

# BUNDESPATENTGERICHT

29 W (pat) 345/00

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 398 35 170.8**

hat der 29. Senat des Bundespatentgerichts (Marken-Beschwerdesenat) in der Sitzung vom 4. Dezember 2002 durch die Vorsitzende Richterin Grabrucker, die Richter Baumgärtner und Guth

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. August 2000 wird aufgehoben.

**Gründe:**

**I.**

Die Wortmarke

„CorporateCom“

soll zur Kennzeichnung der Waren und Dienstleistungen

Klasse 9: elektrische, elektronische, optische, Meß-, Signal-, Kontroll- oder Unterrichtsapparate und -instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Apparate zur Aufzeichnung, Übertragung, Verarbeitung und Wiedergabe von Ton, Bild oder Daten; maschinenlesbare Datenaufzeichnungsträger; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Datenverarbeitungsgeräte und Computer;

Klasse 16: Druckereierzeugnisse, insbesondere bedruckte und/oder geprägte Karten aus Karton oder Plastik; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Büroartikel (ausgenommen Möbel);

Klasse 35: Werbung und Geschäftsführung;

Klasse 37: Finanzwesen; Immobilienwesen;

Klasse 38: Telekommunikation; Betrieb und Vermietung von Einrichtungen für die Telekommunikation, insbesondere für Funk und Fernsehen;

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; Organisation von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitschriften und Druckerzeugnissen sowie entsprechenden elektronischen Medien (einschließlich CD-ROM und CD-I);

Klasse 42: Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Vermietung der Zugriffszeiten zu und Betrieb von Datenbanken, sowie Sammeln und Liefern von Daten, Nachrichten und Informationen; Vermietung von Datenverarbeitungseinrichtungen und Computern; Projektierung und Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation

in das Markenregister eingetragen werden.

Die Markenstelle für Klasse 38 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 21. August 2000 die Anmeldung mangels Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Das angemeldete Zeichen sei eine Kombination aus dem englischen Präfix „Corporate“, das in der deutschen Bedeutung von „Firmen-, Unternehmens-, Firma-“ verwendet werde, und der mittlerweile nicht mehr nur auf dem beanspruchten Waren- und Dienstleistungsgebiet einschlägigen Abkürzung „Com“ für „Communication“. „CorporateCom“ lasse damit erkennen, dass es sich um Kommunikationsprodukte oder -dienstleistungen handle, die für Unternehmen oder Firmen bestimmt seien und sei damit als Herkunftshinweis nicht geeignet.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Anmelderin. Sie macht geltend, dass „CorporateCom“ die erforderliche Unterscheidungskraft aufweise. Dem Zeichen in seiner Gesamtheit könne weder ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden – der Begriff „CorporateCom“ vermittle dem

Verbraucher nämlich keine Sachinformation in Bezug auf Telekommunikation – noch handle es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache, das stets nur als solches verstanden werde. Das Zeichen sei vieldeutig, eine mit Blick auf die Waren und Dienstleistungen naheliegende Verständnismöglichkeit bestehe nicht. Auch der mehrdeutige Bestandteil „Com“ könne keine Konkretisierung im Sinne einer beschreibenden Aussage bewirken, da der Verkehr solche Abkürzungen eher nicht als beschreibend einordne. Da „CorporateCom“ für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine Sachangabe enthalte, die auf eine bedeutsame Eigenschaft Bezug nehme, sei auch ein gegenwärtiges oder zukünftiges Freihaltungsbedürfnis nicht ersichtlich.

Die Anmelderin beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Im Beschwerdeverfahren hat sie die Beschwerde zurückgenommen, soweit die Anmeldung für die Waren „Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate)“ und für die Dienstleistungen „Werbung und Geschäftsführung; Telekommunikation; Ausbildung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Dienstleistungen einer Datenbank, nämlich Vermietung der Zugriffszeiten und Betrieb von Datenbanken sowie Sammeln und Liefern von Daten, Nachrichten und Informationen; Vermietung von Datenverarbeitungseinrichtungen und Computern; Projektierung und Planung von Einrichtungen für die Telekommunikation“ zurückgewiesen worden war und das Warenverzeichnis in Klasse 16 eingeschränkt auf „Druckereierzeugnisse, nämlich bedruckte und/oder geprägte Karten aus Karton oder Plastik; Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Büroartikel (ausgenommen Möbel)“.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist nach der Einschränkung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses begründet, da der angemeldeten Marke hinsichtlich der verbleibenden Waren und Dienstleistungen weder das Eintragungshindernis der mangelnden Unterscheidungskraft noch das des Freihaltungsbedürfnisses nach § 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG entgegensteht.

