



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 140/02

**(AktENZEICHEN)**

## BESCHLUSS

**In der Beschwerdesache**

...

**betreffend die Markenmeldung 399 36 232.0**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 4. Juni 2003 durch die Vorsitzende Richterin Winkler, Richter Viereck und Richter Rauch

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss des Deutschen Patent- und Markenamts – Markenstelle für Klasse 41 – vom 23. November 2001 aufgehoben, soweit durch diesen die Markenmeldung zurückgewiesen worden ist.

## **Gründe**

### **I.**

Die Anmeldung der Marke

Pcland

ist durch zwei Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, teilweise, nämlich für die Waren und Dienstleistungen

Elektrische und elektronische Geräte soweit in Klasse 9 enthalten; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Form von Disketten, CDs, CD-Roms, Audio- und Videokassetten oder anderer Datenträger, Computer-Software, soweit in Klasse 9 enthalten; magnetische und optische Datenträger; Papier, soweit in Klasse 16 enthalten; Lehr-, Unterrichts- und Informationsmaterial in Druckform, soweit in Klasse 16 enthalten; Druckerzeugnisse; gerahmte und ungerahmte Schnitte, Bilder und Drucke; Werbung, Geschäftsführung für Dritte; Unternehmensberatung; Durchführung von Versteigerungen und Auktionen im Internet; Dienstleistungen im Internet, nämlich Veranstaltung von Tauschbörsen,

Vermittlung von Verträgen über den Verkauf von Waren und deren Abrechnung (Online-Shopping) in Computer-Netzwerken und/oder mittels anderer Vertriebskanäle; Betrieb von elektronischen Märkten im Internet durch Online-Vermittlung von Verträgen sowohl über die Anschaffung von Waren als auch über die Erbringung von Dienstleistungen; Vermittlung und Abschluß von Handelsgeschäften im Rahmen eines elektronischen Kaufhauses; Betrieb eines Call-Centers, nämlich Abwicklung von Verträgen über den An- und Verkauf von Waren (Auftrags- und Bestellannahme) sowie Beratung im Hinblick darauf, Marktforschung, Betrieb einer Informations-; Beschwerde- und Notfall-Hotline; vorgenannte Dienstleistungen via Telekommunikation, insbesondere mit dem Ziel der Außendienstunterstützung/optimierung, der Stammkundenpflege und der Neukundengewinnung; Telekommunikation; Anbieten von Dienstleistungen im Internet, nämlich die elektronische Entgegennahme von Warenbestellungen, Sammeln und Liefern von Nachrichten, Übermittlung von Nachrichten; Zugangsvermittlung zu Verzeichnissen der in Daten-Netzwerken, insbesondere im Internet, verfügbaren Informationen; Computer-, Internet- und Informatikkurse; pädagogischer Unterricht aller Art; Erstellung von Konzepten zur Anwendung individuell abgestimmter Lernmethoden, auch für Legastheniker; sämtliche vorgenannten Dienstleistungen der Klasse 41, auch über Internet; Dienstleistungen eines Verlegers, nämlich Herausgabe von Veröffentlichung von Druckereierzeugnissen; Erstellung von Computer-Software; Such- und Vermittlungsdienste, nämlich Suchen und Auffinden von Informationen in einem Daten-Netzwerk, insbesondere dem Internet; Vermittlung von Bekanntschaften, Brief- und Chat-Freundschaften

wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen worden. Zur Begründung wird im Erinnerungsbeschluss ausgeführt, der Markenbestandteil "PC" habe sich

