



BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 557/20

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2020 002 066.2

hat der 29. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 23. November 2022 durch die Vorsitzende Richterin Dr. Mittenberger-Huber, die Richterin Akintche und den Richter Posselt

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. April 2020 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Das Wortzeichen

Coach Mentoring

ist am 3. Februar 2020 zur Eintragung als Wortmarke in das beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Markenregister für folgende Dienstleistungen angemeldet worden:

Klasse 35: Karriereberatungsdienste einschließlich der Bereitstellung von Informationen in Bezug auf sportliche Karrieren, insbesondere im Fußball, soweit geschäftliche Belange betroffen sind; Dienstleistungen einer Talentagentur [Geschäftsführung oder Anwerbung]; Personalberatung; Beratung im Bereich Personalwesen; **Entwicklung von Werbekonzepten; Entwicklung von Marketingkonzepten;** Werbung und Marketing für Sportler, Trainer und Sportvereine; **Öffentlichkeitsarbeit [public relations];** Sponsoring; **Vermittlung von Werbeverträgen für Dritte; Geschäftsführung für Sportler und Trainer, insbesondere im Bereich des Fußballs; Merchandising;** Datenbankverwaltung; Computergestützte Aktualisierung und Pflege von Daten in Computer-Datenbanken;

Klasse 38: Bereitstellung von Online-Foren und sozialer Netzwerke im Bereich Sport, insbesondere im Fußball; Web- sowie appbasierte Telekommunikationsdienste im Bereich Sport,

insbesondere Fußball; Vermittlung von Informationen und Ausstrahlung von Programmen über das Fernsehen sowie Ausstrahlung von Fernsehsendungen, einschließlich unter Verwendung von Video-on-Demand- und Pay-TV-Diensten; Übertragung von Informationen über das Fernsehen; Bereitstellung von Informationen auf dem Gebiet der Kabelfernsehausstrahlung; Kommunikationsdienste zwischen Datenbanken; Verschaffen des Zugriffs auf Datenbanken;

Klasse 41: Coaching [Ausbildung], einschließlich individuelles Coaching für die Karriereplanung von Sportlern und Trainern, insbesondere im Bereich des Fußballs; Coaching in Bezug auf mentale Fähigkeiten; Coaching in Bezug auf Finanzen; Coaching in Wirtschafts- und Managementfragen; Berufsberatung; Personalentwicklung [Bildung]; Unterhaltung; sportliche Aktivitäten; kulturelle Aktivitäten; Organisation von sportlichen Veranstaltungen; Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, Schulungen und Konferenzen; Fußballunterricht; Herausgabe von Online-Veröffentlichungen; Sportinformationsdienste;

Klasse 42: Aktualisierung von Software; Analyse großer Datenmengen hinsichtlich der Beziehungen der Daten untereinander; Auswertung von Messwerten; Beratung hinsichtlich Design und Entwicklung von Computerprogrammen; Beratung hinsichtlich Entwurf und Entwicklung von Computer-Datenbankprogrammen; Beratungsdienste bezüglich computergestützter Informationssysteme; Bereitstellung der zeitweiligen Nutzung von nicht herunterladbarer Online-Software für Datenbankverwaltung; Bereitstellung der zeitweiligen Nutzung von nicht herunterladbaren Software-Anwendungen, auf die über eine

Website zugegriffen werden kann; Bereitstellung der zeitweiligen Nutzung von nicht herunterladbarer Software für die Analyse von Daten; Entwurf von Informationssystemen; Forschung Im Bereich der künstlichen Intelligenz; Plattformen für künstliche Intelligenz als Software as a Service [SaaS]; Software as a Service [SaaS] mit Software für maschinelles Lernen, Deep Learning und tiefe neuronale Netzwerke; Technologische Analysedienstleistungen.

