



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 202/03

---

**(Aktenzeichen)**

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 302 53 560.8**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 16. August 2005 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Winkler, der Richterin Dr. Hock und des Richters Kätker

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist am 5. November 2002 die Wortmarke

**absatzplus.com**

für folgende Waren und Dienstleistungen zur Eintragung in das Register angemeldet worden:

Klasse 6:

transportable Bauten aus Metall, Messestände, Metallrohre.

Klasse 8:

handbetätigte Werkzeuge und Geräte, Werkzeugsets, Werkzeugkoffer, transportable Werkzeugschränke; Messerschmiedewaren, Gabeln und Löffel, Küchenmesser, Tranchiermesser; Hieb und Stichwaffen; Rasierapparate, elektrische Rasierapparate, Reiserasierapparate, Haarschneidemaschinen, Nagelscheidegeräte, Maniküresets; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 9:

Vermessungsinstrumente, Kompass, Ferngläser; Fotografische Instrumente, Fotoapparate; Signalinstrumente, Laserpointer, Taschenlampen; elektrische Adapter; Geräte zur Aufzeichnung und Wiedergabe von Ton und Bild; Diktiergeräte, Rundfunkgeräte, Reiseradios, Weltempfänger, CD-Player, Zubehör für Musik-CDs, Zubehör für CD-ROMs, CD-Aufbewahrungsbehälter, Kassettenrecorder, Rechenmaschinen, Taschenrechner, Datenbanken, Adressdatenbanken; Computerprogramme und Software, Spielsoftware; Bürohardware, Computermäuse, Modemschnüre; Wetterstation, Thermometer; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 11:

Beleuchtungsgeräte, Taschenlampen, Tischlampen, LED-Lampen, Laserpointer; Kochgeräte, Wasserkocher; elektrische und nichtelektrische Kühlgeräte, Kühltaschen; elektrische und nichtelektrische Wärmegeräte, Handwärmer, Taschenwärmer, Haartrockner; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 14:

echte und unechte Schmuckwaren, Edelsteine, Pins, Anstecker, Krawattennadeln, Krawattenklammern, Manschettenknöpfe; Wecker, Uhren und Zeitmessinstrumente, Tischuhren, Armbanduhr, Stoppuhren, Worldtimer, Weltzeituhren; Edelmetallraucherartikel, Edelmetallfeuerzeuge; Schlüsselanhänger; Kerzenhalter; Isolierflaschen; Trinkgefäße aus Edelmetall, Edelmetallflachmann; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 16:

Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien, soweit sie in Klasse 16 enthalten sind, Notizblöcke, Schreibunterlagen, Haftzettel, Zettelklötze; Druckereierzeugnisse, Kalender, Adressbücher; Buchbinderartikel, Chefterminer, gebundene Kalender, Tageskalender, Wochenkalender, Monatskalender, Fotografien, Schreibwaren und Büroartikel, Radiergummi, Textmaker, Kugelschreiber, Holzkugelschreiber, Füller, Rollerball, Bleistifte, Zimmermannsstifte, Lineale, Büroklammer, Büroclips, Büroklemmen, Laserpointer, Verpackungsmaterial aus Kunststoff, Etuis, Hüllen für Karten, Ausweishüllen; Papiermesser, Cuttermesser, Spitzer, Visitenkartenetuis, Notizhalter, Lupen, Zettelbox, Brieföffner, Scheren, Locher, Klammerentferner, mechanischer Tischkalender, Tischhandyhalter, Briefbeschwerer, Computermaus, Mousepads; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 18:

Leder und Lederimitation sowie Waren daraus, Mappen, Taschen, Aktentaschen, Koffer, Lederetuis, Ledereinfassungen insbesondere für Kalender; Reise und Handkoffer, Rucksäcke; Regenschirme, Sonnenschirme mit Schirmzubehör; Reisebedarfsartikel soweit sie in Klasse 18 enthalten sind; Stofftaschen, Baumwolltaschen insbesondere bestickt oder bedruckt, Sporttaschen, Geldbörsen, Brieftaschen, Kleidersäcke, Werkzeugtaschen, Handtaschen, Campingtaschen, Reisenackenstützen; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 20:

Spiegel, Taschenspiegel, Tischspiegel, Toilettenspiegel; Rahmen, Bilderrahmen; Waren aus Holz, Holzgeschirr, Holzkochlöffel; Campingmöbel, Picknickkörbe, Campingstühle, Campingtische, Campingsets, Grillsets, Grillzubehör, Grillanzünder, Picknickdecken, Kühltaschen, Strandmatte, Windschutz, aufblasbare Camping- und Strandutensilien, Luftmatratze; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 21:

Kämme, Dosen, Weissblechdosen soweit in Klasse 21; Putzzeug, Schuhputzzeug, Nähzeug, Reisenähsets; kleine handbetätigte Haus- und Küchengeräte; Glas- und Porzellanwaren, Kaffeegeschirr, Kaffeetassen, Becher, Porzellantassen, Glastrinkgefäße, Kölschstangen, Karaffen, Weingläser; Korkenzieher, Flaschenöffner, Flaschenverschlüsse, Wein- und Schaumweinkühler, Kerzenhalter, Isolierflaschen, Kühltaschen, Zahlenschloss, sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 22:

Planen, LKW-Planen, Bandenwerbeplanen, Fahnen aus natürlichen oder künstlichen Textilfasern oder aus Kunststoff; Seile, Bänder für Schlüsselanhänger aus natürlichen oder künstlichen Textilfasern, aus Papier oder aus Kunststoff, Bänder für Skipass-clips aus natürlichen oder künstlichen Textilfasern, aus Papier oder aus Kunststoff, Bänder zum Markieren oder Kennzeichnen aus natürlichen oder künstlichen Textilfasern, aus Papier oder aus Kunststoff; Zelte, Windschutz; sowie Werbeartikel und Werbemittel

soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 24:

Handtücher und bestickte Handtücher, sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 25:

Bekleidungsstücke insbesondere bestickte, bedruckte oder veredelte, T-Shirts, Sweat-Shirts, Hemden, Polohemden, Polo-Pique, Jacken, Westen, Schals, Krawatten, Halstücher; Kopfbedeckungen insbesondere bestickte, bedruckte oder veredelte, Caps, Hüte, Schirmmützen, Mützen; Stickereien soweit in Klasse 25 enthalten, Hosen, Jogginghosen; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 27:

Teppiche, Fußmatten insbesondere bedruckte, Verkleidungen für bereits fertige Fußböden; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 28:

Spiele, Brettspiele, Kartenspiele, Spielesammlungen, Reisespiele, Computerspiele soweit sie in Klasse 28 enthalten sind; mobile Golfanlage, Golf-Putting-Set, Golfzubehör, Golfbälle, Boule-Set, JoJo's, Sportartikel, Sporttaschen, Fitness-Set, Bälle, Frisbee, Drachen, Boomerang; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit

sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 30:

feine Backwaren und Konditorwaren, Lebkuchen, Schokoladenadventskalender; Süßwaren; Zucker; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 32:

Mineralwässer und kohlenensäurehaltige Wässer und andere alkoholfreie Getränke, Energiedrinks; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 33:

alkoholische Getränke (ausgenommen Biere), Wein, Schaumweine, Spirituosen; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 34:

Raucherartikel, Streichhölzer, Feuerzeuge, Glutpunktfeuerzeuge, Aschenbecher, Zigarrenmesser, Humidor, Zigarrenhüllen; sowie Werbeartikel und Werbemittel soweit sie in dieser Klasse enthalten sind insbesondere bedruckt, bestickt oder veredelt.

Klasse 35:

Werbung, Hilfe bei der Durchführung von Handelsverrichtungen eines Industrie oder Handelsunternehmens, Dienstleistungen von Werbeunternehmen, die sich mit Mitteilungen an die Öffentlichkeit

und mit Erklärungen und Anzeigen durch alle Mittel der Verbreitung befassen; Zusammenstellen verschiedener Waren für Dritte, um den Verbraucher Ansicht und Erwerb dieser Ware zu erleichtern, Promotion, Aktionen, Merchandising; Abfassen und Zusammenstellen von schriftlichen Mitteilungen, Erstellen von Katalogen, Prospekten und Werbeanzeigen; Auswertung oder Zusammenstellung von mathematischen oder statistischen Daten, Absatzanalysen; Verteilung von Prospekten (direkt oder durch Dritte), Verteilen von Warenmustern oder Warenproben.

Klasse 39:

Verpackung, Lagerung und Versandaufgabe von Waren, Einlagerung in einem Lagerhaus oder einem anderen Gebäude im Hinblick auf deren Erhaltung oder Aufbewahrung; Dienstleistungen im Zusammenhang mit dem Verpacken von Waren vor dem Versand.

Klasse 42:

Beratung bei der Gestaltung, Gestalten, Design, Konzeptionierung und Aktualisierung von Internetseiten, Internetauftritten, Internetsystems.

Die Markenstelle für Klasse 35 hat die Anmeldung durch Beschluss vom 1. Juli 2003 gemäß § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG zurückgewiesen. Sie hat ausgeführt, dass die Marke in Form einer Internetadresse gebildet sei. Dabei stelle der Bestandteil „.com“ die verbreitetste Top-Level-Domain für kommerzielle Internetseiten dar. Bei einem „absatzplus“ handele es sich um eine übliche Bezeichnung für die Steigerung des Absatzes eines Unternehmens. Die beanspruchten Waren mit Ausnahme derer der Klasse 6 seien Werbeartikel „Give-away“ oder sog. „Streuarartikel“, die von Unternehmen als Werbemittel und insofern zur Steigerung des Absatzes eingesetzt würden. Die beanspruchten Waren der Klasse 6 nämlich „transportable Bauten aus Metall, Messestände, Metallrohre“ stellten zwar selbst keine

Werbemittel dar, dienten aber offenkundig ebenfalls dazu, den Absatz zu steigern. Dies gelte auch hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen die ebenfalls auf die Erzielung eines Absatzpluses ausgerichtet seien.

