



BUNDESPATENTGERICHT

25 W (pat) 290/02

(AktENZEICHEN)

An Verkündungs Statt
zugestellt am
23. April 2004

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 398 21 632

hat der 25. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 26. Februar 2004 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Kliems sowie des Richters Engels und der Richterin Bayer beschlossen:

Auf die Beschwerde der Widersprechenden werden die Beschlüsse des Deutschen Patent- und Markenamts vom 9. November 2000 und vom 25. Juli 2002 aufgehoben.

Die Löschung der Eintragung der angegriffenen Marke aufgrund des Widerspruchs aus der Marke 394 07 783 wird angeordnet.

Gründe

I.

Die Bezeichnung

CCG mbH

ist am 17. April 1998 für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen ua „ Dienstleistungen eines Rationalisierungsverbandes, nämlich Entwicklung gemeinsamer Vorhaben, Normen und Standards zum Thema Rationalisierung, vornehmlich in Ausschüssen und Arbeitskreisen...; Einführung, Pflege, Weiterentwicklung und Durchführung von international abgestimmten Nummerierungs- und Codierungssystemen für die Deutsche Wirtschaft (Multi Industry Standard)...; Betrieb von Datenbanken; Computer-Software; Druckereierzeugnissen“ zur Eintragung in das Markenregister angemeldet worden. Die Veröffentlichung der Eintragung erfolgte am 20. August 1998.

Widerspruch erhoben hat die Inhaberin der älteren, am 5. Dezember 1995 für die Waren "Datenverarbeitungsprogramme auf Datenträgern und Datenspeichern; Erstellen von Datenverarbeitungsprogrammen für Dritte; Datenverarbeitungsgeräte; Lizenznahme und –vergabe, Einsatzberatung und –unterstützung sowie Anwenderschulung bezüglich Datenverarbeitungsprogrammen“ eingetragenen Marke 394 07 783,

CC

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat in zwei Beschlüssen, von denen einer im Erinnerungsverfahren ergangen ist, eine Verwechslungsgefahr verneint und den Widerspruch aus der älteren Marke zurückgewiesen. Ausgehend von der nach der Registerlage möglichen Identität der Waren und Dienstleistungen, einer unter dem Durchschnitt liegenden Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke und einem zu fordernden erheblichen Markenabstand unterschieden sich die Vergleichsmarken in ihrer Gesamtheit in jeder Hinsicht noch ausreichend voneinander. Entgegen der Ansicht der Widersprechenden werde der Gesamteindruck der angegriffenen Marke auch nicht durch die ersten beiden Buchstaben, sondern durch die Buchstabenfolge „CCG“ geprägt. Der beschreibende Bestandteil „mbH“ weise lediglich in absolut üblicher Weise auf die Gesellschaftsform hin, so dass für den Verkehr keine Veranlassung bestehe, entgegen der klaren optischen Trennung den Buchstaben „G“ dem weiteren räumlich getrennten Markenbestandteil „mbH“ zuzuschreiben und die angegriffene Marke auf den Bestandteil „CC“ zu verkürzen. Der durch die Buchstabenfolge „CCG“ geprägte Gesamteindruck der jüngeren Marke weise sowohl in klanglicher wie auch in schriftbildlicher Hinsicht einen ausreichenden Abstand zu der Widerspruchsmarke auf.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde der Widersprechenden mit dem Antrag,