Mit Beschluss vom 30. April 2020 hat die Markenstelle für Klasse 35 des DPMA die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft gemäß §§ 8 Abs. 2 Nr. 1, 37 Abs. 1, Abs. 5 MarkenG im Wesentlichen zurückgewiesen. Lediglich die oben **fett** gedruckten Dienstleistungen der Klasse 35 „Entwicklung von Werbekonzepten; Entwicklung von Marketingkonzepten; Öffentlichkeitsarbeit [public relations]; Vermittlung von Werbeverträgen für Dritte; Geschäftsführung für Sportler und Trainer, insbesondere im Bereich des Fußballs; Merchandising“ sind von der Zurückweisung nicht umfasst und daher nicht Gegenstand der Beschwerde.

Zur Begründung hat sie ausgeführt, dass die angesprochenen allgemeinen und unternehmerischen Verkehrskreise sowie Fachleute der sprachüblich gebildeten Bezeichnung „Coach Mentoring“ im Hinblick auf die zurückgewiesenen Dienstleistungen keinen Hinweis auf die Herkunft aus einem bestimmten Unternehmen entnehmen könnten. Das Zeichen werde lediglich als schlagwortartiger Sachhinweis auf deren Art, Gegenstand und Bestimmung, nämlich auf ein Beratungs- und Unterstützungsangebot für Trainer und Betreuer, angesehen. Bei den Bestandteilen des Anmeldezeichens „Coach“ und „Mentoring“ handele es sich um Begriffe, die zum englischen Grundwortschatz gehörten, bereits in den deutschen Sprachschatz eingegangen seien und daher von den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres und ohne analysierende Betrachtungsweise verstanden würden. Ein Mentor könne im Rahmen des „Coach Mentoring“ beispielsweise Mentees (also Coaches bzw. Trainer/Betreuer)

anwerben, über Karriere- und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten beraten und informieren oder Wissen in Form von Ausbildungsdiensten vermitteln. Das „Coach Mentoring“ als Beratungs- und Unterstützungsangebot für Trainer/Betreuer könne auch dazu dienen, den Coach als Trainer/Betreuer bei den Dienstleistungen der Klasse 41 „Unterhaltung; sportliche Aktivitäten; kulturelle Aktivitäten; Organisation von sportlichen Veranstaltungen; Fußballunterricht; Sportinformationsdienste“ zu begleiten und zu unterstützen. Für die Suche nach geeigneten Mentoren würden regelmäßig Datenbanken eingesetzt. Darüber hinaus könne Mentoring-Software die Verwaltung von Mentoring-Programmen in Unternehmen, einschließlich der Zuordnung von Mentoren zu Mentees, der Durchführung von Umfragen und der Nachverfolgung des Fortschritts der Mentees, optimieren. Damit könnten etliche Dienstleistungen der Klassen 35, 38 und 42 speziell auf das „Coach Mentoring“ als Beratungs- und Unterstützungsangebot für Trainer/Betreuer zugeschnitten sein. Im Rahmen der Dienstleistungen der Klasse 38 könnten Informationen rund um das „Coach Mentoring“ als Beratungs- und Unterstützungsangebot für Trainer/Betreuer bereitgestellt werden. Zu den Telekommunikationsdienstleistungen in Klasse 38 gehöre neben der rein technischen Komponente auch die inhaltliche Bereitstellung und Übermittlung von Informationen. Die (elektronisch) übermittelten oder in Online-Foren bzw. sozialen Netzwerken ausgetauschten Informationen und Nachrichten könnten sich thematisch mit „Coach Mentoring“ befassen. Zwischen der technischen Dienstleistung und der Contentvermittlung bestehe ein so enger Bezug, dass das entsprechende Verkehrsverständnis zwischen Technik und Inhalt insoweit nicht mehr trenne. Schließlich könnten die Dienstleistungen der Klasse 35 ein entsprechendes Mentoring-Programm als Beratungs- und Unterstützungsangebot für Trainer/Betreuer begleiten, wobei einige Unternehmen neben dem klassischen Mentoring auch auf spezielle Sponsoring-Programme als aktive Unterstützung setzten.

Es könne dahinstehen, ob es sich bei „Coach Mentoring“ um eine Wortneuschöpfung handele. Denn aus der bloßen Neuheit einer Bezeichnung könne noch nichts über deren Unterscheidungskraft hergeleitet werden, zumal der Verkehr daran gewöhnt sei, in der Werbung und im Geschäftsleben ständig mit

neuen Begriffen konfrontiert zu werden. Dass die angemeldete Bezeichnung auch andere Bedeutungen aufweisen könne, führe ebenfalls nicht zu einer abweichenden Beurteilung. Denn ein Zeichen könne bereits dann von der Eintragung ausgeschlossen werden, wenn es in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichne.