Gegen diese Entscheidung des Patentamts hat der Anmelder Beschwerde eingelegt. Er beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Er trägt vor, dass der Endverbraucher zwar erkenne, dass es sich um eine Internetadresse handle. Er könne jedoch dem Zeichen keinen für ihn sinnvoll beschreibenden Gehalt entnehmen. Eine Absatzsteigerung könne der Endverbraucher nicht erzielen. Eine Zuordnung zu dritten Unternehmen scheidet aufgrund des fehlenden Sinnzusammenhangs aus. Wenn man den Fachverkehr als maßgeblichen Verkehrskreis annehme, würde dieser unter dem Bestandteil „absatzplus“ die ihm bekannte Position einer Bilanz verstehen. Diese stünden jedoch in keinem engen Zusammenhang zu den angemeldeten Waren und Dienstleistungen sondern lediglich zu seiner eigenen Geschäftstätigkeit. Der Senat hat den Anmelder auf Bedenken hinsichtlich der Erfolgsaussichten der Beschwerde unter Übersendung von Ermittlungsunterlagen hingewiesen. Im übrigen wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

Die Beschwerde ist nicht begründet. Die angemeldete Marke ist von der Eintragung ausgeschlossen, weil es ihr im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen an der erforderlichen Unterscheidungskraft fehlt (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG). Die Markenstelle des Patentamts hat die Anmeldung daher zu Recht gemäß § 37 Abs 1 MarkenG zurückgewiesen.

Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft als der einer Marke innewohnenden konkreten Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden, ist grundsätzlich ein großzügiger Maßstab anzulegen, dh jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um dieses Schutzhindernis zu überwinden (st.Rspr. vgl. BGH GRUR 2002, 540 - OMEPRAZOK; BGH MarkenR 2005, 145 - BerlinCard). Dies gilt insbesondere deshalb, weil der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt und er es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht. Kann demnach einer Wortmarke kein für die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort, das vom Verkehr - etwa auch wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so gibt es keinen tatsächlichen Anhalt dafür, dass dem Zeichen die Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (BGH GRUR 1999, 1089 - YES).

Das angemeldete Zeichen bildet insgesamt eine beschreibende Aussage, wobei bereits jeder einzelne der beiden verwendeten Begriffe für sich allein beschreibend ist.

Der Markenbestandteil „absatzplus“ ist eine gängige im Deutschen übliche Bezeichnung für die Steigerung des Absatzes. So heißt es beispielsweise unter [www.news-ticker.org](http://www.news-ticker.org): „BMW erwartet Absatzplus in China“; unter [www.channelweb.de](http://www.channelweb.de) findet sich die Aussage: „maxdata: Umsätze fallen - trotz Absatzplus“ und unter [www.tweakersguide.de](http://www.tweakersguide.de): China/PCs und Notebooks mit starkem Absatzplus“.

„.com“ weist auf eine e-Mail-Adresse oder eine für geschäftliche und kommerzielle Einheiten vergebene Internet „Top-Level-Domain“ hin (vgl. insoweit HABM

RO796/02-4 - alpincenter.com; HABM R0638/00-4 - BUY-COM; HABM R0989-  
/00-3 - deal4free.com).

Das Gesamtzeichen hat im vorliegenden Fall bezogen auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen einen beschreibenden Begriffsinhalt. Wie die Markenstelle bereits zutreffend ausgeführt habe, können die verschiedenen Waren der Klassen 8, 9, 11, 14, 16, 18, 20, 21, 22, 24, 25, 27, 28, 30, 32, 33 und 34 typische Werbeartikel bzw. sogenannte „Give-away“ unmittelbar als Werbemaßnahme der Steigerung des Absatzes dienen. Wie sich aus der Internetseite der Anmelderin selbst ergibt, sind die von ihr angebotenen Waren auch genau für den Zweck hergestellt, als Werbeartikel vom Fachverkehr für eigene Zwecke und Werbemaßnahmen verwendet zu werden. Die Waren der Klasse 6 können zur Präsentation dieser Werbeartikel dienen, die Dienstleistungen der Klassen 39 in unmittelbarem Zusammenhang mit deren Versand. Auch die Dienstleistungen der Klasse 35 und 42, hier im wesentlichen Werbe- und entsprechende Beratungsdienstleistungen auch im Internet, stehen im unmittelbaren Zusammenhang mit der Steigerung des Absatzes.

Es bedarf für die hier angesprochenen Verkehrskreise, im wesentlichen Fachkreise, daher keine analysierenden Zwischenschritte um einen unmittelbaren Zusammenhang zwischen den begehrten Waren und Dienstleistungen und der Steigerung der Umsätze herzustellen. Sie werden daher den beschreibenden Charakter des Gesamtzeichens ohne weiteres erkennen und dieses nicht als betriebskennzeichnend auffassen.

Winkler

Kätker

Richterin Dr. Hock ist durch  
Urlaub verhindert zu unterschreiben.

Winkler

CI