

beschlossen:

1. Der Antrag auf Aussetzung des Verfahrens vom 7. Juli 2020 wird zurückgewiesen.
2. Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Das Wort-/Bildzeichen



ist am 29. Juni 2017 zur Eintragung als Wort-/Bildmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register für die nachfolgenden Waren und Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 9: Datenverarbeitungsgeräte, Computer, Computerprogramme und Software, soweit in Klasse 9 enthalten;

Klasse 35: Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Zusammenstellung und Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Verwaltung [Büroarbeiten]; Aktualisierung und Pflege von Computerdatenbanken; Beratung bei der Abwicklung von Handelsgeschäften; Planungen [Hilfe] bei der Geschäftsführung; Beratungsdienste in Fragen der Geschäftsführung; Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen;

Datenverarbeitung [Büroarbeiten]; Erstellen von Statistiken über Zugriffe auf Daten in Computerdatenbanken sowie deren Auswertung durch Systematisierung von Informationen in Computerdatenbanken; Abrechnung von Lohn und Gehalt; Zusammenstellung, Speicherung, Analyse und Abfrage von Daten und Informationen; Unternehmensberatungsdienste; Beratung und Unterstützung in Bezug auf die Führung von Unternehmen; Bereitstellung von Geschäftsinformationen, Handelsinformationen, Nachforschungen in Geschäftsangelegenheiten und statistischen Informationen; Bereitstellung von Werbeflächen, einschließlich Online-Bereitstellung von Werbeflächen; Beratung auf den Gebieten Vernetzung, Speicherung, Sicherheit, Telefonie, drahtlose Kommunikation und elektronischer Handel; Informationen und Beratung, alles in Bezug auf die vorstehend genannten Dienstleistungen einschließlich Online-Bereitstellung solcher Leistungen über ein Computernetz oder über das Internet oder Extranets; Vermarktung [Marketing] von Druckerzeugnissen auch in elektronischer Form, für Dritte; Einzelhandels-, Großhandels- und/oder Versandhandelsdienstleistungen, auch über das Internet und/oder Teleshoppingsendungen in den Bereichen Lebensmittel, Genussartikel, alkoholische Getränke, alkoholfreie Getränke, Dekorationsartikel, Jahreszeitartikel, Festtagsartikel, Partyartikel, Dekorationswaren; Zusammenstellung von Waren für Dritte zu Präsentationszwecken; Präsentation von Waren in Kommunikationsmedien für den Einzelhandel; Organisation von Messen und/oder Ausstellungen für wirtschaftliche und/oder Werbezwecke; Vorbereitung und Durchführung von Messen und/oder Ausstellungen für Geschäfts- und/oder Werbezwecke; Dienstleistungen einer Werbeagentur; Planung von Werbemaßnahmen; Präsentation von Firmen im Internet und/oder in anderen Medien; Publikation von Druckerzeugnissen [auch in elektronischer Form] für Werbezwecke; Direktmarketing; Direktwerbung; Erstellen von Anzeigen; Erstellung von Anzeigen für Dritte; Rundfunk- und/oder Fernsehwerbung; Herausgabe von Werbetexten; Layoutgestaltung für Werbezwecke; Marketing; Öffentlichkeitsarbeit [Public Relations]; Online-Werbung in einem Computernetzwerk; Plakatanschlagwerbung; Platzierung von Anzeigen für Dritte; Verbreitung von Werbematerial; Verbreitung von Werbung für Dritte über das Internet; Verfassen von Werbetexten; Verkaufsförderung [sales promotion] für Dritte; Veröffentlichung von Werbetexten; Versandwerbung; Verteilung von Werbematerial [Flugblätter, Prospekte, Drucksachen, Warenproben]; Vorführung von Waren für Werbezwecke; Waren- und Dienstleistungspräsentationen; Werbe- und Marketingdienstleistungen; Marktforschung; Organisation und Durchführung von Werbeveranstaltungen; Sponsorensuche; Sponsoring in Form von Werbung; Vermittlung von Kontaktdaten zu Werbezwecken; Werbung im Internet für Dritte; Vermietung von Werbeflächen, auch im

Internet; Aktualisierung von Werbematerial; Mannequindienste für Werbe- und verkaufsfördernde Zwecke; Marketing auch in digitalen Netzen; Meinungsforschung; Merchandising; Öffentlichkeitsarbeit; Organisation von Ausstellungen und Messen für wirtschaftliche und Werbezwecke; Personal-, Stellenvermittlung; Personalanwerbung; Planung und Gestaltung von Werbemaßnahmen; Präsentationen von Firmen im Internet und anderen Medien; Sammeln und Zusammenstellen von themenbezogenen Presseartikeln; Telemarketing; Veranstaltung von Messen zu gewerblichen oder zu Werbezwecken; Verbreitung von Werbeanzeigen; Verkaufsförderung [sales promotion] [für Dritte]; Vermietung von Werbeflächen; Vermietung von Werbeflächen, auch im Internet [Bannerexchange]; Vermietung von Werbematerial; Vermietung von Werbezeit in Kommunikations-Medien; Vermittlung von Adressen; Vermittlung von Handels- und Wirtschaftskontakten, auch über das Internet; Vermittlung von Werbe- und Förderverträgen für Dritte; Versenden von Werbesendungen; Verteilen von Werbemitteln; Verteilung von Werbeproben zu Werbezwecken; Werbung durch Werbeschriften; Betriebsführung; betriebswirtschaftliche Beratung; Unternehmens- und Managementberatung; Organisationsberatung in Geschäftsangelegenheiten; organisatorische Beratung; Planung und/oder Überwachung von Unternehmensentwicklungen in organisatorischer Hinsicht; Entwicklung von Nutzungskonzepten für Immobilien in betriebswirtschaftlicher Hinsicht [Facility-Management]; Personalvermittlung; Stellenvermittlung; Personalberatung; Personalverwaltung; Personalmanagementberatung; Durchführung psychologischer Tests für die Personalauswahl; Betreuung von Mitarbeitern in betrieblicher Hinsicht; Beschaffungsdienstleistungen für Dritte [Erwerb von Waren und/oder Dienstleistungen für andere Unternehmen]; Durchführung von Auktionen und/oder Versteigerungen, auch im Internet; Vermittlung und/oder Abschluss von Handelsgeschäften für Dritte, auch im Rahmen von e-commerce; Vermittlung von Verträgen für Dritte über den An- und Verkauf von Waren und/oder die Erbringung von Dienstleistungen, insbesondere Vermittlung von Telekommunikationsverträgen, von Verträgen über die Lieferung von Klingeltönen für Telefone, von Verträgen über die Erbringung von Reparatur- und/oder Wartungsarbeiten, von Verträgen über die Lieferung von Blumen und/oder Pflanzen, von Verträgen über die Versorgung mit Strom; Vermittlung von Verträgen für Dritte über die Inanspruchnahme von Ausbildungsangeboten; Vermittlung von Abonnements für Publikationen Dritter, insbesondere Zeitungsabonnements; Vermittlung von Abonnements für Telekommunikationsdienste für Dritte; Vermittlung von Handels- und/oder Wirtschaftskontakten, auch im Internet; Vermittlung von Geschäftskontakten; Aufstellung von Kosten-Preis-Analysen; Preisvergleichsdienste; Zusammenstellen, Systematisieren, Pflegen und/oder Aktualisieren von Daten in