Der Anmelder könne sich auch nicht auf eine seiner Meinung nach abweichende Eintragungspraxis berufen. Teils seien die Zeichen bereits nicht vergleichbar. Nach höchstrichterlicher Rechtsprechung lasse sich zudem aus Voreintragungen ähnlicher oder sogar identischer Marken kein Eintragungsanspruch für spätere Markenmeldungen herleiten.

Hiergegen wendet sich der Anmelder mit seiner Beschwerde.

Er ist der Auffassung, dass der Bezeichnung „Coach Mentoring“ nicht jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen werden könne. So enthielten die einzelnen Wortbestandteile „Coach“ und „Mentoring“, erst Recht aber deren Kombination, in Bezug auf die beanspruchten Dienstleistungen keinen rein beschreibenden Begriffsinhalt. Schon die einzelnen Wortbestandteile, erst Recht aber die Wortkombination sei unbestimmt. Der Bedeutungsgehalt von „Coach“ sei nicht eindeutig und wecke bei den angesprochenen Verkehrskreisen nur vage Assoziationen. Insbesondere seien die Begriffe „Coach“ und „Trainer“ nicht stets bedeutungsgleich. Ferner sei unklar, wie die Tätigkeit des Coaches konkret ausgestaltet sei. Dasselbe gelte für den Begriff „Mentoring“. Mentoring gebe es inzwischen in jeglichem gesellschaftlichen Bereich. Entsprechend unterschiedlich werde der Begriff aufgefasst, so dass ohne weitere Zwischenschritte nicht ersichtlich sei, welche konkreten Beratungs- oder Unterstützungsleistungen gemeint seien. Teilweise werde „Coach“ und „Mentor“ synonym verwendet, was zusätzlich zur Unklarheit der Begriffe beitrüge. Folglich könnten die angesprochenen Verkehrskreise in der angemeldeten Wortkombination erst Recht nicht ohne Unklarheiten einen beschreibenden Bezug des Begriffs zu den angemeldeten Dienstleistungen erkennen. Dies ergebe sich schon aus der

Argumentation der Markenstelle, dass der Begriff sowohl als „Mentoring für Coaches“, als auch als „Coach, der Mentoring vermittelt“ verstanden werde. Das angemeldete Zeichen sei daher vage, mehrdeutig und rege zum Nachdenken an. Es enthalte keinerlei Hinweis auf die Branche, so dass für ein beschreibendes Verständnis mehrere Schritte und eine analysierende Betrachtung erforderlich seien. Daneben sei der Begriff auch sprachunüblich zusammengesetzt. Der Verkehr sei an vergleichbare Wortbildungen nicht gewöhnt. Die von der Markenstelle genannten Beispiele seien nur Einzelfälle. Der Begriff selbst sei zudem bei Suchanfragen in Google, Bing oder Yahoo nicht nachweisbar. Ferner sei die Argumentation der Markenstelle, dass der Begriff für einige Dienstleistungen der Klasse 35 unterscheidungskräftig sei, hingegen für andere Dienstleistungen dieser Klasse sowie der Klassen 38, 41 und 42 nicht, widersprüchlich und unverständlich. Der Beschwerdeführer geht im Übrigen näher darauf ein, weshalb für einige ausgewählte Dienstleistungen in Klassen 35, 38, 41 und 42 Unterscheidungskraft vorliege. Auch bestehe aus den genannten Gründen kein Freihaltebedürfnis. Hier fehle es bereits an einem Markt für Mentorings durch Coaches oder der Vermittlung von Mentoren für Coaches. Ergänzend weist der Beschwerdeführer noch auf die Indizwirkung vergleichbarer Voreintragungen hin.

Der Senat hat mit Hinweis vom 18. Oktober 2022 weitere Recherchebelege übermittelt und seine Rechtsauffassung dargelegt.