die angefochtenen Beschlüsse der Markenstelle des DPMA aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Die Markenstelle unterstelle zu Unrecht, dass die Widerspruchsmarke nur eine schwache Kennzeichnungskraft aufweise und verkenne, dass die Kennzeichnung der Gesellschaftsform „mbH“ niemals allein verwendet werde, sondern im Regelfall mit vorangestelltem „G“ für „Gesellschaft“ oder mit einem im Firmenschlagwort integrierten „G“ wie zB „GISE mbH“ oder „GDV-Konzepte mbH“. Hieraus folge, dass der Verkehr auch vorliegend das in der angegriffenen Marke vorangestellte „G“ der Gesellschaftsform „mbH“ zuordne und deshalb die angegriffene Marke im Sinne von „... GmbH“ verstehe, zumal die räumliche Trennung des dem Bestandteil „mbH“ vorangestellten „G“ klanglich nicht in Erscheinung trete und die allgemeine Gewohnheit bestehe, die Abkürzung der Gesellschaftsform wegzulassen. Die Marken seien deshalb im Hinblick auf die auch bezüglich der Waren und Dienstleistungen bestehende Identität bzw hochgradige Ähnlichkeit und die insgesamt strengen Anforderungen an den von der angegriffenen Marke einzuhaltenen Markenabstand klanglich in hohem Maße verwechselbar. Dies gelte auch in schriftbildlicher Hinsicht, da die Markenbestandteile „CCG“ und „mbH“ mit verkürztem Abstand wiedergegeben werden könnten und sich aus der Erinnerung heraus die graphische Gestaltung von „CCG mbH“ ggü „... GmbH“ verwische, so dass niemand wisse, zwischen welchen Buchstaben er den Abstand gesehen habe.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Die Argumentation der Widersprechenden, die angesprochenen Verkehrskreise würden den Buchstaben „G“ als Kürzel für „Gesellschaft“ verstehen und der Firmierung zuordnen, könne nicht gefolgt werden. Denn dies setze eine analysierende Betrachtung voraus, die der Verkehr nicht vornehme. Tatsächlich orientiere

sich der Verkehr lediglich an dem unterscheidungskräftigen Bestandteil der Firmenbezeichnung und benenne diese entsprechend. Die Markenstelle habe zutreffend auch auf die optische Gesamtgestaltung abgestellt und betont, dass es sich bei dem Bestandteil „CCG“ um eine geschlossene Buchstabenfolge handele, wobei die Üblichkeit der Abtrennung des weiteren Bestandteils „mbH“ dem Verkehr die konkrete optische Gestaltung noch deutlicher mache. Hinzu komme, dass wegen der Kennzeichnungsschwäche von „CC“ auch kein Hinweis darauf vorliege, dass der Verkehr in „CC“ das eigentlich kennzeichnende Element der angegriffenen Marke sehe.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf die angefochtenen Beschlüsse und Schriftsätze der Beteiligten Bezug genommen.

II.

Die Beschwerde der Widersprechenden ist zulässig, insbesondere statthaft sowie form- und fristgerecht eingelegt, § 66 Abs 1 Satz 1, Abs 2 MarkenG. Sie ist auch in der Sache begründet, da nach Auffassung des Senats Verwechslungsgefahr zwischen den Marken in Bezug auf sämtliche von der angegriffenen Marke beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Sinne von § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG besteht. Die angefochtenen Beschlüsse waren deshalb aufzuheben und die Löschung der Eintragung der angegriffenen Marke anzuordnen, §§ 43 Abs 2 Satz 1, 42 Abs 2 Nr 1, MarkenG.

1) Entgegen der Auffassung der Inhaberin der angegriffenen Marke ist bei der Entscheidung von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke auszugehen, auch wenn diese aus einer kurzen Buchstabenfolge gebildet ist. Denn nach zutreffender Ansicht und ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs kann auch bei einem aus einer Buchstabenfolge gebildeten Zeichen nicht ohne weiteres von einer Kennzeichnungsschwäche ausgegangen werden. Vielmehr ist auch diesen Zeichen eine normale Kennzeichnungskraft zu-

zusprechen (vgl zB BGH MarkenR 2002, 332, 333-334 - DKV/OKV; BGH MarkenR 2002, 256, 259 – IMS), sofern keine Umstände in Bezug auf die geschützten Waren oder Dienstleistungen erkennbar sind, welche zB als Abkürzung beschreibender Angaben oder wegen der häufigen Verwendung eine entgegenstehende Annahme rechtfertigen (vgl zur Verwendung von Buchstaben bei Arzneimittelkennzeichnungen: BPatG MarkenR 2000, 280, 283 – CC 1000/Cec; vgl auch Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn 327). Derartige Umstände sind aber vorliegend im Hinblick auf die Widerspruchsmarke nicht feststellbar, so dass von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft und einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke auszugehen ist.