als allgemein verständliche Abkürzung für Personalcomputer etabliert. Der Bestandteil "-land" werde über die ursprüngliche Bedeutung des Wortes hinaus in Wortkombinationen als Ausdruck für eine (auch virtuelle) Verkaufsstätte oder die Abteilung eines Warenhauses gebraucht. Dies werde durch Beispiele wie "Bookland", "Technik-Land", "Biker Land" und nicht zuletzt das dem Markenwort ähnliche "pc-land" belegt. Dementsprechend reihe sich "Pcland" in diese Form der Begriffsbildung ein. Die Bezeichnung werde in ihrer Gesamtheit von den angesprochenen Verkehrskreisen als Hinweis auf eine Verkaufsstätte verstanden, die ein umfassendes Angebot rund um den PC aufweise. Im Hinblick auf die zurückgewiesenen Waren vermittele die Marke lediglich den Hinweis, dass diese im Zusammenhang mit Computern stünden und in irgendeiner auf das Angebot um den PC spezialisierten Verkaufsstätte – sei es Onlineshop, Kaufhaus oder Fachabteilung eines Kaufhauses – angeboten würden. Im Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Dienstleistungen vermittele die Marke den Hinweis, diese seien Bestandteil des Dienstleistungsangebotes einer PC-Verkaufsstätte. Der Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen werde mit diesem Bedeutungsgehalt nicht verbunden.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde des Anmelders. Zur Begründung trägt dieser vor, die Anmeldung laute nicht "PC Land", wovon der Erinnerungsbeschluss fälschlich ausgehe. "Pcland" werde von einem durchschnittlich informierten und aufmerksamen Verbraucher wie "Pekland" ausgesprochen, ähnlich den "Mc-" -Wortkombinationen. Eine Zerlegung der Marke in "Pc" und "land" liege nicht nahe. Die Beurteilung der Markenstelle sei analysierend und werde deshalb dem angemeldeten Markenwort nicht gerecht. Dieses sei ein Kunstwort ohne inhaltliche Bedeutung und ohne jeglichen Bezug zu den angemeldeten Waren oder Dienstleistungen.

Der Anmelder beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 14. Februar 2001 sowie vom 23. November 2001 aufzuheben und die Eintragung der angemeldeten Marke anzuordnen.

## II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet. Der angemeldeten Marke kann die Eintragung in das Markenregister nicht versagt werden. Insbesondere besteht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) noch das einer Angabe gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.

1. Unterscheidungskraft ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Hauptfunktion der Marke ist es, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen. Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden und handelt es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen oder einer bekannten Fremdsprache, 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 ihr jegliche Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (st. Rspr., vgl. BGH, BIPMZ 2002, 85 - Individuelle).

Ob – wie in dem angefochtenen Beschluss ausgeführt ist – ein aus den Bestandteilen "PC" und "Land" zusammengesetztes Zeichen für die beanspruchten Waren

und Dienstleistungen schutzunfähig wäre, bedarf hier keiner Entscheidung. Zwar ist zutreffend, dass "PC" (bzw. "pc" bei Kleinschreibung beider Buchstaben) die geläufige Abkürzung für "Personalcomputer" darstellt und dass Marken mit dem Bestandteil "Land" häufig auf Vertriebsstätten mit besonders breit angelegten Angeboten hinweisen. Im vorliegenden Fall kann aber die Schreibweise der Anfangsbuchstaben "Pc" (d.h. Großschreibung des "P" bei gleichzeitiger Kleinschreibung des "c") nicht vernachlässigt werden. In dieser Schreibweise ist "Pc" als Abkürzung für "Personalcomputer" nicht bekannt. Da der Verkehr ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so aufnimmt, wie es ihm entgegentritt, und es keiner analysierenden Betrachtungsweise unterzieht (vgl. BGH, MarkenR 1999, 349, 351 – YES), kann nicht davon ausgegangen werden, dass das Publikum die abweichende Schreibweise im Verkehr einfach übersehen oder ihr keine Bedeutung beimessen, d.h. die Marke ohne weiteres wie "PCland" bzw. "pceland" lesen wird. Es ist vielmehr anzunehmen, dass - soweit die Anfangsbuchstaben "Pc" der Anmeldemarke überhaupt mit Personalcomputern in Verbindung gebracht werden – die gewählte Schreibweise als äußerst ungewöhnlich registriert und gerade deshalb die Marke nicht als bloß beschreibender Hinweis auf eine PC-Verkaufsstätte empfunden wird. Aus diesem Grund kann dem Zeichen die erforderliche (Mindest-)Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

2. Die angemeldete Marke fällt auch nicht unter § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Danach sind Marken von der Eintragung ausgeschlossen, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen nach Art, Beschaffenheit, Menge, Bestimmung, Wert, geographischer Herkunft, Zeit der Herstellung der Waren bzw. Erbringung der Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale dienen können (vgl. BGH GRUR 2002, 64, 65 - Individuelle). Da die Buchstaben "Pc" in dieser Schreibweise keine übliche Abkürzung für "Personalcomputer" darstellen,

ist das Zeichen "Pcland" nicht zur Bezeichnung von großen PC-Verkaufsstätten dienlich. Hinweise darauf, dass sich daran in der Zukunft etwas ändern könnte, sind nicht ersichtlich.

Winkler

Viereck

Rauch

Hu