



# BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 223/04

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
27. November 2006

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Marke 399 33 588**

hat der 30. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 27. November 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke wird zurückgewiesen.

**Gründe**

**I.**

Die am 11. Juni 1999 angemeldete Wortmarke

**PCS-Shop!**

wurde am 17. Juli 2000 unter der Nummer 399 33 588 in das Markenregister eingetragen und ist - nach Teillöschung im Widerspruchsverfahren - noch für die Waren

„Hard- und Software, Hard- und Softwareprodukte, soweit in Klasse 9 enthalten“

geschützt.

Die Inhaberin der prioritätsälteren am 27. März 2000 - u. a. für die Waren

„Elektrische, elektronische Meß-, Signal- und Kontrollapparate und -instrumente für betriebliche und industrielle Datenerfassung, insbesondere Geräte zur Betriebsdaten-, Maschinendaten-, Zutrittskontrolle- und Zeiterfassung, im wesentlichen bestehend aus Terminals, Meßwertaufnehmern, Ein- und Ausgabestationen; Computerhardware sowie Peripheriegeräte dafür; Computer-Software“

international registrierten Marke 628 149

### **PCS**

hat dagegen Widerspruch erhoben.

Die Markenstelle für Klasse 42 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit Beschluss vom 17. Dezember 2002 die jüngere Marke wegen Verwechslungsgefahr gelöscht. Es lägen identische Waren vor, Teile des Verkehrs würden die angegriffene Marke allein mit der Buchstabenfolge „PCS“ benennen, so dass unmittelbare Verwechslungsgefahr bestehe. „PCS“ sei kein kennzeichnungsschwacher Bestandteil, auf dem EDV-Sektor gebe es eine Vielzahl möglicher Bedeutungen hierfür. Demgegenüber sei der Bestandteil „Shop“ lediglich ein Hinweis auf die Verkaufsstätte. Beide Teile bildeten keinen einheitlichen Gesamtbegriff, so dass „PCS“ der die Marke prägende Bestandteil sei. Zudem bestehe mittelbare Verwechslungsgefahr, da „PCS“ als Firmenschlagwort in Frage komme.

Hiergegen hat die Inhaberin der angegriffenen Marke Beschwerde eingelegt und im Wesentlichen ausgeführt, die Widerspruchsmarke verfüge über eine geringe Kennzeichnungskraft. „PCS“ sei wegen der Vielzahl möglicher Bedeutungen auf dem EDV-Sektor für die vorliegenden Waren und Technologien beschreibend,

beispielsweise als Abkürzung für „Performance Control System“. Die Kennzeichnungskraft werde zudem durch weitere Drittmarken mit dem Bestandteil „PCS“ geschwächt, u. a. als Abkürzung für „Projekt-Controlling-System“. Der Bestandteil „PCS“ könne daher die Marke nicht prägen, dem Bestandteil „Shop!“ komme insbesondere wegen des Ausrufezeichens eine (mit)prägende Bedeutung zu. Jedenfalls sei die angegriffene Marke als einheitlicher Gesamtbegriff aus zwei beschreibenden Bestandteilen zu sehen. Wegen seiner Kennzeichnungsschwäche komme „PCS“ daher auch nicht als Stammbestandteil einer Serienmarke in Betracht.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

den Beschluss der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts vom 17. Dezember 2002 aufzuheben.

Die Widersprechende beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Sie hat hierzu im Wesentlichen ausgeführt, die Widerspruchsmarke sei weder von Haus aus noch durch Drittzeichen in ihrer Kennzeichnungskraft geschwächt. Selbst bei geminderter Kennzeichnungskraft der Widerspruchsmarke bestehe klangliche Verwechslungsgefahr. Da der Markenbestandteil „Shop!“ der jüngeren Marke glatt beschreibend sei, werde die jüngere Marke mit der Widerspruchsmarke identisch erinnert und benannt.

Wegen der Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten Bezug genommen.

## II.

Die zulässige Beschwerde der Inhaberin der angegriffenen Marke hat in der Sache keinen Erfolg, da nach Auffassung des Senats die Gefahr von Verwechslungen zwischen den Marken gem. § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG besteht.

1. Die Frage der Verwechslungsgefahr ist unter Berücksichtigung aller Umstände, insbesondere der zueinander in Wechselbeziehung stehenden Faktoren der Ähnlichkeit der Marken, der Ähnlichkeit der damit gekennzeichneten Waren sowie der Kennzeichnungskraft der prioritätsälteren Marke zu beurteilen, wobei insbesondere ein geringerer Grad der Ähnlichkeit der Marken durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Waren ausgeglichen werden kann und umgekehrt (BGH in st. Rspr. vgl. GRUR 2005, 513 - MEY/Ella May; WRP 2004, 1281 – Mustang; WRP 2004, 907 – Kleiner Feigling; WRP 2004, 1043 – NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX).