Computerdatenbanken; Datenbankverwaltung; Datenverarbeitungsdienste; Datenverwaltung; Erteilung von Auskünften [Information] und/oder Beratung für Verbraucher in Handels- und/oder Geschäftsangelegenheiten [Verbraucherberatung]; Erteilung von Auskünften in Handels- und/oder Geschäftsangelegenheiten; Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Verwaltung und/oder Zusammenstellung von Computerdatenbanken; verwaltungstechnische Bearbeitung von Bestellungen; Zusammenstellen und Bereitstellung von Preis- und Statistikinformationen von Handel und Gewerbe; Information und Auskunftserteilung über organisatorische und/oder betriebswirtschaftliche Fragen im Zusammenhang mit dem Einzelhandel; Information und Auskunftserteilung über Anzeigenmärkte; Verbraucherberatung; Fotokopierdienste; Schaufensterdekoration; Vermietung von Büromaschinen und/oder -geräten; Vermietung von Fotokopiermaschinen; Vermietung von Verkaufsautomaten; Vermietung von Verkaufsständen; Konzeption, Organisation und/oder Durchführung von Kundenfindungs- und Kundenbindungsmaßnahmen, insbesondere von Mailing-, Rabatt-, Gutschein- und/oder Prämienprogrammen; Durchführung von Gewinnspielen und/oder Preisausschreiben als Werbemaßnahmen; Durchführung von Bonus- und/oder Treueprogrammen als Kundenbindungsprogramme für Marketingzwecke; Kundengewinnung und/oder -pflege durch Versandwerbung; Dienstleistungen eines Callcenters, nämlich Servicebetreuung über Hotlines im Rahmen verwaltungstechnischer Bearbeitung von Bestellungen, telefonischer Entgegennahme von Kundenanfragen und/oder -beschwerden; organisatorische Beratung via Callcenter; Betreiben eines Callcenters, nämlich verwaltungstechnische Verarbeitung von Aufträgen, Bestellungen, Buchungen, Reklamationen, Stornierungen und Informationsanfragen, Bereitstellung von Informationen zu Unternehmen, Waren- und Dienstleistungsangeboten, Preisvergleichsleistungen; Datenverarbeitung und/oder -verwaltung für andere, nämlich elektronische Datenspeicherung; Vermietung und Verpachtung von Ladeneinrichtungen soweit in Klasse 35 enthalten, nämlich Büromaschinen und -geräten, Fotokopiermaschinen, Verkaufsautomaten, Kassensystemen, Kassentischen, Verkaufsständen, Werbeflächen; Dienstleistungen, die mittels Telekommunikationsnetz zu erbringen sind, nämlich Sekretariatsdienste;

Klasse 36: Versicherungswesen; Finanzwesen; Geldgeschäfte; Immobilienwesen; Vermittlung von Versicherungen; Finanzdienstleistungen; Beratung in Bezug auf Versicherungen, Finanzen und Pensionen; Bereitstellung von Finanzberatung und -informationen; Vermittlung von Bankdienstleistungen, insbesondere von Giro-, Spar- und Finanzierungs- und Versicherungsverträgen; Kreditvermittlung und Finanzierung von Krediten für den

Groß- und Einzelhandel; Immobilienverwaltung, Immobilienvermittlung, Vermietung von Immobilien, insbesondere Ladenflächen; Verpachtung von Immobilien, insbesondere Ladenflächen; Flächen- und Landverpachtung; Leasing; Leasingvermittlung; Leasing von Räumen in Einkaufsflächen; Vermietung von Büros; Vermietung von Wohnungen; Gebäudeverwaltung; Grundstücksverwaltung; Kauffinanzierungen; Ausgabe von Telefonkarten; Abwicklung von Bonus- und/oder Prämienprogrammen zur Kundenbindung durch Ausgabe von Gutscheinen, Rabattmarken, Wertmarken und/oder Kundenkarten mit Zahlungsfunktion; Ausgabe von Datenträgern, die zur Verbuchung von Bonus- und Prämiengeschäften geeignet sind [soweit in Klasse 36 enthalten]; Ausgabe von Kreditkarten, Service- oder Bonuskarten mit Zahlungsfunktion; Sammeln von Spenden für andere oder für Wohltätigkeitszwecke;

Klasse 38: Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet; Bereitstellung von Plattformen und Portalen im Internet; Verschaffen des Zugriffs auf Datenbanken; Telekommunikationsdienste; Bereitstellung von Online-Informationen auf den Gebieten Telekommunikation und Telefonesysteme; Integrationsdienstleistungen auf dem Gebiet der Telekommunikation; Sicherheit von Telefonesystemen; Kommunikation über elektronische Plattformen; internetbasierte Telekommunikationsdienste; Computerkommunikationsdienste; elektronische Datenaustauschdienste; Telekommunikationsdienstleistungen in Bezug auf die Erstellung und Pflege von Dateien sowie den Austausch von Dokumenten und Daten; Kommunikationsdienste über das Intranet, Extranet, Internet und sonstige elektronische Medien; Bereitstellung von Zugangsmöglichkeiten zu Datenbanken und zum Internet mittels Telekommunikation; Information und Beratung in Bezug auf alle vorstehend genannten Dienste einschließlich jene Dienste, die online oder über das Internet oder Extranets bereitgestellt werden; Aufstellung, Wartung und Reparatur von Computerhardware; Installation und Reparatur von Telefonen; Netzwerkmanagement, nämlich Installation und Wartung von Netzwerksystemen, Reparatur und Wartung von datentechnischen Anlagen, Reparatur und Wartung von Filmvorführgeräten; Telekommunikation; Telekommunikationsberatung; Auskünfte über Telekommunikation; Bereitstellung einer E-Commerce-Plattform im Internet; Bereitstellung einer Hotline; Bereitstellung von Internetportalen für Dritte; Betrieb einer Servicehotline für Internetnutzer; Betrieb und Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation; Betrieb von Chatlines und Foren; Betrieb von Chatrooms; Dienstleistungen eines Call-Centers, nämlich Auskunftserteilung; Dienstleistungen eines Internetproviders, nämlich Bereitstellen von Informationen im Internet; Dienstleistungen

eines Internetproviders, nämlich Bereitstellen von Internetzugängen; Dienstleistungen eines Onlineanbieters, nämlich Einrichtung von Diskussionsforen; Dienstleistungen von Presseagenturen; Durchführung von Telefondiensten; elektronische Nachrichtenübermittlung; E-Mail-Datendienste; Fernschreibdienst; Fernsprechdienst; Funkdienst; Internetdienstleistungen, nämlich Bereitstellen von Informationen und Unterhaltungsprogrammen im Internet; Internetdienstleistungen, nämlich Sammeln und Liefern von Nachrichten im Internet; Mehrwertdienste, nämlich Anrufweiterschaltung, Konferenzschaltungen; Mehrwertdienste, nämlich SMS-Dienste; Mobil-Funktelefondienst; Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer; Onlinedienste, nämlich Übermittlung von Nachrichten und Informationen aller Art; Pagingdienste; Personenrufdienste; Sammeln und Liefern von Nachrichten; Sammeln und Liefern von Pressemeldungen; Satellitenübertragung; Telegrammdienst [Depeschen]; Telegrammübermittlung; Telegraphendienst; Telegraphieren; Telekommunikation über faseroptische Netzwerke; Telekommunikationsdienstleistungen, nämlich Anrufweiterleitung; Telekommunikationsdienstleistungen, nämlich Auskunftsdienste; Telekommunikationsdienstleistungen, nämlich Konferenzschaltungen; Telekommunikationsdienstleistungen, nämlich Verkehrsinformationsdienste, Telekopierdienst, Telefondienst, Teletextservice, Übermittlung von Nachrichten, Vermietung von Faxgeräten, Vermietung von Geräten zur Nachrichtenübertragung, Vermietung von Modems, Vermietung von Telefonen, Vermietung von Telekommunikationsgeräten; Webmessaging, nämlich Weiterleiten von Nachrichten aller Art an Internetadressen;

Klasse 39: Transportwesen; Verpackung und Lagerung von Waren; Veranstaltung von Reisen; Lagerwesen; Verpackung von Waren; Zustellung von Paketen; Logistikdienstleistungen [soweit in Klasse 39 enthalten], insbesondere Auftragserfassung, Lagerlogistik, Beschaffungslogistik, Distributionslogistik oder Retourenlogistik; Dienstleistungen einer Spedition; Sendungsverfolgung des Standortes von Waren für logistische Zwecke; Auskünfte über Transportangelegenheiten; Erteilung von Auskünften über Lagerhaltung; Vermittlung der Lagerung und/oder Verpackung von Gütern; Vermittlung von Beförderungsdienstleistungen für Personen und/oder Güter mit Land-, Wasser- und/oder Luftfahrzeugen; Erbringung und/oder Vermittlung von Beförderungsdienstleistungen; Kurierdienste; Organisation der Beförderung von Waren, Passagieren und/oder Reisenden auf dem Landwege und/oder zu Wasser; Organisation und/oder Durchführung der Auslieferung von Versandhandelswaren; Beförderung und Auslieferung von Gütern mit Kraftfahrzeugen, Schienen-