Mit Schriftsatz vom 3. November 2022 hat der Beschwerdeführer das Dienstleistungsverzeichnis eingeschränkt und auf weiteren Hinweis vom 11. November 2022 mit Schreiben vom 16. November 2022 eine Auflistung der mit der Anmeldung noch beanspruchten folgenden Dienstleistungen übermittelt:

Klasse 35: Entwicklung von Werbekonzepten; Entwicklung von Marketingkonzepten; Öffentlichkeitsarbeit [public relations]; Vermittlung von Werbeverträgen für Dritte; Geschäftsführung für

Sportler und Trainer, insbesondere im Bereich des Fußballs;
Merchandising;

Klasse 41: Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; Sportinformationsdienste.

Hiervon sind lediglich die Dienstleistungen der Klasse 41 beschwerdegegenständlich sind.

Der Beschwerdeführer beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 35 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 30. April 2020 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die nach §§ 66 Abs. 1, 64 Abs. 6 MarkenG zulässige Beschwerde ist nach der Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses auch begründet. Der angegriffene Beschluss ist aufzuheben, da der Eintragung des Zeichens im Umfang der zuletzt noch beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen „*Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; Sportinformationsdienste*“ keine Schutzhindernisse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegenstehen.

1. Dem angemeldeten Zeichen fehlt es im verfahrensgegenständlichen Umfang nicht an der erforderlichen Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

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 – Postkantor; 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).

a. Gemessen an den vorgenannten Grundsätzen genügt das angemeldete Wortzeichen **Coach Mentoring** in Bezug auf die Dienstleistungen „*Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; Sportinformationsdienste*“, gegen deren Zurückweisung sich die Beschwerde noch richtet, den Anforderungen an die erforderliche Unterscheidungskraft.

b. Von den eben genannten Dienstleistungen in Klasse 41 werden sowohl Endverbraucher als auch Fachkreise angesprochen.

c. Wie von der Markenstelle zutreffend festgestellt wurde, setzt sich das angemeldete Zeichen aus den Begriffen „Coach“ und „Mentoring“ zusammen.

Bei derartigen, aus mehreren Bestandteilen kombinierten Zeichen ist es zulässig, zunächst die Bestandteile getrennt zu betrachten, sofern die Beurteilung des Schutzhindernisses auf einer sich anschließenden Prüfung der Gesamtheit dieser Bestandteile beruht (vgl. EuGH GRUR 2004, 943, 944 - SAT.2; GRUR 2006, 229, 230 - Biold).

„Coach“ stammt aus dem Englischen und ist mit der Bedeutung „Person, die Sportler, Sportlerinnen oder eine Sportmannschaft, auch Manager, Managerinnen, Künstler, Künstlerinnen u. a. trainiert, betreut“ beziehungsweise „Person, die [anhand von wissenschaftlich begründeten Methoden] einen Klienten, eine Klientin berät und betreut, um dessen, deren berufliches Potenzial zu fördern und weiterzuentwickeln“ (www.duden.de) bereits seit längerem in den deutschen Sprachschatz eingegangen (vgl. u. a. schon BPatG, Beschluss vom 12.03.2013, 27 W (pat) 117/11 – MET-Coach; BPatG, Beschluss vom 28.08.2019, 29 W (pat) 571/17 - ARTHROCOACH). Dass der Begriff ehemals „Kutsche“ bedeutet hat, spielt für das Verkehrsverständnis im Inland ebenso wenig eine Rolle, wie die je nach Bereich (Sport, Kultur, Psychologie und Wirtschaft) teilweise leicht variierenden Rollen und Aufgaben.

Der Begriff „Mentoring“ ist lexikalisch seit 2009 im Rechtschreibduden nachgewiesen und bedeutet „Beratung und Unterstützung durch erfahrene Fach- oder Führungskräfte“ (www.duden.de).