Nach der vorliegend maßgeblichen Registerlage können sich die Marken auch auf identischen Dienstleistungen oder zumindest in hohem Maß ähnliche Dienstleistungen und Waren begegnen, was zwischen den Beteiligten auch nicht im Streit ist und durch die im Anmeldeverfahren von der Inhaberin der angegriffenen Marke vorgelegten Unterlagen belegt wird. Denn diese bestätigen, dass auch das Tätigkeitsfeld eines Rationalisierungsverbandes oder die Organisation von Veranstaltungen von Seminaren und Fortbildungsmaßnahmen Dienstleistungen umfasst, für welche die Widerspruchsmarke geschützt ist, wie zB das Zurverfügungstellen von Datenverarbeitungsprogrammen und –systemen einschließlich einer Einsatzberatung und Anwenderschulung.

2) Unter Berücksichtigung dieser Umstände sind zur Vermeidung einer Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs 1 Nr 2 MarkenG strenge Anforderungen an den von der angegriffenen Marke einzuhaltenden Markenabstand zu stellen, wobei allgemeine Verkehrskreise uneingeschränkt einzubeziehen und auf einen durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher abzustellen ist, dessen Aufmerksamkeit je nach Art der Ware oder Dienstleistung unterschiedlich hoch sein kann (vgl zum geänderten Verbraucherleitbild BGH MarkenR 2002, 124, 127 – Warsteiner III - mit weiteren Hinweisen; EuGH MarkenR 2002, 231, 236 – Philips/Remington). Nach Auffassung des Senats wird die ange-

griffene Marke diesen Anforderungen jedenfalls in klanglicher Hinsicht nicht gerecht.

a) Eine klangliche Verwechslungsgefahr zwischen den Marken wäre trotz strenger Anforderungen an den Markenabstand noch zu verneinen, wenn sich allein die wie „cecege“ und „cece“ gesprochenen Buchstabenfolgen „ccg“ und „cc“ gegenüberstünden. Dies ist jedoch nicht der Fall.

b) Insoweit geht auch der Senat mit den Beteiligten und im Einklang mit der ständigen Rechtsprechung (vgl zB BGH MarkenR 2001, 307, 310 –CompuNet/ComNet; MarkenR 2002, 256, 259 – IMS) davon aus, dass ein auf die Gesellschaftsform hinweisender Bestandteil einer Kennzeichnung wie zB „GmbH“ oder auch „mbH“ keine eigenständige kennzeichnende Bedeutung aufweist und deshalb der Übereinstimmung der Zeichen in ihren weiteren kennzeichnenden Bestandteilen auch eine allein kollisionsbegründende Bedeutung zukommen kann. Der Grundsatz, dass der Gesamteindruck der Zeichen selbst durch kennzeichnungsschwache oder schutzunfähige Elemente mitbestimmt wird und deshalb unter besonderen Voraussetzungen eine andere Betrachtungsweise geboten sein kann, steht dem folglich nicht entgegen (vgl Ströbele/Hacker, MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn 331; BGH GRUR 1996, 200 - Innovadiclophlont; BGH MarkenR 2000, 20, 21 - RAUSCH / ELFI RAUCH). Die Inhaberin der angegriffenen Marke weist zutreffend darauf hin, dass insoweit aufgrund der allgemeinen Lebenserfahrung maßgeblich ist, wie dem angesprochenen Verkehr das Zeichen in seiner Gesamtheit bei der konkreten Verwendung entgegentritt und wie der Verbraucher es ohne analysierende Betrachtung aufnimmt (st Rspr, vgl BGH MarkenR 2001, 307, 310 – CompuNet/ComNet mwN).

c) Die hieraus von der Inhaberin der angegriffenen Marke abgeleiteten weiteren Folgerungen teilt der Senat jedoch nicht. Fraglich erscheint bereits, ob der Verkehr allein aufgrund der grafischen Gestaltung die jüngere Marke nicht bereits wegen einer vermuteten fehlerhaften Schreibweise als „... GmbH“ auffasst. Na-

heliegend erscheint eine solche Annahme insbesondere auch unter Berücksichtigung der in der Anmeldung vom 17. April 1998 enthaltenen Markenwiedergabe, wo der Abstand zwischen den beiden Bestandteilen kleiner ist als in der Veröffentlichung der Registrierung. Insoweit hat die Widersprechende auch zutreffend darauf hingewiesen, dass zu dieser Annahme wegen der üblichen Voranstellung eines „G“ oder der Bezeichnung „Gesellschaft“ vor „mbH“ hierzu in besonderem Maße Veranlassung besteht.