1. Unterscheidungskraft im Sinne von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die konkrete Eignung einer Marke, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Dabei nehmen die angesprochenen Verbraucher ein Zeichen in der Regel so auf, wie es ihnen entgegentritt, ohne es einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen. Bei der Beurteilung ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, d.h. jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden. Diese Unterscheidungskraft fehlt jedoch, wenn dem Zeichen ein für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden kann oder wenn es sich um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer geläufigen Fremdsprache handelt, das vom Publikum – etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung – stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird (BGH MarkenR 2001, 480 f - LOOK m.w.N.). Gemessen an diesen Maßstäben hat das angemeldete Zeichen die erforderliche Unterscheidungskraft.

Der Zeichenbestandteil „Corporate“ ist durch den in die deutsche Sprache integrierten Begriff „Corporate Identity“ für „Selbstdarstellung eines Unternehmens“ (Wahrig, Deutsches Wörterbuch 7. Auflage 2000) den betroffenen inländischen Verkehrskreisen bekannt, zumal auf den von der Anmeldung betroffenen Gebieten Englisch Fachsprache ist. Bei „Com“ handelt es

sich um die gebräuchliche Abkürzung für „Kommunikation“, die auch in Deutschland verwendet wird (Duden, Wörterbuch der Abkürzungen, 4. Aufl.; Winkler, M + T Computerlexikon, Heyne Verlag 2000; Rosenbaum, Abkürzungslexikon ET/EDV/IT, Verlag Technik Berlin). Die Bedeutung „Kommunikation“ entspricht dem spontanen Verständnis des Kürzels „Com“ innerhalb des Gesamtzeichens „CorporateCom“. Dies folgt neben dem lexikalischen Beleg und der überragend bekannten Verwendung durch diverse Telekommunikationsunternehmen wie z.B. die Anmelderin, wobei in der Telekommunikation die Schreibweisen mit „c“ oder „k“ gleichberechtigt nebeneinander stehen. Damit bedeutet das Zeichen „Unternehmenskommunikation“ und stellt insoweit eine ohne weiteres verständliche Abkürzung des im Marketingbereich existierenden Fachbegriffs „Corporate Communication“ dar, der die Innen- und Außenkommunikation eines Unternehmens in allen denkbaren Formen, also auch über digitale Medien zum Gegenstand hat, wie die Internet-Recherche des Senats ergeben hat. Insoweit hat „CorporateCom“ aber für die nach der Beschränkung noch verfahrensgegenständlichen Waren und Dienstleistungen keinen im Vordergrund stehenden sachlichen Aussagegehalt. Es ist nicht ersichtlich, dass die in Klasse 9 beanspruchten Waren speziell für Unternehmenskommunikation zugeschnitten oder in einem Maße für sie bestimmt sein könnten, dass „CorporateCom“ eine beschreibende Sachangabe wäre. Gleiches gilt hinsichtlich der Karten in Klasse 16. Zwar gibt es Unternehmen, die den Zugang zu ihren Firmennetzen über Zugangskarten den Berechtigten ermöglichen. Auch wenn in diesen Netzen selbstverständlich Kommunikation stattfindet, steht hier nicht die „Corporate Communication“ im oben angesprochenen Sinn im Vordergrund, sondern der Schutz vor unbefugtem Zugriff, weshalb „CorporateCom“ für die Karten selbst keine Sachaussage enthält. Noch weniger kann dem Markenwort bezüglich der Dienstleistungen Finanz- und Immobilienwesen, dem Betrieb und der Vermietung von Telekommunikationseinrichtungen, der Erziehung und der Unterhaltung und den weiteren in Klasse 41 beanspruchten Organisations-, Veröffentlichungs- und Herausgabe-

dienstleistungen ein im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden.

2. Bei dieser Sachlage unterliegt „CorporateCom“ auch keinem Freihaltungsbedürfnis. Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG sind nur solche Zeichen von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Angaben bestehen, die im Verkehr (u.a.) zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen oder dienen können (vgl. BGH GRUR 2002, 64 – INDIVIDUELLE; BGH MarkenR 2000, 420 – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION; BGH GRUR 1999, 988, 989; BGH GRUR 1999, 1093, 1094 - FOR YOU). Wie oben bereits ausgeführt wurde, kann der Marke keine beschreibende Aussage für die beanspruchten Waren und Dienstleistung zugeordnet werden. Anhaltspunkte dafür, daß Dritte insoweit gegenwärtig oder künftig ein legitimes Interesse an der werblichen Verwendung des angemeldeten Begriffs haben könnten, sind somit nicht ersichtlich.

Grabrucker

Baumgärtner

Guth

Cl