bahnen, Schiffen und/oder Flugzeugen; Blumenauslieferung; Dienstleistungen eines Reisebüros [soweit in Klasse 39 enthalten]; Betrieb eines Reisebüros; Dienstleistungen eines Reiseveranstalters; Informationen und Beratung in Bezug auf Reisen und/oder Beförderung; Auskünfte auf dem Gebiet des Tourismus, in Transport- und/oder Reiseangelegenheiten; Verkehrsinformationsdienste; Reiseinformationsdienste; Bereitstellung von Flugankunfts- und Abfluginformationen; Verkauf von Tickets für Flugbeförderung; Reiseveranstaltung und/oder -organisation; Beförderung von Personen mit Kraftfahrzeugen, Schienenbahnen, Schiffen und/oder Flugzeugen; Organisation, Veranstaltung, Buchung und/oder Vermittlung von Reisen, Ferienreisen, Rundreisen, Kreuzfahrten, Exkursionen, Tages-touren, Ausflugsfahrten und/oder Stadtbesichtigungen; Begleitung von Reisenden und/oder deren Gepäck; Gepäckträgerdienste; Bereitstellung von Parkeinrichtungen und/oder Parkplatzdiensten; Vermietung, Buchung und/oder Vermittlung von Kraftfahrzeugen, Anhängern, Fahrrädern; Vermietung von Parkplätzen und/oder Lagern; Reservierungsdienste [soweit in Klasse 39 enthalten]; Reservierung von Flugtickets, Tickets für Kreuzfahrten und/oder Bahnfahrkarten; Vermietung, Leasing und/oder Chartern von Landfahrzeugen, Flugzeugen oder Schiffen; Vermittlung von Verkehrsleistungen; Vermietung von Kühlschränken; Vermietung von Lagercontainern; Vermietung von Lagern; Vermietung von Parkplätzen; Vermietung von Garagen; Vermietung und Verpachtung von Ladeneinrichtungen soweit in Klasse 39 enthalten, nämlich Kühlschränken, Kühlanlagen, Kühlmaschinen und Kühlapparaten, Lagercontainern, Transport- und Lagerpaletten, Transport- und Lagerbehältern, Wagen [Fahrzeuge], Schubwagen [Einkaufswagen], Verkaufstischen, Regalen zur Lagerung und Präsentation von Waren; Dienstleistungen, die mittels Telekommunikationsnetz zu erbringen sind, nämlich Reisebürodienste;

Klasse 41: Veröffentlichung und Herausgabe von Druckschriften, Büchern, Zeitungen und Zeitschriften; Publikation von Druckerzeugnissen, auch in elektronischer Form und im Internet, ausgenommen für Werbezwecke; Unterhaltungs- und Erziehungsdienste; Ausbildung, Unterricht und Schulung; Erziehung und Bildung in Form von Unterricht, Workshops, Konferenzen, Seminaren über Computervernetzung, Breitbandnetze, Computersysteme, Telekommunikationssysteme, Internettelefonie; Unterhaltungsdienstleistungen in Form von Sendungen über Breitbandnetze; Organisation und Durchführung von Erziehungs- und Ausbildungskonferenzen und -seminaren; Produktion von Ton- und Videoaufzeichnungen für Bildungszwecke; Leasen, Mieten und Vermieten von Unterrichts- und Lehrmaterialien; Online-Bereitstellung von Bildung aus einer Computerdatenbank oder über das Internet

oder Extranets; Durchführung von Kursen, Seminaren und Workshops; Verwaltung von Qualifikations- und Zertifizierungsprogrammen; Entwurf, Vorbereitung, Verwaltung und Benotung von Prüfungen; Prüfen von Personen; Stellen- und Karriereberatung; Schulung im Bereich Unterhaltungselektronik, im Bereich Multimedia, im Bereich Telekommunikation, im Bereich Computer und Software; Multimediadienstleistungen, nämlich Produktion von Multimediapräsentationen; Information und Beratung in Bezug auf alle vorstehend genannten Dienste einschließlich jene Dienste, die online oder über das Internet oder Extranets bereitgestellt werden;

Klasse 42: Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen; Bereitstellung von Suchmaschinen für Datenbanken im Internet; Konvertieren von Daten, ausgenommen physische Veränderung; Zurverfügungstellung von elektronischen Speicherplätzen [Web-space] im Internet; Softwaredesign; Softwareerstellung und -entwicklung; Beratung bei der Gestaltung von Homepage und Internetseiten; Design von Homepages und Webseiten; Dienstleistungen eines Grafikdesigners; digitale Bildbearbeitung; digitale Datenverarbeitung; Durchführungen wissenschaftlicher Untersuchungen; Entwicklungsdienst und Rechedienst bezüglich neuer Produkte [für Dritte]; Erstellen von Webseiten; Erstellen von Computeranimationen; Gestaltung und Unterhalt von Webseiten für Dritte; Installieren von Computerprogrammen; Konzeptionierung von Webseiten; redaktionelle Betreuung von Internetauftritten; Styling [industrielles Design]; technische Beratung; Computerberatung und -unterstützung; Kundensupport in Verbindung mit Computerhardware, Computersoftware, Computernetzausrüstungen und -dienste, Telekommunikationseinrichtungen, IP-Telefonie, Senden über Breitbandnetze; Telekommunikationssysteme; Entwurf von Computernetzen, Entwurf von Speichern, Sicherheitsnetzen, Sprach- und drahtlose Kommunikation; Leasing und Vermietung von Computerhardware und/oder -software; Computer-Dienstleistungen; Beratung, Design, Prüfung, Ingenieurtechnik, Forschung und Beratung, alles in Bezug auf Computer, Computernetze, Computersoftware und die Erstellung von Programmen für die Datenverarbeitung; Design von Websites; Dienstleistungen eines Programmierers; Analyse von Computersystemen; Computer-Timesharing; Forschung und Entwicklung auf dem Gebiet von Computerhardware und -software; technologische Dienstleistungen in Bezug auf Computer; Vermietung und Leasing von Computern; Pflege und Aktualisierung von Computersoftware; Design von Computer-Software; Vermietung von Computerdatenbanken; Ermöglichung des Zugangs zu elektronischen Kommunikationsnetzen und elektronischen Datenbanken; Übertragung und Verbreitung von Informationen und

Daten über Computernetze; Hosting von Websites; Dienstleistungen in Bezug auf Computernetze; Bereitstellung des Zugangs zum Internet; Bereitstellung des Zugangs und Leasing von Zugangszeiten zu Computerdatenbanken und Netzen; Zusammenstellung, Speicherung, Analyse und Abfrage von Daten und Informationen; Online-Computerhilfsdienste; technischer Support in Bezug auf Computerhardware, Computersoftware, Computernetze und das Internet; Durchführung von Tests zur Ermittlung der fachlichen Fähigkeiten im Bereich Vernetzung, Computersysteme, Telekommunikationssysteme, IP-Telefonie; Online-Dienste in Form der Bereitstellung von Informationen über Online-Handel, Computernetze, Breitbandnetze, Tests, Computersysteme, Telekommunikationssysteme, IP-Telefoniesysteme; Lagerung, Sicherheit, Voicemail-Dienste und drahtlose Kommunikation; Online-Dienste für Recherche, Abruf, Indexierung und Organisation von Daten auf elektronischen Kommunikationsnetzen sowie zur Verbesserung der Leistung und Funktion solcher Netze; Information und Beratung in Bezug auf alle vorstehend genannten Dienste, einschließlich jener Dienste, die online oder über das Internet oder Extranets bereitgestellt werden.

Mit Beschluss vom 16. März 2018 hat die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts die unter dem Aktenzeichen 30 2017 015 913.7 geführte Anmeldung durch einen Beamten des gehobenen Dienstes wegen fehlender Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zurückgewiesen. Zur Begründung ist ausgeführt, dass sich das angemeldete Wort-/Bildzeichen in seinem Wortbestandteil aus dem Wort „Team“, der Wort-/Buchstabenkombination „Business IT“ und den Begriffen „Daten – Prozesse – Systeme“ zusammensetze. Das englische Wort „Team“ bezeichne eine Gruppe von Personen, die gemeinsam an einer Aufgabe arbeiteten, wobei das Wort in dieser Bedeutung bereits in den deutschen Sprachgebrauch eingegangen sei. Die gleichfalls aus der englischen Sprache stammende Wort-/Buchstabenkombination „Business IT“ (Abkürzung für: „Business Information Technology“) sei ein Fachbegriff aus dem Bereich der Informationstechnologie. Das Ziel der Business IT sei es, Prozesse innerhalb eines Unternehmens durch die Bereitstellung einer IT-Infrastruktur zu unterstützen. Diese IT-Infrastruktur

