner als Vorsitzenden, den Richter Schwarz und die Richterin Fink

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 8. Februar 2002 wird aufgehoben, soweit die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen „Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Werbung“ zurückgewiesen wurde.

Im Übrigen wird die Beschwerde zurückgewiesen.

## **G r ü n d e**

### **I**

Die für Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 35, 36, 38, 39, 41 und 42 angemeldete Wortmarke

### **Join the Team**

ist von der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts mit Beschluss vom 8. Februar 2002 wegen fehlender Unterscheidungskraft teilweise zurückgewiesen worden, nämlich für „Druckereierzeugnisse, insbesondere bedruckte und/oder geprägte Karten aus Karton oder Plastik; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Werbung; Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen“. Zur Begründung hat die Markenstelle im Wesentlichen ausgeführt, dass die Wortfolge die Bedeutung „Komm ins Team“ habe. Für die Dienstleistungen „Erziehung und Ausbildung“ sehe der Verkehr die Marke lediglich als Werbehinweis darauf, dass die Dienstleistungen auf die Förderung der Teamfähigkeit und des Teamgeistes abzielen. Für „Unterhaltung“ und „Organisation von sportlichen und kulturellen Ver-

anstaltungen“ sehe der Verkehr in der angemeldeten Wortfolge nur eine werbemäßige Aufforderung, sich an den Darbietungen zu beteiligen bzw. sich einer (Sport)-Mannschaft anzuschließen. Im Hinblick auf die Dienstleistung „Werbung“ könne die Wortfolge ebenfalls nicht als Betriebshinweis dienen, da sie nur als ein Hinweis auf eine im Team erbrachte Werbung angesehen wird. Für die Waren der Klasse 16 schließlich stelle die angemeldete Marke eine reine Inhaltsangabe dar. Mit ihrer gegen die Zurückweisung gerichteten Beschwerde macht die Anmelderin geltend, dass die angemeldete Wortfolge die erforderliche geringe Unterscheidungskraft aufweise. Die Wortfolge sei im deutschen Sprachgebrauch nicht nachweisbar und ihr könne, obwohl sie aus Worten des englischen Grundwortschatzes zusammengestellt sei, kein unmittelbar beschreibender Begriffsgehalt zugeordnet werden. Aus der Tatsache, dass die einzelnen Worte in anderen Wortkombinationen gebräuchlich seien, könnten keine Rückschlüsse auf die Gebräuchlichkeit der angemeldeten Wortfolge gezogen werden. Es handele sich um eine ungewöhnliche Wortverbindung. Auf Grund der vielen Bedeutungen des Wortes „Join“ sei sie mehrdeutig, so dass sie nicht beschreibend sein könne. Da die Marke keine unmittelbar beschreibende Angabe für die Waren und Dienstleistungen darstelle, sei ein gegenwärtiges oder zukünftiges Feihaltebedürfnis nicht ersichtlich.

Der Senat hat der Anmelderin die vorläufige Beurteilung der Erfolgsaussichten der Beschwerde zusammen mit dem Ergebnis einer Internet-Recherche zum Suchbegriff „Join the Team“ mitgeteilt. Die Anmelderin hat daraufhin die Anmeldung teilweise zurückgenommen, so dass sich die Beschwerde nur noch gegen die Zurückweisung der Marke für die Waren und Dienstleistungen der

Klasse 16: Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate);

Klasse 35: Werbung;

Klasse 41: Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen

richtet.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist nach Einschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses teilweise begründet. Hinsichtlich der vom Tenor umfassten Waren und Dienstleistungen ist das angemeldete Zeichen weder auf Grund fehlender Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG noch als beschreibende Angabe gemäß § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen. Für die Dienstleistung „Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen“ fehlt der Wortfolge „Join the Team“ hingegen jegliche Unterscheidungskraft.

1. Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden (st. Rspr.; vgl. BGH GRUR 2003, 1050-1051 – Cityservice; BGH GRUR 2001, 1153, 1154 – antiKALK). Kann einem Zeichen ein für die in Frage stehenden Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich auch sonst um eine verständliche Wortfolge der deutschen oder einer geläufigen Fremdsprache, die vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so fehlt ihr die Unterscheidungskraft (BGH GRUR 2001, 1153 – antiKALK; BGH WRP 2001, 1082, 1083 – marktfrisch; BGH GRUR 2001, 1043 – Gute Zeiten – Schlechte Zeiten;

BGH GRUR 2001 1042 – REICH UND SCHOEN; BGH BIfPMZ 2001, 398 – LOOK). Von diesen Grundsätzen ist auch bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft von Wortfolgen wie Slogans oder Redewendungen auszugehen, ohne dass gegenüber anderen Wortmarken unterschiedliche Anforderungen an die Unterscheidungskraft gerechtfertigt sind (BGH GRUR 2002, 1070 – Bar jeder Vernunft m.w.N).

Zwar können die Kürze, eine gewisse Originalität und Prägnanz einer Wortfolge Indizien für deren Eignung sein, die Waren oder Dienstleistungen eines bestimmten Anbieters von denen anderer zu unterscheiden. Auch können die Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit einer Werbeaussage einen Anhalt für eine hinreichende Unterscheidungskraft bieten (vgl. BGH GRUR 2001, 1043, 1044 f. – Gute Zeiten - Schlechte Zeiten; BGH GRUR 2002, 1070, 1071 – Bar jeder Vernunft). Das angemeldete Zeichen ist zwar kurz und weist auch eine gewisse Prägnanz auf. Insgesamt ist aber entscheidend, ob die Wortfolge einen im Vordergrund stehenden auf die beanspruchten Dienstleistungen bezogenen Inhalt besitzt oder es sich um eine allgemeine Werbeaussage handelt, die nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird. Dies ist hier der Fall.

Das angemeldete Zeichen setzt sich aus den englischen Wörtern „join“, „the“ und „team“ zusammen. „Team“ bedeutet „Gruppe von Personen, die mit der Bewältigung einer gemeinsamen Aufgabe beschäftigt ist“ und „Mannschaft (DUDEN, Das Fremdwörterbuch, 7. Aufl. 2001) und ist als Fremdwort Teil des deutschen Sprachgebrauchs. Das Wort ist dem allgemeinen Publikum aus Zusammensetzungen wie „Teamwork“ für „Gemeinschafts- oder Gruppenarbeit“ oder „Teamgeist“ für „Mannschaftsgeist“ sowie „Teamchef“ für einen Betreuer, einen Trainer einer Sportmannschaft (z.B. Franz Beckenbauer und Rudi Völler als „Teamchefs“ der Deutschen Fußballnationalmannschaft) geläufig. Dazu gehört „team“ mit den Bedeutungen „Team, Mannschaft“ ebenso wie „to join“ für „sich anschließen, beitreten“ und der bestimmte Artikel „the“ zum Grundwortschatz der englischen