Das Zeichen ist in sprachüblicher Weise gebildet. Dies belegen bereits die im Amtsbescheid vom 03.03.2020 erwähnten Wortbildungen wie „Trainer/-innen-Mentoring“, „Führungskräfte Mentoring“, „Leadership-Mentoring“ oder „Junior-Coach-Mentoring“, in denen der eine Dienstleistung beschreibende Begriff „Mentoring“ sprachlich der Personengruppe nachgestellt ist, für die das Mentoring

angeboten und erbracht wird. Es handelt sich dabei nicht um Einzelfälle, wie die weiteren entsprechend zusammengesetzten Begriffe „Coach Mentoring Programm“, „Spieler Mentoring“ und „Anwaltsmentoring“ zeigen (vgl. das mit dem Hinweis vom 18. Oktober 2022 übermittelte Anlagenkonvolut 1, Bl. 38 ff. d. A.).

Für die sprachübliche Zusammensetzung ist – entgegen des Vortrags des Beschwerdeführers – nicht entscheidend, ob die jeweiligen Begriffe eine oder mehrere Bedeutungen haben können. Von einem beschreibenden Begriff kann vielmehr auch auszugehen sein, wenn das angemeldete Zeichen verschiedene Bedeutungen hat, sein Inhalt vage und nicht klar umrissen ist oder nur eine der möglichen Bedeutungen die Waren beschreibt (BGH GRUR 2014, 872 Rn. 25 - Gute Laune Drops; GRUR 2014, 569 Rn. 18 - HOT). Der allein durch die verschiedenen Deutungsmöglichkeiten hervorgerufene Interpretationsaufwand des Verkehrs reicht für die Bejahung einer Unterscheidungskraft nicht aus (BGH, a. a. O., Rn. 24 - HOT). Entgegen der Ansicht des Beschwerdeführers kommt es auch nicht darauf an, ob eine kombinierte Verwendung der Begriffe lexikalisch oder bei einer Internetrecherche überhaupt nachweisbar ist (vgl. Ströbele in Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 173).

Es ist zudem nicht ungewöhnlich, dass ein Coach einen Mentor zu Hilfe nimmt, wie die in der Anlage übermittelten Beispiele zeigen. Der Begriff Coach sagt nichts über die Berufserfahrung aus und umfasst auch Einsteiger in diesem Bereich. Daher greift die Argumentation des Beschwerdeführers, es sei ungewöhnlich, dass ein Coach, der aufgrund seiner Erfahrung und Position in der Hierarchie zu den betreuten Spielern oder Klienten am höchsten stehe, ein Mentoring in Anspruch nehme, zu kurz (vgl. Anlagenkonvolut 3, Bl. 63 ff. d. A.).

Die Wortkombination **Coach Mentoring** ist dem Verkehr daher unmittelbar im Sinne von „Beratung und Unterstützung durch erfahrene Fach- oder Führungskräfte für (einen) Trainer“ geläufig.

d. Wenngleich somit das Verständnis dem angesprochenen Verkehr keine Schwierigkeiten bereitet, ist gleichwohl die Beurteilung des Anmeldezeichens stets im Zusammenhang mit den Waren und Dienstleistungen vorzunehmen, für die die Eintragung begehrt wird (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 33 – Postkantoor).

Der Beschwerdeführer hat nach dem Hinweis des Senats das Verzeichnis eingeschränkt. Für die noch verfahrensgegenständlichen Dienstleistungen „*Unterhaltung; kulturelle Aktivitäten; Sportinformationsdienste*“ in Klasse 41 ist kein thematischer Zusammenhang oder enger beschreibender Bezug zu **Coach Mentoring** ersichtlich.

Der Argumentation der Markenstelle, der Verkehr werde **Coach Mentoring** lediglich als beschreibenden Hinweis darauf verstehen, dass ein Trainer bzw. Betreuer bei den eben erwähnten Dienstleistungen begleitet und unterstützt werde, vermag sich der Senat nicht anzuschließen. Es bedarf zumindest mehrerer gedanklicher Zwischenschritte, um zu diesem Ergebnis zu gelangen.