müsse an die jeweiligen Besonderheiten, Anforderungen und Ziele des entsprechenden Unternehmens angepasst werden. Der Fachbegriff „Business IT“ werde in diesem Sinne auch im Inland benutzt. Er bezeichne beispielsweise ein eigenes Studienfach, das auch an der Universität Konstanz angeboten werde. Der angesprochene inländische Verkehr werde daher das angemeldete Zeichen im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen in seiner Gesamtheit naheliegend als beschreibenden Hinweis dahingehend verstehen, dass es (irgend)ein Team bezeichne, das Leistungen im Bereich der „Business IT“ anbiete. Da die Einrichtung einer „Business IT“ in einem bestimmten Unternehmen zunächst eine genaue Analyse der Struktur, der Abläufe und der Produkte des betreffenden Unternehmens erfordere, betreffe der Anwendungsbereich der „Business IT“ alle Branchen, einschließlich des Banken-, Immobilien-, Versicherungs- und Steuerwesens, des Handels, der Werbung, der Geschäftsführung und Unternehmensberatung, der Telekommunikation, des Transportwesens, der Logistik, der Reiseveranstaltung, des Verlagswesens, der Aus- und Fortbildung sowie der EDV. Die schlagwortartige Aneinanderreihung der Begriffe „Daten – Prozesse – Systeme“ erläutere nur das Waren- und Dienstleistungsangebot, nämlich die Bereitstellung von Daten, Prozessen und Systemen. Insoweit sei im Zusammenhang mit allen beanspruchten Waren und Dienstleistungen ein enger beschreibender Bezug gegeben. Auch die grafische Ausgestaltung könne die Schutzfähigkeit des angemeldeten Zeichens nicht begründen, da diese lediglich aus einer einfachen, werbeüblichen Gestaltung bestehe, an welche der Verkehr ausreichend gewöhnt sei. Soweit sich die Anmelderin auf eine Vielzahl bereits im Markenregister eingetragener Marken berufe, die den Bestandteil „Business“ enthielten, rechtfertige dies keine andere Beurteilung. Auch Voreintragungen ähnlicher Zeichen entfalteten keine bindende Wirkung.

Hiergegen wendet sich die Anmelderin mit ihrer Beschwerde. Dem angemeldeten Zeichen könne schon wegen seines besonders stimmigen Klangs die Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden. Es beginne nämlich mit dem Laut „TI“ und

ende mit dem Laut „IT“. Zudem werde der angesprochene Verkehr durch die fehlende Verbindung der einzelnen Bestandteile des zusammengesetzten Zeichens verwirrt, so dass er diesem keinen konkreten Sinngehalt entnehmen könne. Da die Buchstabenkombination „it“ in der englischen Sprache auch „es“ bedeuten könne, sei die angemeldete Bezeichnung mehrdeutig und interpretationsbedürftig. Entgegen der Auffassung der Markenstelle seien die beiden Begriffe „Business“ und „IT“ weder komplementär noch stimmig, sondern vielmehr konträr und widersprüchlich. Die Begriffe seien auf jeweils völlig unterschiedliche Geschäftsfelder bezogen, die nicht auf natürliche Weise miteinander kombinierbar seien. Die Verbindung wirtschaftlicher Aspekte mit Aspekten der IT werde daher in der Fachsprache nicht als „Business IT“, sondern als „Business Service Management“ bezeichnet. In dem Online-Lexikon „Wikipedia“ sei nur unter diesem Stichwort ein Fachartikel aufrufbar, nicht aber unter dem Stichwort „Business IT“. Der Begriff „Business IT“ werde in Deutschland nicht verwendet. Dementsprechend weise auch der Internetservice „Twitter“ unter dem Hashtag „#businessit“ keine Beschreibung irgendwelcher Waren und Dienstleistungen auf, obwohl Twitter-Hashtags bekanntermaßen dazu geeignet seien, die Relevanz bestimmter Themen abzubilden. Eine Vorbenutzung der angemeldeten Bezeichnung „Team Business IT“ in ihrer Gesamtheit sei nicht nachzuweisen. Hiervon ausgehend sei zum Verständnis der angemeldeten Bezeichnung ein gewisser Denkprozess erforderlich. Der angesprochene Verkehr könne deren unklaren Sinngehalt nicht ohne weiteres erfassen. Auch die Rechercheunterlagen der Markenstelle könnten nichts Gegenteiliges belegen. Der Studiengang der Universität Konstanz werde korrekt als „Business Information Technology“ bezeichnet und mit „BIT“ abgekürzt. Weiterhin habe die Markenstelle die Wortelemente „Daten – Prozesse – System“ nicht ausreichend berücksichtigt. Da der Begriff „Team“ eine menschliche Komponente enthalte, während die übrigen Begriffe (Business IT, Daten, Prozesse, Systeme) rein technisch zu verstehen seien, handle es sich insoweit um gegensätzliche Begriffe, was vom Verkehr, auch wegen der Länge der Wortfolge, einen größeren Interpretationsaufwand erfordere. Unabhängig von der Frage der Bedeutung der einzelnen Bestandteile des beschwerdegegenständlichen Kombinationszeichens komme es für die Beurteilung

der Unterscheidungskraft entscheidend auf den Gesamteindruck an. Ein zusammengesetztes Zeichen könne in seiner Gesamtheit auch dann schutzfähig sein, wenn seine einzelnen Bestandteile beschreibend seien (EuGH GRUR 2001, 1145 – Baby-dry). Zudem sei der Begriff „Team“ ein Substantiv und kein Adjektiv, weshalb er von vorneherein nicht zur Beschreibung geeignet sei. Im Übrigen habe die Markenstelle in der angegriffenen Entscheidung nicht ausreichend zwischen den im Einzelnen beanspruchten Waren und Dienstleistungen differenziert. Der Umstand, dass das Anbieten bestimmter Dienstleistungen wie „Begleitung von Reisenden und/oder deren Gepäck“ oder „Ausgabe von Telefonkarten“ ein gewisses Maß an Organisation und damit auch den Aufbau einer entsprechenden IT-Struktur erfordere, begründe keinen engen beschreibenden Bezug zwischen diesen Dienstleistungen und der angemeldeten Bezeichnung. Pauschale Feststellungen seien insoweit unzureichend, zumal im Zeitalter der Digitalisierung und der „Teamarbeit“ jede Dienstleistung mit den Bereichen „Team“ und „IT“ in Verbindung gebracht werden könne. Um das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft zu bejahren sei es erforderlich, für jede einzelne beanspruchte Ware oder Dienstleistung einen engen beschreibenden Bezug nachzuweisen. Entgegen der Auffassung der Markenstelle begründe schon die grafische Ausgestaltung des Zeichens dessen Schutzfähigkeit als Marke. Auch insoweit sei zu berücksichtigen, dass nach ständiger Rechtsprechung bereits das kleinste Maß an Unterscheidungskraft für die Überwindung des Schutzhindernisses der fehlenden Unterscheidungskraft ausreiche (vgl. BPatG 27 W (pat) 168/05 – smarT.NC). Im Übrigen seien im Bereich der Grafik minimalistische Gestaltungen wieder modern, weswegen der angesprochene Verkehr an entsprechend reduziert gestaltete Zeichen als Herkunftshinweis gewöhnt sei. Weiterhin sei vorliegend zu Gunsten der Anmelderin zu berücksichtigen, dass bereits zahlreiche Marken im Markenregister eingetragen worden seien, die mit dem hier angemeldeten Zeichen vergleichbar seien und insbesondere die Begriffe „Team“ und/oder „Business“ enthielten. Dies begründe zugunsten der Anmelderin einen Anspruch auf Gleichbehandlung.

Die Anmelderin ist weiterhin der Auffassung, dass es angezeigt sei, das Verfahren bis zur rechtskräftigen Entscheidung des EUIPO über die dort anhängige Marken Anmeldung eines identischen Wort-/Bildzeichens „Team Business IT“ (Az. 017660655) auszusetzen. Das EUIPO habe über den Eintragungsantrag noch nicht abschließend entschieden. Nachdem sich auf Antrag der Anmelderin gegebenenfalls auch das EuG und der EuGH mit der europäischen Anmeldung befassen müssten, die zur Auslegung von Gemeinschaftsrecht berufen seien, sei eine Aussetzung des hiesigen Verfahrens erforderlich. Die bereits mit Schriftsatz vom 31. Januar 2020 angeregte Aussetzung des Verfahrens werde nunmehr ausdrücklich beantragt, nachdem der Senat auf die Anregung „keine Rückmeldung“ gegeben habe.

Die Anmelderin und Beschwerdeführerin beantragt sinngemäß,

1. Das Verfahren bis zur rechtskräftigen Entscheidung im EUIPO-Verfahren über die Marken Anmeldung 017660655 auszusetzen und über den Aussetzungsantrag gesondert zu entscheiden.
2. Den Beschluss der Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 16. März 2018 aufzuheben.

