

BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 93/00

(Aktenzeichen)

An Verkündungs Statt
zugestellt am

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 397 39 944.8

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 24. Oktober 2000 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler sowie der Richter Dr. Albrecht und v. Zglinitzki

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I

Die Anmelderin hat am 21. August 1997 die Marke

siehe Abb. 1 am Ende

als "Wortmarke - Wiedergabe der Marke s. Anlage" angemeldet. Nach Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses beansprucht sie noch Schutz für die Dienstleistungen "Planen und Veranstaltung von Messen, Ausstellungen, Präsentationen; Planen und Durchführen von Kongressen, Konferenzen und Lehrveranstaltungen".

Mit Beschluss vom 4. Juni 1999 hat die Markenstelle für Klasse 35 des Patentamts die Anmeldung zurückgewiesen, weil der angemeldeten Marke jede Unterscheidungskraft fehle. Beispielsweise sei die Verwendung der englischen Entsprechung "Come!" in einer Stellenausschreibung belegt.

Mit Beschluss vom 24. Februar 2000 hat die Markenstelle für Klasse 35 die dagegen eingelegte Erinnerung der Anmelderin zurückgewiesen. Sie hat dazu ausgeführt, "**komm**" habe im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen den Charakter einer Aufforderung, die entsprechende Veranstaltung zu besuchen. Auch ohne Ausrufzeichen bleibe der Imperativ erkennbar. Für eine Auto-Show sei

zum Beispiel die Verwendung der Wörter "Kommen.Sehen.Staunen" belegt. Im Gegensatz zu "YES" handle es sich bei "**komm**" um ein gebräuchliches Wort. Die Schriftart sei im Übrigen nicht so ungewöhnlich, dass die angemeldete Bezeichnung Unterscheidungskraft aufweise.

Hiergegen hat die Anmelderin am 24. März 2000 Beschwerde eingelegt, und beantragt,

die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben.

Sie hat dazu vorgetragen, ohne Ausrufzeichen handle es sich bei der - als Bildmarke - angemeldeten Bezeichnung "**komm**" um keine erkennbare Imperativform, wie dies bei dem nachgewiesenen "Come!" der Fall sei. "**Komm**" sei für Messen ein sprechendes Zeichen bezüglich Kommunikation, Kommunal, Kommerz - aber keine Aufforderung, zur jeweiligen Messe zu kommen. "Kommen" habe im Deutschen viele Bedeutungen. Unmittelbar beschreibend sei "**komm**" ohnehin nicht. Angesprochen seien Facheinkäufer und Fachbesucher von Messen, die "**komm**" nicht als Imperativ verstünden. Die Schrift sei im Übrigen graphisch eigentümlich, auch durch die Abstände vor und nach dem Vokal.

Die Anmelderin hat hilfsweise angeregt, die Rechtsbeschwerde zuzulassen.

II

Die zulässige Beschwerde der Anmelderin hat in der Sache keinen Erfolg. Der angemeldeten Bezeichnung steht das Schutzhindernis des § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG entgegen, weil ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt.

Dies gilt auch dann, wenn die angemeldete Marke als Bildmarke anzusehen ist. Davon ist in Übereinstimmung mit der von der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung vorgenommenen Klarstellung auszugehen, weil dem Anmeldeformular

mit den widersprüchlichen Angaben "Wortmarke" und "Wiedergabe der Marke s. Anlage" eine Abbildung beigefügt war. Auch die Markenstelle hat die graphische Gestaltung von Anfang an berücksichtigt.

Nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG sind von der Eintragung in das Register Marken ausgeschlossen, denen für die beanspruchten Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Eine Marke besitzt nur dann die erforderliche Unterscheidungskraft, wenn sie geeignet ist, die Dienstleistungen eines bestimmten Unternehmens von denjenigen anderer zu unterscheiden. Für die Feststellung fehlender Unterscheidungskraft ist dabei nicht erforderlich, dass die betreffende Angabe bereits konkret in Gebrauch ist; vielmehr ist unter Berücksichtigung der Werbegepflogenheiten innerhalb der jeweils betroffenen Branche zu untersuchen, wie eine bestimmte Bezeichnung auf den Verkehr wirkt.

