

BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 190/01

(Aktenzeichen)

Verkündet am
21. November 2001

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 300 34 501.1

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 21. November 2001 durch den Richter Dr. Albrecht als Vorsitzendem, Richterinnen Klante und Richter Sekretaruk

beschlossen:

Der Beschluß des Deutschen Patent- und Markenamts vom 7. Juni 2001 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Angemeldet zur Eintragung in das Markenregister nun noch für die Dienstleistungen

Musikveranstaltungen, Veranstaltung von Parties, Tanzveranstaltungen, Veranstaltung von Singletreffs, Kontaktvermittlung, Veranstaltung zum Kennenlernen der Teilnehmer untereinander, Partnervermittlung

ist die Wortmarke

SpeedDating.

Die Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts hat die Anmeldung wegen fehlender Unterscheidungskraft der Marke und eines bestehenden Freihaltebedürfnisses daran mit der Begründung zurückgewiesen, daß die angesprochenen Verkehrskreise in der Wortzusammensetzung lediglich einen beschreibenden Hinweis darauf sähen, daß die beanspruchten Dienstleistungen dem schnellen Knüpfen von Kontakten und Treffen von Verabredungen dienen.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelder. Sie tragen vor, daß im Hinblick auf die beanspruchten Dienstleistungen dem angemeldeten

Wortzeichen ein beschreibender Gehalt nicht entnehmbar sei. "Speed" bedeute Geschwindigkeit. "Dating" habe eine Vielzahl von Bedeutungen, wovon eine in etwa mit dem deutschen Wort "verabreden" übersetzt werden könne. Ein beschreibender Sinn ergebe sich aus der Wortzusammensetzung nicht. Im übrigen sei zu beachten, daß "SpeedDating" nicht sprachregelgerecht zusammengesetzt sei, da "Speed" richtigerweise in der adverbialen Form stehen müßte. Dementsprechend sei der Begriff nicht in Lexika aufzufinden. "SpeedDating" sei der Name eines Gesellschaftsspiels, das aus den USA seinen Weg nach Deutschland gefunden habe. Nachweise dafür, daß der Begriff auch von Dritten markenmäßig benutzt werde, träfen keine Aussage darüber, ob seiner Eintragung Schutzhindernisse entgegenstünden.

II.

Die zulässige Beschwerde ist begründet.

Der begehrten Eintragung in das Markenregister steht weder das Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (§ 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG), noch das eines Freihaltebedürfnisses im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG, oder das einer üblichen Angabe im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 3 MarkenG entgegen.

Unterscheidungskraft im Sinne der Vorschrift des § 8 Absatz 2 Nr 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Hierbei ist von einem großzügigen Maßstab auszugehen, dh, jede noch so geringe Unterscheidungskraft reicht aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (vgl Begründung zum Regierungsentwurf, Bundestagsdrucksache 12/6 581, S 70 = BIPMZ 1994, Sonderheft, S 64). Kann einer Wortmarke kein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender Begriffsgehalt zugeordnet werden und handelt

es sich auch sonst nicht um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - 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 die vorerwähnte Unterscheidungseignung und damit jegliche Unterscheidungskraft fehlt (ständige Rechtsprechung, vgl etwa BGH BIPMZ 2000, 161, 162 - Radio von hier mwNachw).

Diese kann der angemeldeten Marke für die noch beanspruchten Dienstleistungen nicht abgesprochen werden, denn ihr kommt insoweit nicht ohne weiteres ein beschreibender Begriffsinhalt zu. Es ist für keine der beanspruchten Dienstleistungen feststellbar, daß "SpeedDating" für sie eine im Vordergrund stehende Sachangabe darstellt. "SpeedDating" wird ausweislich der Internetseite von tiscali.de (Stand 19. November 2001) als in Amerika "patentierter", willkürlicher Name für eine "Partnersuche im Schnellverfahren" beschrieben. Es sei Amerikas neueste Strategie für Singles, die es nicht länger bleiben wollten, die viele Namen haben: Speed-Dating, Express-Date, 10-Minute-Dating, Mini-Date oder Nano-Date. Das Prinzip sei bei allen gleich. In der Internetrecherche heißt es: "Mann und Frau sitzen sich gegenüber". Beim Gongschlag geht es los. In sieben bis zehn Minuten versucht jeder, vom anderen soviel wie möglich zu erfahren. Wenn der Gong ertönt, stehen die Männer auf und rücken zur nächsten Kandidatin vor". Selbst für die Dienstleistung "Veranstaltung zum Kennenlernen der Teilnehmer untereinander" ist "Speed Dating" damit keine im Vordergrund stehende Sachangabe. Es ist zwar möglich, daß eine derartige Veranstaltung in Form des vorher beschriebenen Prinzips abläuft. Dies ändert jedoch nichts daran, daß es sich aus Sicht des angesprochenen Verkehrs nicht um eine Beschreibung, sondern um eine vom "Erfinder" des Spiels geschaffene Benennung handelt.

Aufgrund dieses Namenscharakters scheidet es von vornherein aus, in der Marke ein gebräuchliches Wort der englischen Sprache zu sehen, das stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird.

Bei "SpeedDating" handelt es sich für die noch beanspruchten Dienstleistungen auch nicht um eine Freihaltebedürftige Angabe im Sinne des § 8 Absatz 2 Nr 2 MarkenG. Danach sind von der Eintragung solche Marken ausgeschlossen, die im Verkehr (ua) zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, oder der Bezeichnung sonstiger Merkmale der Dienstleistungen dienen können. Bei der Prüfung dieses Schutzhindernisses wäre auch ein aktuell noch nicht bestehendes, jedoch aufgrund konkreter Tatsachen mit Sicherheit prognostizierbares zukünftiges Freihaltebedürfnis zu beachten (BGH BIPMZ 2001, 55, 56 – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION mwNachw). Es ist jedoch für keine der beanspruchten Dienstleistungen feststellbar, daß es sich bei "SpeedDating" um eine Merkmalsbezeichnung handelt. Zwar kann der Spielinhalt, das schnelle Kennenlernen von Menschen durch vorgegebene Spielregeln, Merkmal der beanspruchten Dienstleistungen sein. "SpeedDating" fehlt hierfür jedoch die Funktion einer eindeutigen Beschreibung; es handelt sich vielmehr um eine von mehreren (mehr oder weniger phantasievollen) namensmäßigen Benennungen verschiedener Anbieter für ein Gesellschaftsspiel mit den vorbezeichneten Regeln. Diese Verwendung liefert auch keine tatsächlichen Anhaltspunkte dafür, daß sich "SpeedDating" von seiner Namensfunktion für ein Gesellschaftsspiel eines bestimmten Anbieters weg zu einer verständlichen Merkmalsbezeichnung entwickeln wird.

Bei der beanspruchten Marke handelt es sich auch nicht um eine Angabe, die im allgemeinen Sprachgebrauch oder in den redlichen und ständigen Verkehrsgewohnheiten zur Bezeichnung der Dienstleistung üblich geworden ist (§ 8 Abs 2 Nr 3 MarkenG). Es können keine Feststellungen getroffen werden, daß in Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen, insbesondere der "Veranstaltung zum Kennenlernen der Teilnehmer untereinander", gerade die Bezeichnung "SpeedDating" für die oben beschriebene Variante üblich geworden ist.

Vielmehr handelt es – wie ausgeführt - sich um eine von mehreren Benennungen für ein Gesellschaftsspiel.

Dr. Albrecht

Klante

Sekretaruk

Hu