Der Senat hat der Anmelderin mit schriftlichem Hinweis vom 2. Juli 2019 (einschließlich 53 Seiten Rechercheunterlagen) mitgeteilt, dass die Beschwerde nach seiner vorläufigen Auffassung keine Aussicht auf Erfolg habe. Die Anmelderin hat auf den schriftlichen Hinweis des Senats mit Schriftsatz vom 16. August 2019 erstmals die Durchführung der mündlichen Verhandlung beantragt. Auf die Terminladungen hat die Anmelderin jeweils mit Schriftsätzen vom 28. August 2019 und vom 6. November 2019 beantragt, den Termin zur mündlichen Verhandlung zu verlegen. Nachdem der Anmelderin auf den schriftlichen Hinweis des Senats vom

2. Juli 2019 die Gelegenheit eingeräumt worden war, weiter schriftlich vorzutragen (wobei die Schriftsatzfrist auf die Fristverlängerungsanträge vom 14. November 2019, 27. Dezember 2019 und 17. Januar 2020 jeweils antragsgemäß verlängert wurde), hat die Anmelderin mit Schriftsatz vom 21. Februar 2020 erneut beantragt, den Termin zur mündlichen Verhandlung zu verlegen. Aufgrund der Corona-Pandemie erfolgten weitere Verlegungen, zuletzt auf den 9. Juli 2020. Nachdem die Anmelderin auf die Terminladung zum 9. Juli 2020 kein Empfangsbekenntnis übersandt hatte, wurde die Anmelderin mit Postzustellungsurkunde zum Termin geladen, zugestellt am 25. Mai 2020. Mit Telefax vom 7. Juli 2020, eingegangen bei Gericht um 18.15 Uhr, hat die Anmelderin beantragt, den Termin zur mündlichen Verhandlung aufzuheben und das Verfahren bis zur rechtskräftigen Entscheidung im Anmeldeverfahren vor dem EUIPO, Az. 017660655, auszusetzen und über den Aussetzungsantrag gesondert zu entscheiden. Die Anmelderin ist zu der von ihr beantragten mündlichen Verhandlung nicht erschienen.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den angefochtenen Beschluss der Markenstelle, die Schriftsätze der Anmelderin und auf den übrigen Akteninhalt verwiesen.

II.

Die gemäß § 64 Abs. 6 Satz 1 i.V.m. § 66 Abs. 1 Satz 1 MarkenG statthafte und auch im Übrigen zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Der Eintragung des angemeldeten Wort-/Bildzeichens



als Marke steht in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 35, 36, 38, 39, 41 und 42 das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen. Die Markenstelle hat der angemeldeten Marke die Eintragung zu Recht versagt (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

1. Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einem Zeichen innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als betrieblicher Herkunftshinweis aufgefasst zu werden. Denn die Hauptfunktion einer Marke liegt darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen zu gewährleisten (vgl. BGH, GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat; GRUR 2012, 270 Rn. 8 – Link economy; GRUR 2010, 1100 Rn. 10 – TOOOR!; GRUR 2010, 825 Rn. 13 – Marlene-Dietrich-Bildnis II; GRUR 2006, 850, 854 Rn. 18 – FUSSBALL WM 2006; GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi Langstrumpf). Auch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft ist im Lichte des zugrundeliegenden Allgemeininteresses auszulegen, wobei dieses darin besteht, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren (vgl. EuGH, GRUR 2003, 604 Rn. 60 – Libertel; BGH, GRUR 2014, 565 Rn. 17 – Smartbook). Bei der Beurteilung von Schutzhindernissen ist maßgeblich auf die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise abzustellen, wobei dies alle Kreise sind, in denen die fragliche Marke Verwendung finden oder Auswirkungen haben kann. Dabei kommt es auf die Sicht des normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers im Bereich der einschlägigen Waren und Dienstleistungen (vgl. EuGH, GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 2004, 943, 944 Rn. 24 – SAT 2; GRUR 2004, 428 Rn. 30 f. – Henkel; BGH, GRUR 2006, 850 – FUSSBALL WM 2006) zum Zeitpunkt der Anmeldung des Zeichens an (vgl. BGH, GRUR 2013, 1143, 1144 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten; GRUR 2014, 872 Rn. 10 – Gute Laune Drops; GRUR 2014, 482 Rn. 22 – test; EuGH, MarkenR 2010, 439 Rn. 41 - 57 – Flugbörse). Hiervon ausgehend besitzen Bezeichnungen keine Unterscheidungskraft, denen die maßgeblichen Verkehrskreise im Zusammenhang

mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen (vgl. BGH GRUR 2006, 850 Rn. 19 – FUSSBALL WM 2006; EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Postkantoor). Von mangelnder Unterscheidungskraft ist ferner dann auszugehen, wenn die Wortfolge für sich genommen oder im Zusammenhang mit produktbeschreibenden Angaben lediglich Anpreisungen und Werbeaussagen allgemeiner Art enthält (BGH GRUR 2013, 522 Rn. 9 – Deutschlands schönste Seiten). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft u. a. aber auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Produkte zwar nicht unmittelbar betreffen, durch die aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH a. a. O. – FUSSBALL WM 2006; GRUR 2010, 1100 Rn. 23 – TOOOR!).

Zumindest unter dem letztgenannten Gesichtspunkt fehlt dem angemeldeten Wort-/Bildzeichen im Zusammenhang mit allen beanspruchten Waren und Dienstleistungen die erforderliche Unterscheidungskraft.

1.1 Das angemeldete Wort-/Bildzeichen ist aus den aus der englischen Sprache stammenden Wörtern „Team“ und „Business“, der Buchstabenkombination „IT“ und den Wörtern der deutschen Sprache „Daten – Prozesse – Systeme“ zusammengesetzt. Der Bildbestandteil des Zeichens besteht im Wesentlichen in einer dreizeiligen Anordnung der Wortbestandteile, wobei die ersten beiden Zeilen mit den Wortbestandteilen „Team“ und „Business IT“ eine deutlich größere Schriftgröße aufweisen als die dritte Zeile mit den Wörtern „Daten – Prozesse – Systeme“. Weiterhin sind die ersten beiden Zeilen von der dritten Zeile durch einen Querstrich abgegrenzt, der auch als Unterstreichung der Wort-/Buchstabenkombination „Business IT“ gelesen werden kann. Die Wörter „Team“ und „Daten – Prozesse – Systeme“ sind in grauer Farbe gehalten, die Wort-/Buchstabenkombination „Business IT“ in Dunkelblau. Die Typographie der vollständig in Majuskeln wiedergegebenen Wortbestandteile ist einheitlich und leicht lesbar.

Das englische Wort „Team“ bedeutet in der deutschen Sprache „Gruppe“ oder „Mannschaft“ und ist in diesem Sinne seit langem in die deutsche Sprache eingegangen. Beispielsweise wurde Franz Beckenbauer seit 1984 allgemein als „Teamchef“ und nicht als „Trainer“ der deutschen Fußballnationalmannschaft bezeichnet. Weiterhin werden organisatorische Einheiten in Unternehmen und Behörden (die früher als Abteilungen bezeichnet worden wären) häufig als „Teams“ bezeichnet. In diesem Zusammenhang ist insbesondere die Bezeichnung „IT-Team“ (statt „IT-Abteilung“) gebräuchlich (auf das Anlagenkonvolut 1, das der Anmelderin mit dem schriftlichen Hinweis vom 2. Juli 2019 übersandt worden ist, wird insoweit Bezug genommen). Darüber hinaus wird der Begriff „Team“ auch als Synonym für den Begriff „Unternehmen“ benutzt und verstanden. So bezeichnen sich Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen nicht mehr als „Bau-Unternehmen“, sondern als „Bau-Team“ bzw. nicht mehr als „Friseursalon“, sondern als „Friseur-Team“ (auf das Anlagenkonvolut 2, das der Anmelderin mit dem schriftlichen Hinweis vom 2. Juli 2019 übersandt worden ist, wird insoweit Bezug genommen). Die Benennung eines Unternehmens als „Team“ findet sich besonders häufig in der IT-Branche (auf das Anlagenkonvolut 3, das zahlreiche entsprechende Firmierungen nachweist und das der Anmelderin mit dem schriftlichen Hinweis vom 2. Juli 2019 übersandt worden ist, wird insoweit Bezug genommen). Entsprechende Markenmeldungen, die den Begriff „Team“ im Sinne von „Unternehmen“ enthielten, sind vom Bundespatentgericht bereits rechtskräftig als nicht unterscheidungskräftig zurückgewiesen worden (BPatG PAVIS ROMA 29 W (pat) 439/98 – HELITEAM; 27 W (pat) 119/08 – TEAMALPIN; 30 W (pat) 90/10 – Das Datenschutz Team; 26 W (pat) 88/12 – Rollicar-Team; 25 W (pat) 553/12 – DREAM TEAM; 27 W (pat) 525/18 – Wedding Team; 29 W (pat) 562/19 – Team der Lösungsfinder; die sieben letztgenannten Entscheidungen sind über die Homepage des Bundespatentgerichts öffentlich zugänglich). Das englische Wort „Business“ bedeutet in der deutschen Sprache „Geschäft“ oder „Unternehmen“ und wird als Anglizismus im inländischen Sprachgebrauch häufig benutzt und allgemein verstanden. Die Buchstabenkombination „IT“ ist eine in der deutschen und in der englischen Sprache gängige Abkürzung für den Begriff „Informationstechnologie“. Die Benutzung und die Verständlichkeit des Begriffs

„Business“ und des Akronyms „IT“ im inländischen Sprachgebrauch sind offenkundige Tatsachen, die keines Beweises bzw. Nachweises bedürfen, § 82 Abs. 1 Satz 1 MarkenG i.V.m. § 291 ZPO.