Der angemeldeten Bezeichnung "**komm**" fehlt für die beanspruchten Dienstleistungen jede Unterscheidungskraft.

Als Verbraucher kommen jedenfalls hinsichtlich der Dienstleistungen "Veranstaltung von Messen, Ausstellungen, Präsentationen" alle Verkehrskreise in Betracht, da sich solche Veranstaltungen an unterschiedliche Interessenten wenden. Sie werden "**komm**" regelmäßig als plakative Aufforderung verstehen, die Veranstaltung zu besuchen, nicht aber als einen Hinweis auf deren Veranstalter. Dass das Ausrufzeichen fehlt, fällt nicht ins Gewicht, zumal im Deutschen "**komm**" nur eine Imperativform sein kann (vgl auch Beschluss des Senats vom 25. Februar 2000, 33 W (pat) 231/99 - spar direkt; BPatG BIPMZ 1977, 237; BGH BPatGE 20, 301 - SPAR/Star, BPatGE 12, 220 - malmit; BPatG Mitt 1975, 83 - STOP; BPatG, Beschluss vom 25. März 1998, 28 W (pat) 147/97 - nimm & MIX). Selbst einer mehrgliedrigen, aus drei Imperativen zusammengesetzten Wortfolge (TAKE IT - SHAKE IT - USE IT) hat der 26. Senat jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen (BIPMZ 2000, 61).

Soweit im Zusammenhang mit der Planung von Messen etc und mit dem Planen und Durchführen von Kongressen, Konferenzen oder Lehrveranstaltungen in erster Linie Fachpublikum angesprochen wird, versteht auch dieses die werbende Aufforderung, zum Anbieter der Dienstleistung oder den Kongressen etc zu kommen. Davon könnte allenfalls ein Thema der Messe etc wegführen, für das **'komm'** naheliegend als Abkürzung wirkt, wie zB Kommunikation. Auch in diesen Fällen wäre aber keine Unterscheidungskraft gegeben. Wo **"komm"** nicht als solche Abkürzung in Frage kommt, nehmen es die angesprochenen Kreise nicht als phantasievolle Angabe, sondern als die allgemein verständliche Aufforderung.

Nach Ansicht des Senats steht die Aufforderung, zu kommen, schon deshalb im Vordergrund, weil es für den Erfolg von Veranstaltungen solcher Art ausschlaggebend ist, möglichst viele Besucher anzuziehen. Damit betrifft die vorliegende Bezeichnung einen Umstand mit Bezug auf die Dienstleistungen selbst.

Die angemeldete Bezeichnung ist damit lediglich ein Mittel, um die Aufmerksamkeit der Verbraucher in werbeüblicher und schlagwortartiger Form zu erregen. Selbst bei nur geringen Anforderungen an die Unterscheidungskraft ist sie kein individueller betrieblicher Hinweis.

Auch ihre geringfügige graphische Ausgestaltung hält sich im Rahmen üblicher Schriften. Die Abrundung der Enden entspricht in etwa der Form, die sich bei Displays uä ergibt, wenn Buchstaben aus Dreiecken zusammengesetzt werden. Die Abstände vor und nach dem Vokal sind nicht auffällig genug, um dem Zeichen Unterscheidungskraft zu geben.

Damit war die angemeldete Bezeichnung hinsichtlich aller beanspruchten Dienstleistungen von der Eintragung auszuschließen, so dass die Beschwerde der Anmelderin keinen Erfolg hat.

Der Senat sieht keine Veranlassung, die Rechtsbeschwerde gemäß § 83 Abs 2 MarkenG zuzulassen, weil die Beurteilung einer unmittelbaren Aufforderung zum Besuch einer Veranstaltung keine Rechtsfrage von grundsätzlicher Bedeutung ist, deren höchstrichterliche Klärung erforderlich erscheint.

Winkler

v. Zglinitzki

Dr. Albrecht

Ju/Na

Abb. 1