2. Der Senat geht bei seiner Entscheidung mangels anderweitiger Anhaltspunkte von einer durchschnittlichen Kennzeichnungskraft und damit von einem normalen Schutzzumfang der Widerspruchsmarke „PCS“ aus. Das Markenwort ist eine Abkürzung, der allerdings in Bezug auf die von der Widerspruchsmarke beanspruchten Waren keine eindeutig beschreibende Bedeutung zukommt.

Schutzunfähig sind nur Abkürzungen von Art oder Beschaffenheitsangaben, die im Verkehr als solche gebräuchlich oder aus sich heraus verständlich sind sowie von den beteiligten Verkehrskreisen ohne weiteres der betreffenden Beschaffenheitsangabe gleichgesetzt und insoweit verstanden werden können (vgl. Ströbele/Hacker, MarkenG 8. Aufl. § 8 Rdn. 211).

Wenn auch Abkürzungen als bloßen sprachlichen Hilfsmitteln nicht dieselbe Bedeutung wie der korrekten vollständigen Wiedergabe des Fachausdrucks zukommt, wird doch bei der Typisierung von Waren und Dienstleistungen häufig eine

möglichst knappe und griffige Ausdrucksweise bevorzugt. Hierbei ist dann von einer Eignung zur beschreibenden Verwendung auszugehen, wenn konkrete Anhaltspunkte dafür bestehen, dass die Bezeichnung ganz überwiegend in einem bestimmten Sinne Verwendung findet und gerade in dieser Bedeutung in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Vordergrund steht und insoweit einen warenbeschreibenden Sinngehalt aufweist.

Demgegenüber spricht es für die Schutzfähigkeit einer Abkürzung, wenn der betreffenden Abkürzung mehrere oder gar eine Vielzahl von Bedeutungen zugeordnet sind, so dass sie wegen ihrer begrifflichen Ungenauigkeit nicht mehr zu einer konkret beschreibenden Bezeichnung dienen kann (vgl. Ströbele/Hacker a. a. O. § 8 Rdn.197). Das ist hier der Fall.

So findet sich die Abkürzung „PCS“ in drei großen und gängigen Abkürzungslexika, P. Wennrich, Internationales Verzeichnis der Abkürzungen und Akronyme der Elektronik, Elektrotechnik, Computertechnik und Informationstechnik, S. 182 sowie Amkreutz, Abkürzungen der Informationsverarbeitung, S. 458 sowie Oliver Rosenbaum, Informationstechnologie A-Z, Abkürzungen, S. 688 mit einer Vielzahl von Bedeutungen.

Die dort angegebenen Bedeutungserklärungen haben unterschiedlichen Sinngehalt, wie beispielsweise „Peripheral Computer System, Peripheral Control System, Personal Computing System, Personal Communications Services, Pointing Control System, Position Control System, Process Communication System, Process Computer Systems, Process Control System, Production Control System, Production Control Database, Program Control System, Project Control System“, die alle im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren der Klasse 9 beschreibend genannt werden können.

Es bestehen keine Anhaltspunkte dafür, dass von diesen unterschiedlichen Bedeutungserklärungen die Abkürzung „PCS“ hauptsächlich in einer bestimmten Bedeutung verwendet wird bzw. die von der Inhaberin der angegriffenen Marke

herausgegriffene Bedeutung „Performance Control System“ insoweit im Vordergrund steht, weshalb sich eine eine schwerpunktmäßige oder einheitliche Verwendung nicht erkennen lässt. Daher ist nicht ersichtlich, dass es sich bei „PCS“ um eine Fachabkürzung mit feststehender begrifflicher Bedeutung handelt, so dass mit der Angabe „PCS“ konkrete Eigenschaften der angemeldeten Waren in hinreichend klarer und für den angesprochenen Verkehr nachvollziehbarer Weise nicht beschrieben werden können.

Entgegen der Ansicht der Inhaberin der angegriffenen Marke führt auch die Drittzeichenlage nicht zu einer Kennzeichnungsschwäche der Widerspruchsmarke, da sich auch hier keine schwerpunktmäßige oder einheitliche Verwendung der Abkürzung „PCS“ zweifelsfrei entnehmen lässt.

3. Bei den sich gegenüberstehenden Waren ist hinsichtlich der für die angegriffene Marke allein geschützten Computerhardware und Computersoftware von identischen Waren auszugehen.

4. Unter Berücksichtigung der genannten Umstände hat die angegriffene Marke einen sehr deutlichen Abstand von der Widerspruchsmarke einzuhalten.