Darüber hinaus hat die Markenstelle zutreffend darauf hingewiesen, dass die in der angemeldeten Bezeichnung enthaltene Wort-/Buchstabenkombination „Business IT“ für sich genommen ein eigenständiger Fachbegriff ist. Die Wort-/Buchstabenkombination beschreibt die für Unternehmen bestimmte bzw. notwendige Informationstechnologie. Dabei ist nach Auffassung des Senats davon auszugehen, dass der inländische Fachverkehr mit dem Begriff „Business IT“ ausreichend vertraut ist. Ergänzend zu den Recherchen der Markenstelle wird insoweit auf das Anlagenkonvolut 4 Bezug genommen, das der Anmelderin mit dem schriftlichen Hinweis vom 2. Juli 2019 übersandt worden ist. Soweit die Anmelderin auf die Rechercheunterlagen der Markenstelle eingewandt hat, dass der Studiengang an der Universität Konstanz korrekt als „Business Information Technology“ bezeichnet und mit „BIT“ abgekürzt werde, gibt auch dies zu keiner anderen Entscheidung Anlass. Der Umstand, dass der so bezeichnete Studiengang angeboten wird, ist vielmehr ein deutlicher Beleg dafür, dass die Wortkombination „Business Information Technology“ dem inländischen Fachverkehr keine Verständnisschwierigkeit bereitet. Die Abkürzung der Wortkombination „Information Technology“ mit dem Akronym „IT“ gehört zum allgemeinen Sprachgebrauch, was in gleicher Weise für die Wort-/Buchstabenkombination „Business IT“ gilt. Der Umstand, dass sich in dem Internet-Lexikon „Wikipedia“ unter dem Stichwort „Business IT“ kein Artikel auffinden lässt, kann vor dem Hintergrund der vielfältigen Benutzung dieses Fachbegriffs im Inland nicht den Schluss rechtfertigen, dass dieser nicht gebräuchlich oder unverständlich sei. Der lexikalische Nachweis einer bestimmten Bezeichnung ist grundsätzlich keine Voraussetzung für die Bejahung eines sachbeschreibenden Verkehrsverständnisses. Dies gilt auch für Hashtags der Internetplattform „Twitter“. Die weiteren Begriffe „Daten – Prozesse – Systeme“ sind unmittelbar verständliche fachbezogene Schlagwörter, die erläutern bzw. illustrieren, was im Wesentlichen der Gegenstand der Business-IT ist.

Im Übrigen weist die angemeldete Bezeichnung in ihrer Gesamtheit weder in semantischer noch in syntaktischer Hinsicht relevante Besonderheiten auf. Auch das Klangbild des Wortbestandteiles des angemeldeten Wort-/Bildzeichens ist nicht weiter auffällig, so dass auch insoweit kein für sich genommen schutzbegründender Umstand festzustellen ist.

Da der Verkehr die ihm gegenüberstehenden Zeichen stets in ihrer Gesamtheit wahrnimmt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen, erscheint es nach Auffassung des Senats ausgeschlossen, dass der angesprochene Verkehr den Zeichenbestandteil „IT“ im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen als Wort der englischen Sprache im Sinne von „es“ verstehen könnte, zumal „Business IT“ ein geläufiger Fachbegriff ist. Auch die Länge des Wortbestandteils des angemeldeten Wort-/Bildzeichens führt nicht zu dessen Schutzfähigkeit. Der Gedanke, dass der Begriff „Team“ gegenüber den weiteren Wortbestandteilen einen gegensätzlichen gedanklichen Inhalt haben könnte (im Sinne von „Mensch“ versus „Technik“), erschließt sich allenfalls bei einer analysierenden Betrachtung des Zeichens.

Hiervon ausgehend bereitet die angemeldete Wort-/Buchstabenfolge dem inländischen Verkehr in ihrer Gesamtheit keine Verständnisschwierigkeiten. Zumindest der auch angesprochene und bereits für sich genommen ausreichend relevante Fachverkehr wird die angemeldete Bezeichnung unmittelbar und ohne Nachdenken sachbeschreibend dahingehend verstehen, dass die Wort-Buchstabenkombination „Team Business IT“ (irgend)ein Unternehmen bezeichnet, das sich in irgendeiner Art und Weise mit unternehmensbezogener Informationstechnologie befasst. Der Senat vermag angesichts der eindeutigen Rechercheergebnisse der dahingehenden Auffassung der Anmelderin nicht zu folgen, dass die angemeldete Wort-/Buchstabenkombination in sich widersprüchlich sei oder zum Nachdenken anrege. Soweit die Anmelderin darauf hinweist, dass die angemeldete Wort-/Buchstabenkombination aktuell nicht zur Produktbeschreibung benutzt werde, führt dies zu keiner anderen Beurteilung, weil ein entsprechender Verwendungsnachweis nach

allgemeiner Auffassung keine Voraussetzung für die Bejahung eines Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist. Vielmehr ist der Verkehr daran gewöhnt, ständig mit neuen Begriffen und Wortkombinationen (auch aus unterschiedlichen Sprachen, insbesondere auch mit Wortkombinationen aus englischen Begriffen) konfrontiert zu werden, durch die ihm lediglich sachbezogene Informationen in einprägsamer Form übermittelt werden sollen (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 8 Rn. 159 m.w.N.).

Soweit die Anmelderin auf die in einem sehr frühen Stadium der markenrechtlichen Rechtsprechung des EuGH getroffene Entscheidung GRUR 2001, 1145 – Babydry, verweist, ist diese Entscheidung nach allgemeiner Auffassung durch die spätere Spruchpraxis des EuGH als überholt anzusehen. Die Entscheidung war von Teilen der Literatur zunächst dahingehend verstanden worden, dass nur sprachübliche Zusammensetzungen beschreibender Angaben schutzunfähig seien. Daran hat der EuGH in der nachfolgenden Rechtsprechung nicht mehr festgehalten. Denn auch sprachunübliche Verbindungen schutzunfähiger Wort- bzw. Buchstabenbestandteile werden in der Regel als nicht schutzfähig angesehen, sofern nicht besondere Voraussetzungen gegeben sind (siehe dazu nur beispielhaft die die Schutzfähigkeit verneinenden EuGH-Entscheidungen GRUR 2004, 146 Rn. 33-35 – DOUBLEMINT; GRUR 2004, 680 Rn. 37-41 – BIOMILD; GRUR 2006, 229 Rn. 70 – BioID; siehe zum Problem der Wortneubildungen bzw. Wortneukombinationen auch Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 8 Rn. 198 f und insbesondere zur EuGH-Rechtsprechung Rn. 203 mit zahlreichen Rechtsprechungsnachweisen). Auch soweit glatt produktbeschreibende Zeichenbestandteile beziehungslos nebeneinanderstehen, kann dies in der Regel die Bejahung der Schutzfähigkeit nicht rechtfertigen. Für Werbeslogans ist darüber hinaus nach ständiger Rechtsprechung anerkannt, dass längere Wortfolgen in der Regel nicht unterscheidungskräftig sind, weil sie von vorneherein nicht den Eindruck eines betrieblichen Herkunftshinweises erwecken (BGH GRUR 2010, 935 Rn. 11 – Die Vision; BPatG 27 W (pat) 48/15 – Kunst ist wenn das Auge das Herz berührt; die Entscheidung ist über die Homepage des Bundespatentgerichts öffentlich zugänglich). Vor diesem Hintergrund gibt

auch die hier zu beurteilende Aneinanderreihung mehrerer sachbeschreibender Begriffe dem Verkehr keinen Anlass, das angemeldete Zeichen als betrieblichen Herkunftshinweis zu verstehen.