aa. Hinsichtlich kultureller Aktivitäten, also Dienstleistungen mit Bezug zu u. a. bildender Kunst, Musik und Literatur, wie Theater- oder Ballettauführungen, Ausstellungen, Filmvorführungen, Lesungen, oder Konzerten, handelt es sich bei „Coach Mentoring“, in der Bedeutung „Beratung und Unterstützung durch erfahrene Fach- oder Führungskräfte für (einen) Trainer“ weder um den gedanklichen Inhalt oder das Thema der kulturellen Aktivitäten, noch beschreibt das angemeldete Zeichen branchentypische Angaben wie Abnehmerkreise, Verwendungszweck oder Vertriebs- bzw. Erbringungsart und auch keine anderen bedeutsamen Umstände der Dienstleistungen. Es besteht auch kein enger beschreibender Bezug zu kulturellen Aktivitäten. Zwar können z. B. Schriftstellerinnen, Maler, Musikerinnen, Tänzer oder Schauspielerinnen durch einen Coach betreut werden, für den wiederum ein Mentoring denkbar ist. Jedoch sind zusätzliche gedankliche Schritte notwendig, um zu dem Schluss zu gelangen, dass bei

den oben dargestellten kulturellen Aktivitäten Künstler und Künstlerinnen beteiligt sind, die von einem Coach betreut werden, der wiederum Beratung und Unterstützung durch erfahrene Fach- oder Führungskräfte in Anspruch nimmt.

bb. Gleiches gilt auch für „Unterhaltung“, die nicht zuletzt kulturelle Aktivitäten umfasst. Ferner gibt es weder Konzerte noch Bälle oder Shows, die sich thematisch mit **Coach Mentoring** beschäftigen, noch finden Partys mit einem entsprechenden Motto statt (vgl. auch BPatG, 29 W (pat) 546/18 - Surface Technology GERMANY). Auch bei Sportveranstaltungen und Wettbewerben, die ebenfalls in den Bereich „Unterhaltung“ fallen können, besteht kein enger beschreibender Bezug zu **Coach Mentoring**. Der Begriff beschreibt diese Veranstaltungen nicht und es ist auch nicht festzustellen, dass damit inhaltlich oder werbend auf die Teilnahme von Trainern hingewiesen würde, die Beratung und Unterstützung durch erfahrene Fach- oder Führungskräfte in Anspruch nehmen. Gleiches gilt für die beteiligten Sportlerinnen und Sportler, die von solchen Trainern betreut werden.

cc. „Sportinformationsdienste“ stellen Daten, Informationen und Hintergründe aus allen möglichen Sportarten zusammen und vermarkten diese, insbesondere an andere Medien wie Sportsender, Zeitungen und Radios. **Coach Mentoring** wird dabei nicht genutzt. Es besteht zu diesem auch kein inhaltlicher Bezug, selbst wenn z. B. in einem Interview oder Hintergrundbericht im Einzelfall die Bedeutung fachlicher Beratung von Trainern diskutiert oder über diese berichtet werden könnte. Zudem ist eine Spezialisierung dieser Dienste auf (Sport)Trainer, die Beratung durch erfahrene Führungskräfte in Anspruch nehmen, nicht zu erkennen. Die Markenstelle hat hierfür in ihrem Beschluss keine Belege angeführt. Auch eine Recherche des Senats hat diesbezüglich nichts ergeben. Die bloße Möglichkeit, dass die von Sportinformationsdiensten bereitgestellten (allgemeinen) Informationen bei der „Beratung und Unterstützung für (einen)

Trainer durch erfahrene Fach- oder Führungskräfte“ genutzt werden können, führt ebenfalls nicht dazu, dass ein enger beschreibender Bezug des angemeldeten Zeichens zu Sportinformationsdiensten besteht.

Dem Anmeldezeichen kann nach alledem die Eignung als betrieblicher Herkunftshinweis für die zuletzt noch beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen nicht abgesprochen werden.

2. Da sich nicht feststellen lässt, dass die angemeldete Bezeichnung **Coach Mentoring** zur Beschreibung der Merkmale der beschwerdegegenständlichen Dienstleistungen geeignet ist, unterliegt sie auch keinem Freihaltebedürfnis im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Ausreichende Anhaltspunkte für eine im Anmeldezeitpunkt vernünftigerweise zu erwartende zukünftige beschreibende Verwendung sind ebenfalls nicht erkennbar.

Dr. Mittenberger-Huber

Akintche

Posselt

we