Für die Beurteilung der Ähnlichkeit der Marken ist auf den jeweiligen Gesamteindruck der Zeichen abzustellen, der bei mehrgliedrigen Marken auch durch einzelne Bestandteile geprägt werden kann. Dabei nimmt der Verkehr eine Marke so auf, wie sie ihm entgegentritt, ohne sie einer analysierenden Betrachtungsweise zu unterziehen (vgl. BGH GRUR 2004, 779, 782 Zwilling/Zweibrüder; GRUR 2004, 783, 784 NEURO-VIBOLEX/NEURO-FIBRAFLEX).

a. Ausgehend von der registrierten Form der zu vergleichenden Marken unterscheiden diese sich in ihrem durch ihre Gesamtheit vermittelten Gesamteindruck in klanglicher, bildlicher und begrifflicher Hinsicht indessen klar und unverwechselbar. So handelt es sich bei der angegriffenen Marke um eine mehrteilige Marke

aus zwei durch Bindestrich verbundenen Bestandteilen, bei der Widerspruchsmarke dagegen um eine einteilige Marke bestehend aus drei Buchstaben.

b. Somit kommt Verwechslungsgefahr nur dann in Betracht, wenn der in der Widerspruchsmarke sowie in der angegriffenen Marke identische Bestandteil „PCS“ die angegriffene Marke selbständig kollisionsbegründend prägt, indem er eine eigenständige kennzeichnende Funktion aufweist und die übrigen Markenteile für die angesprochenen Verkehrskreise in einer Weise zurücktreten, dass sie für den Gesamteindruck vernachlässigt werden können (vgl. BGH GRUR 2000, 233, 234 RAUSCH/ELFI RAUCH; GRUR 2002, 167, 169 Bit/Bud; GRUR 2003, 880, 881 City Plus; GRUR 2004, 865, 866 Mustang).

Bei Zugrundelegung dieser Grundsätze hat der Bestandteil „PCS“, dem eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft zukommt, für den Gesamteindruck der angegriffenen Marke eine prägende, selbständig kennzeichnende Bedeutung.

Ihr weiterer Bestandteil „Shop!“ ist den angesprochenen Verkehrskreisen als Hinweis für „Laden, Geschäft, Betrieb, Verkaufs/Vertriebsstätte“ bekannt. Der Verkehr sieht darin nur eine Sachangabe dahingehend, dass die angegriffenen Waren - Hard- und Software, Hard- und Softwareprodukte, soweit in Klasse 9 enthalten - hierüber angeboten werden oder hierfür bestimmt sind.

Auch die konkrete grafische Darstellung mit Bindestrich und Ausrufezeichen ändert nichts an dem Charakter als Sachangabe. Es handelt sich dabei um übliche Werbemittel, die vom Verkehr nicht als kennzeichnend verstanden werden (vgl. BPatG 30 W (pat) 140/99 „Klick!“ - PAVIS PROMA Knoll; BPatG 29 W (pat) 044/03 Guter Rat! - PAVIS PROMA Kliems). Der Verkehr wird den Bestandteil „Shop!“ daher grundsätzlich wegen seiner starken Kennzeichnungsschwäche vernachlässigen, so dass dieser für den Gesamteindruck der angegriffenen Marke gänzlich in den Hintergrund tritt.



Der prägende Bestandteil „PCS“ der angegriffenen Marke, der am Zeichenanfang als selbständiger Bestandteil steht und von dem weiteren Bestandteil „Shop!“ deutlich abgesetzt ist, ist mit der Widerspruchsmarke identisch.

Entgegen der Ansicht der Inhaberin der jüngeren Marke steht einer selbständig kollisionsbegründenden Stellung des Markenteils „PCS“ nicht eine etwaige Zusammengehörigkeit der jüngeren Marke entgegen. Durch die lediglich grammatikalisch-formale Gestaltung der beiden Bestandteile wird nämlich keine Verbindung im Sinngehalt bewirkt, wie es erforderlich wäre (vgl. BPatG GRUR 2005, 772, 773 Public Nation/PUBLIC). Der Bestandteil „PCS“ wirkt wie ein Phantasiewort, bei „Shop!“ handelt es sich um eine Angabe zu Art und Bestimmung. Zudem wirkt der erste Markenteil durch die Großschreibung vom nachfolgenden Markenteil abgesetzt, so dass keine begriffliche Verbindung entsteht (vgl. BGH GRUR 2002, 171, 175 Marlboro-Dach).

Die Widerspruchsmarke ist daher kollisionsbegründend in der angegriffenen Marke enthalten, so dass mit erheblichen Verwechslungen zu rechnen ist.

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

gez.

Unterschriften