d) Hierauf kommt es aber nicht entscheidend an, da auch ein Verkehrsverständnis, welches jedenfalls bei schriftbildlicher Aufnahme der angegriffenen Marke allein in „mbH“ den beschreibenden Hinweis auf die Rechtsform sehen könnte, in klanglicher Hinsicht nicht zu einer alleinigen Gegenüberstellung des Bestandteils „CCG“ mit der Widerspruchsmarke führen würde. Es ist vielmehr zu berücksichtigen, dass jedenfalls erhebliche Teile des Verkehrs, auch wenn sie in „CCG“ wegen der Schreibweise den kennzeichnenden Bestandteil der angegriffenen Marke sehen, diese dennoch in ihrer Gesamtheit benennen werden. Aus der Tatsache, dass ein Markenbestandteil allein prägend und kollisionsbegründend sein kann, folgt nämlich weder, dass die weiteren Bestandteile völlig unbeachtlich sind und die Kollisionsgefahr nicht erhöhen oder dieser nicht entgegenwirken können (vgl. Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn 331; BPatG GRUR 1998, 821, 822 – Tumarol/DURADOL Mundipharma), noch kann hieraus gefolgert werden, dass sich die Benennung des Zeichens ausschließlich auf den prägenden Bestandteil reduziert, da sich ein Teil des Verkehrs weiterhin am Gesamtzeichen orientiert (vgl. Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn. 381 mwN) - wie auch umgekehrt eine vollständige Benennung eines Gesamtzeichens nicht ausschließt, dass der Verkehr nur einzelnen Bestandteilen kennzeichnende Wirkung zuordnet (vgl. EuG MarkenR 2002, 417, 419, Tz 34, 35 – Matratzen; Ströbele/Hacker MarkenG, 7. Aufl., § 9 Rdn. 379 mwN). Es muss deshalb ungeachtet der Frage der kollisionsbegründenden Bedeutung einzelner Markenbestandteile auch die klangliche Ähnlichkeit der Marken in ihrer Gesamtheit berücksichtigt werden (vgl. BPatG GRUR 200, 1052, 1056 – Rhoda-Hexan/Sota-Hexal). Ist aber auch vorliegend da-

von auszugehen, dass sich erfahrungsgemäß jedenfalls ein erheblicher Teil des angesprochenen Verkehrs weiterhin am Gesamtzeichen orientiert oder das Zeichen jedenfalls nicht verkürzt mit „CCG“, sondern mit „CCG mbH“ wiedergibt - auch wenn er den Bestandteil „CCG“ als prägend ansehen mag - so führt dies dazu, dass die angegriffene Marke von anderen erheblichen Teilen des Verkehrs im klanglichen Gesamteindruck in entscheidungserheblichen Umfang wie „... GmbH“ verstanden wird und deshalb aus deren Sicht in ihrem kennzeichnenden Gehalt mit der Widerspruchsmarke übereinstimmt. Insoweit ist auch zu berücksichtigen, dass die Firma der Inhaberin der angegriffenen Marke „C... GmbH“ ein derartiges Verständnis im Sinne von „... GmbH“ besonders nahe legt.

Ebenso weisen die Marken im schriftbildlichen Vergleich erhebliche Gemeinsamkeiten auf. Wie die Widersprechende zutreffend ausgeführt hat, ist nämlich maßgeblich, ob die Zeichen sich aus dem eher undeutlichen Erinnerungsbild der Verbraucher heraus als verwechselbar ähnlich erweisen. Insoweit kann nicht unberücksichtigt bleiben, dass die angegriffene Marke insbesondere bei der späteren Wahrnehmung als „... GmbH“ gelesen wird, zumal auch aufgrund der Firma der Inhaberin der angegriffenen Marke ein derartiges Verständnis im Sinne von „... GmbH“ besonders nahegelegt wird. Letztlich bedarf diese Frage jedoch keiner abschließenden Entscheidung, da sich die Marken bereits in klanglicher Hinsicht als verwechselbar erweisen.

Nach alledem waren auf die Beschwerde der Widersprechen die angefochtenen Beschlüsse aufzuheben und die Löschung der angegriffenen Marke anzuordnen.

Zu einer Kostenauflegung aus Billigkeitsgründen bot der Streitfall keinen Anlass,
§ 71 Abs 1 MarkenG.

Kliems

Bayer

Engels
Na