Sprache (vgl. Klett, Thematischer Grund- und Aufbauwortschatz Englisch 1999). Die angesprochenen breiten Verkehrskreise, neben den unmittelbar mit der Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen befassten Fachkreisen auch das allgemeine Publikum, werden das Zeichen in seiner maßgeblichen Gesamtheit daher ohne weiteres im Sinn von „schließ’ dich dem Team an“ „komm’ ins Team“ verstehen. Dies umso mehr, als Englisch im Sport- und insbesondere im Eventbereich Fach- und Werbesprache ist. Die Aufforderung „komm’ ins Team“ eignet sich bezogen auf die Dienstleistungen „Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen“ nicht als Herkunftshinweis, sondern beinhaltet nur eine im Vordergrund stehende Sachaussage. Derartige Veranstaltungen können ohne weiteres dazu dienen, beispielsweise einen Sportverein im Rahmen eines Events vorzustellen, um so für Nachwuchssportler zu sorgen. Da hier neben Sportdarbietungen auch Auftritte von Tanz- oder Gesangsgruppen o.ä. vorgesehen sein können, ist die Grenze zwischen Sport und Kultur fließend. Auch der Talentwettbewerb „Jugend trainiert für Olympia“ wirbt mit „komm’ ins Team“ ([www.rast-steiger.ch](http://www.rast-steiger.ch); [www.sachsen-macht-schule.de](http://www.sachsen-macht-schule.de)). Talentwettbewerbe werden aber nicht nur im sportlichen, sondern verstärkt auch im Gesangs- oder Showbereich („Deutschland sucht den Superstar“) abgehalten. Die angemeldete Wortfolge „Join the Team“ stellt demzufolge lediglich das Motto dar, unter dem die Veranstaltungen stehen, mit dem schlagwortartig verkürzt auf die Nachwuchsförderung hingewiesen wird und die von den maßgeblichen Verkehrskreisen wegen dieses Aussagegehalts nicht als individualisierender Hinweis auf einen konkreten Geschäftsbetrieb verstanden wird.

2. Für die weiteren noch verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen besteht für das Zeichen „Join the Team“ kein Eintragungshindernis.

Für die Waren „Lehr- und Unterrichtsmittel“ beinhaltet die Wortfolge nach Auffassung des Senats keine im Vordergrund stehende Sachaussage. Zwar kann und wird die Förderung von Teamfähigkeit und Teamgeist häufig thematischer Gegenstand einer Ausbildung und damit auch der entsprechenden Druckschriften sein. Angesichts der für diesen Themenbereich notwendigen ernsthaften wissenschaftlichen Inhalte werden die angesprochenen Verkehrskreise - Lehrende und Auszubildende - in der werbemäßig formulierten Aufforderung „Join the Team“ keinen inhaltlichen Hinweis für Lehr- und Unterrichtsmaterial auf diesem Gebiet sehen, so dass das Zeichen insoweit über die erforderliche Unterscheidungskraft verfügt. Dies gilt auch hinsichtlich der Dienstleistung „Werbung“. Zwar trifft die Feststellung der Markenstelle zu, dass Werbedienstleistungen häufig von Teams erbracht werden. Vor diesem Hintergrund zielt die Aufforderung, sich einem solchen Team anzuschließen, aber auf potentielle Mitarbeiter. Für denjenigen, der die Leistungen eines solchen Teams nur in Anspruch nehmen möchte, beinhaltet „Join the Team“ keinen sinnvollen Aussagegehalt. Soweit sich aus dem Slogan der Hinweis ergeben könnte, dass ein Werbekonzept gemeinsam mit dem Kunden, also mit ihm im Team, erarbeitet werden soll, ergibt sich dieser denkbare Sinngehalt nicht beim unmittelbaren Erfassen des Zeichens, sondern erst auf Grund weiterer, analysierender Schritte, was der Annahme der Unterscheidungskraft nicht entgegensteht (vgl. BGH GRUR 2001, 162 ff RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Bezüglich dieser Waren und Dienstleistungen besteht auch kein Freihaltungsbedürfnis. Nach der Vorschrift des § 8 Abs.2 Nr.2 MarkenG sind solche Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr unter anderem zur Bezeichnung der Beschaffenheit, des Wertes oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Ware oder Dienstleistungen dienen können. Wie ausgeführt, kann der Marke insoweit keine sachbeschreibende Aussage zugeordnet werden, so

dass Anhaltspunkte dafür, dass Dritte gegenwärtig oder künftig ein legitimes Interesse an der werblichen Verwendung der angemeldeten Marke für diese Waren und Dienstleistungen haben könnten, nicht erkennbar sind.

Baumgärtner

Schwarz

Fink

Cl