Die fehlende Unterscheidungskraft des angemeldeten Wort-/Bildzeichens wird auch nicht durch dessen konkrete grafische Ausgestaltung überwunden. Zwar können schutzunfähige Wortbestandteile durch eine besondere bildliche Ausgestaltung einen schutzbegründenden „Überschuss“ erhalten. Jedoch sind dabei an den bildlichen „Überschuss“ umso höhere Anforderungen zu stellen, je deutlicher der beschreibend-werbliche Charakter der fraglichen Angabe selbst hervortritt. Die grafische Ausgestaltung muss eine den schutzunfähigen Charakter der übrigen Markenteile aufhebende, kennzeichnungskräftige Verfremdung des Gesamteindrucks der Marke bewirken (vgl. BGH GRUR 1998, 394, 396 – Motorrad Active Line; GRUR 1997, 634 – Turbo II; GRUR 2001, 1153 – antiKALK). Dies ist vorliegend offensichtlich nicht der Fall. Die grafische Gestaltung erschöpft sich in der Verwendung einer gängigen Wiedergabe der Wörter in Großbuchstaben sowie einer gebräuchlichen Typographie und Farbgebung. Auch bei der mehrzeiligen Anordnung der Wortbestandteile untereinander handelt es sich keineswegs um eine ungewöhnliche oder besondere Art und Weise der Wiedergabe. Die konkrete Gestaltung – einschließlich der Unterstreichung und der Trennstriche – hält sich insgesamt im Rahmen des Werbeüblichen und eignet sich nicht dazu, die Schutzfähigkeit zu begründen. Dabei kann als zutreffend unterstellt werden, dass in der aktuellen Werbegrafik reduzierte Formgebungen bevorzugt werden. Dies kann für sich genommen aber keine Abschwächung des Beurteilungsmaßstabes rechtfertigen, der an die Prüfung der Unterscheidungskraft anzulegen ist. Es kann insbesondere nicht davon ausgegangen werden, dass der angesprochene Verkehr reduzierte grafische Gestaltungen, die in der Werbung allgemein üblich sind, stets als betrieblichen Herkunftshinweis versteht.

1.2 Nach Auffassung des Senats ist die Markenstelle zutreffend davon ausgegangen, dass die im allgemeinen Sprachgebrauch als „Business IT“ bezeichneten unternehmensbezogenen IT-Lösungen auf alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen bezogen sein können, so dass die angemeldeten Wort-/Buchstabenkombination insoweit einen engen beschreibenden Bezug zu allen diesen Waren und Dienstleistungen herstellt. Soweit die Waren der Klasse 9 betroffen sind, kann die angemeldete Wortfolge als allgemeine Angabe in Bezug auf die Vertriebs- oder Verkaufsstätte bzw. das Verkaufsteam (in Bezug auf diese Waren) verstanden werden, nämlich dahingehend, dass die Waren von einem „Team“ angeboten werden, das sich auf „Business IT“, also auf „Informationstechnik im Geschäftsbereich“ spezialisiert hat. Solche allgemeinen (Betriebs-)Angaben sind regelmäßig nicht geeignet auf die Herkunft der Waren aus einem konkreten bzw. speziellen Betrieb hinzuweisen. Da die Digitalisierung inzwischen praktisch in allen Bereichen des Geschäftslebens eine überragend wichtige Rolle spielt, wird der Hinweis auf ein „Team, das sich auf Business IT“ spezialisiert hat, auch im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen als Sachangabe und nicht als betrieblicher Herkunftshinweis verstanden werden. Dies gilt beispielsweise auch für die von der Anmelderin angeführte Dienstleistung der Ausgabe von Telefonkarten, die nur mit Hilfe einer umfangreichen Softwarearchitektur erbracht werden kann. Die von der Anmelderin angesprochene Dienstleistung „Begleitung von Reisenden und/oder deren Gepäck“ kann nicht nur durch einen persönlichen Service angeboten werden (wie etwa durch einen am Bahngleis wartenden Kofferträger), sondern gleichfalls komplexe elektronische Systeme erfordern, wie beispielsweise die Beförderung von Gepäck an Flughäfen oder die Betreuung von minderjährigen Flugreisenden. Insoweit stimmt der Senat der Auffassung der Anmelderin zu, dass im Zeitalter der Digitalisierung und der „Teamarbeit“ jede Dienstleistung mit den Bereichen „Team“ und „IT“ in Verbindung gebracht werden kann. Dies hat jedoch zur Folge, dass ihrem gedanklichen Inhalt nach weit gefasste und in fast allen Bereichen der IT als Sachhinweis zu verstehende Wortfolgen im Zusammenhang mit einer Vielzahl von Waren und Dienstleistungen von der Eintragung als Marke ausgeschlossen sind.

1.3 Auch der Verweis der Anmelderin auf die Eintragung vermeintlich vergleichbarer Voreintragungen von Marken, insbesondere mit den Wortbestandteilen „Team“ oder „Business“, führt zu keiner anderen Beurteilung. Abgesehen davon, dass die Anmelderin sich insoweit auf zahlreiche Markeneintragungen beruft, die nach Auffassung des Senats mit der vorliegenden Zeichenbildung in keiner Weise vergleichbar sind, ist zu den Voreintragungen auf die dazu ergangene umfangreiche und gefestigte Rechtsprechung des EuGH (vgl. GRUR 2009, 667 – Bild.T-Online u. ZVS unter Hinweis u. a. auf die Entscheidungen EuGH GRUR 2008, 229 Rn. 47-51 – BioID; GRUR 2004, 674 Rn. 42-44 – Postkantoor), des BGH (vgl. GRUR 2008, 1093 Rn. 18 – Marlene-Dietrich-Bildnis I) und des BPatG (vgl. z.B. GRUR 2009, 1175 – Burg Lissingen; MarkenR 2010, 139 – VOLKSFLAT und die Senatsentscheidung MarkenR 2010, 145 – Linuxwerkstatt) zu verweisen, wonach aus solchen Voreintragungen sich weder eine Bindungs- noch eine Indizwirkung ergibt (vgl. auch Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 8 Rn. 72 ff und Rn. 78 ff mit zahlreichen weiteren Rechtsprechungsnachweisen). Die Entscheidung über die Schutzfähigkeit ist keine Ermessensentscheidung, sondern eine (an das Gesetz) gebundene Entscheidung, wobei selbst identische Voreintragungen nach ständiger Rechtsprechung nicht zu einem Anspruch auf Eintragung führen. Insofern gibt es auch im Rahmen von unbestimmten Rechtsbegriffen keine Selbstbindung der Markenstellen des Deutschen Patent- und Markenamts und erst recht keine irgendwie geartete Bindung für das Gericht. Das Gericht und auch das Patentamt haben in jedem Einzelfall eigenständig zu prüfen und danach eine Entscheidung zu treffen. In diesem Zusammenhang wird darauf hingewiesen, dass zahlreiche Anmeldungen von Wort- bzw. Zeichenkombinationen mit den Begriffen „Business“, „IT“ und „Team“ vom Bundespatentgericht zurückgewiesen worden sind (vgl. die unter Ziffer 1.1 genannten Entscheidungen zu dem Begriff „Team“ sowie BPatG 25 W (pat) 253/01 – Media meets IT; 30 W (pat) 205/02 – MAX-IT; 25 W (pat) 4/06 – IT Consult; 24 W (pat) 26/06 – Rent your IT; 26 W (pat) 32/09 – business date; 24 W (pat) 97/10 – businessinfoclip; 26 W (pat) 181/09 – Business Workplace; 26 W (pat) 28/11

– MediaBusinessSuite; die genannten Entscheidungen können über das Aktenzeichen auf der Homepage des Bundespatentgerichts im Volltext aufgerufen werden).

Zur Auffassung der Anmelderin, dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft zur Überwindung des Schutzhindernisses ausreiche, ist ergänzend unter Bezugnahme auf die insoweit maßgebliche Rechtsprechung des europäischen Gerichtshofs anzumerken, dass auch das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft im Lichte des zugrundeliegenden Allgemeininteresses auszulegen ist, wobei dieses darin besteht, die Allgemeinheit vor ungerechtfertigten Rechtsmonopolen zu bewahren. Die Prüfung der Markenmeldung muss daher streng und vollständig sein, um ungerechtfertigte Eintragungen zu vermeiden (vgl. EuGH, C-541/18 Rn. 28 – #darferdas; GRUR 2003, 604 Rn. 57, 60 – Libertel; BGH, GRUR 2014, 565 Rn. 17 – smartbook; Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 8 Rn. 178, 179).

2. Der Antrag der Anmelderin auf Aussetzung des Verfahrens im Hinblick auf das Verfahren vor dem EUIPO, Az. 017660655 war zurückzuweisen. Es besteht insbesondere keine Vorgeiflichkeit im Sinne von § 148 ZPO, die nach pflichtgemäßem Ermessen des Gerichts eine Aussetzung des Verfahrens rechtfertigen könnte.

2.1 Im Beschwerdeverfahren vor dem Bundespatentgericht sind nach § 82 Abs. 1 Satz 1 MarkenG die Vorschriften der §§ 140 ff ZPO grundsätzlich anwendbar (vgl. hierzu Ströbele/Hacker/Thiering, MarkenG, 12. Aufl., § 82 Rn. 57 ff). Nach § 148 ZPO kann die Aussetzung des Verfahrens angeordnet werden, wenn die Entscheidung des Rechtsstreits ganz oder zum Teil von dem Bestehen oder Nichtbestehen eines Rechtsverhältnisses abhängt, das den Gegenstand eines anderen anhängigen Rechtsstreits bildet oder von einer Verwaltungsbehörde festzustellen ist. Insofern kann zwar die Entscheidung der Beschwerdekammer des EUIPO über eine

identische Markenmeldung den Gegenstand eines anderen anhängigen Rechtsstreits bilden (bzw. eine zu treffende Feststellung einer Verwaltungsbehörde sein). Eine Aussetzung des Verfahrens nach § 82 Abs. 1 Satz 1 MarkenG i.V.m. § 148 ZPO kann daher veranlasst sein, wenn in einem Kollisionsverfahren der Widerspruch aus einer Unionsmarke eingelegt worden ist und diese Unionswiderspruchsmarke mit einem Lösungsverfahren vor dem EUIPO angegriffen wird (vgl. BPatG 27 W (pat) 98/16 – Schuh mit x-förmiger Gestaltung; die Entscheidung ist über die Homepage des Bundespatentgerichts öffentlich zugänglich). Vorliegend fehlt es jedoch an einer Vorgreiflichkeit der Entscheidung des EUIPO. Die Entscheidung über das europäische Anmeldeverfahren hat keinen Einfluss auf die hier zu treffende Entscheidung über die Zurückweisung der nationalen Markenmeldung durch das Deutsche Patent- und Markenamt. Insbesondere würde auch eine entsprechende Eintragung der Marke durch das EUIPO keine Bindungswirkung entfalten. Das System der nationalen Markenrechte und des europäischen Markenrechts ist von den Grundsätzen der Autonomie und der Koexistenz geprägt (vgl. BT-Drucksache 19/2898 vom 26. Juni 2018, Entwurf eines Gesetzes zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2015/2436 (MaMoG), lit. A). Das Recht der Unionsmarke ist ein autonomes, unionsrechtliches System, das vom jeweiligen nationalen Recht unabhängig ist. Umgekehrt bestehen die nationalen Markenrechtssysteme neben der Unionsmarke weiter. Auch wenn das nationale Markenrecht durch die Markenrechtsrichtlinie weitgehend harmonisiert ist (aktuell: RL EU 2015/2436), folgt aus dem Grundsatz der Autonomie der Unionsmarke und dem Grundsatz der Koexistenz der nationalen und des europäischen Markenrechtssysteme zwingend, dass Parallelanmeldungen, also die Anmeldung desselben Zeichens unter Beanspruchung von Schutz für dieselben Waren und Dienstleistungen, auf nationaler und auf europäischer Ebene, jeweils für sich genommen im Rahmen der jeweils geltenden Rechtsordnung zu prüfen sind. Die voneinander unabhängige Prüfung nationaler und europäische Anmeldungen ist schon wegen des unterschiedlichen Sprachenregimes notwendig. Ausgehend von dem Grundsatz der Einheitlichkeit der Unionsmarke ist das Schutzhindernis der fehlenden Unterscheidungskraft nach Art. 7

Abs. 1 lit. b UMV nämlich schon dann zu bejahen, wenn die angemeldete Bezeichnung in nur einem Mitgliedsstaat der EU als sachbeschreibende Angabe verstanden wird. Dagegen kommt es für die Prüfung der Schutzfähigkeit einer nationalen Marke nur auf das Verständnis der inländischen Verkehrskreise an. Soweit die Entscheidungen der europäischen Behörden und Gerichte von denen der nationalen Behörden und Gerichte im Zusammenhang mit identischen Anmeldungen im Einzelfall abweichen, finden hierin die Grundsätze der Autonomie und der Koexistenz lediglich ihren Niederschlag. Soweit die Anmelderin darauf hingewiesen hat, dass sie beabsichtigt, eine Entscheidung der Beschwerdekammer des EUIPO gegebenenfalls auch von EuG und EuGH überprüfen zu lassen, gilt insoweit dem Grundsatz nach nichts Anderes. Insbesondere wirft das vorliegende Beschwerdeverfahren keine Rechtsfragen auf, die den harmonisierten Teil des Markenrechts betreffen und die höchstrichterlich noch nicht entschieden worden sind. Insofern erscheint weder eine Vorlage des hiesigen Verfahrens an den EuGH noch ein Zuwarten auf eine mögliche Entscheidung des EuG oder des EuGH in einem parallelen europäischen Anmeldeverfahren angezeigt.

Unabhängig von dem Umstand, dass eine Entscheidung des EUIPO im vorliegenden Verfahren nicht vorgreiflich ist, ist im Zusammenhang mit der Frage der Aussetzung des Verfahrens nach § 82 Abs. 1 Satz 1 MarkenG i.V.m. §§ 140 ff ZPO im Anmeldebeschwerdeverfahren stets zu berücksichtigen, dass ein bedeutendes Interesse der Allgemeinheit daran besteht, dass keine schutzunfähigen Zeichen in das Markenregister des Deutschen Patent- und Markenamts eingetragen werden. Gleichwohl gibt es im Anmeldebeschwerdeverfahren keinen Vertreter des öffentlichen Interesses, der durch eigene Recherchen, Anträge und Prozessklärungen dem öffentlichen Anliegen Rechnung tragen könnte, ungerechtfertigte Monopole zu verhindern. Hiervon ausgehend obliegt es dem Bundespatentgericht, bei der Entscheidung über eine Aussetzung des Verfahrens auch den Schutz der Wettbewerbsfreiheit angemessen zu berücksichtigen. Dabei ist davon auszugehen, dass

schon die Anmeldung eines schutzunfähigen Zeichens als Marke eine wettbewerbswidrige, weil zu Unrecht abschreckende Wirkung entfalten kann. Insoweit spricht auch das Erfordernis der Rechtssicherheit für eine zeitnahe Entscheidung.

Soweit die Anmelderin im Schriftsatz vom 7. Juli 2020 vorträgt, dass der Senat ihre Anregung ignoriert habe, das Verfahren auszusetzen, trifft dies nicht zu. Der Senat hat die Anmelderin im Ladungszusatz vom 12. Februar 2020 darauf hingewiesen, dass nach seiner Auffassung eine Aussetzung des Verfahrens nicht veranlasst sei und dies sachlich begründet. Auf den Ladungszusatz vom 12. Februar 2020 wird insoweit Bezug genommen.

2.2 Eine Vorabentscheidung über den Antrag der Anmelderin, das Verfahren im Hinblick auf das Verfahren vor dem EUIPO, Az. 017660655 auszusetzen, war nicht veranlasst. Auch ein gesonderter Beschluss über die Aussetzung des Verfahrens kann nur dann mit der Rechtsbeschwerde angegriffen werden, wenn diese zugelassen wird, § 83 Abs. 1 Satz 1 MarkenG (vgl. hierzu Zöller ZPO 33. Aufl., § 252 Rn. 1c). Vorliegend war die Zulassung der Rechtsbeschwerde im Hinblick auf die Zurückweisung des Aussetzungsantrages jedoch nicht veranlasst, da insoweit keine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung zu entscheiden war, § 83 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, und die Zulassung der Rechtsbeschwerde nicht zur Fortbildung des Rechts oder zur Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung erforderlich ist, § 83 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Hiervon ausgehend hätte ein gesonderter Beschluss über die Nichtaussetzung des Verfahrens, über die Verzögerung des Verfahrens hinausgehend, keine Wirkung haben können.

III.

Rechtsmittelbelehrung:

Gegen diesen Beschluss können die am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde einlegen. 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 einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich oder in elektronischer Form einzulegen.

Kriener

Schödel

Nielsen