



# BUNDESPATENTGERICHT

33 W (pat) 54/04

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die Markenmeldung 302 29 840.1**

hat der 33. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 1. Juni 2006 unter Mitwirkung ...

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I**

Mit Beschluss vom 10. Dezember 2003 ist die Anmeldung der Wortmarke

### **QUICK UP TENT**

für

Klasse 6: Teile von Zelten, nämlich Zeltgerüste, Führungsprofile, Bodenplatten und Befestigungselemente für die Planen; transportable Bauten aus Metall oder Metall in Verbindung mit Kunststoff, insbesondere Container und Shelter, auch in Sandwichbauweise;

Klasse 23: Zelte und deren Teile, nämlich Keder sowie Planen und deren Befestigungselemente; Andockschleusen für Zelte und transportable Bauten

zurückgewiesen worden. Nach Auffassung der Markenstelle für Klasse 22 fehlt der angemeldeten Marke jegliche Unterscheidungskraft. Sie setze sich aus einfachen Begriffen des englischen Grundwortschatzes zusammen und werde von den angesprochenen Verkehrskreisen dahingehend als rein sachbezogene Angabe aufgefasst, dass es sich bei dem so bezeichneten Produkt um ein schnell aufzubauendes Zelt bzw. entsprechendes Zubehör handele. Dabei sei es nicht entscheidend, ob eine Wortkombination lexikalisch belegbar oder ihre Verwendung anderweitig nachweisbar sei, oder ob sie vom üblichen Sprachgebrauch abweiche, denn der Verkehr sei daran gewöhnt, warenbezogene Sachangaben in komprimierter Form oder in neuen Wortzusammenstellungen vermittelt zu bekommen. Trotz möglicher grammatischer Unrichtigkeit sei die Anmelde­marke aus der Sicht des

Verkehrs sprachüblich gebildet, da die Wortverbindung nahe liege und die Bestandteile auch insgesamt eine erkennbar beschreibende Aussage enthielten. Damit fehle ihr die Eignung zur betrieblichen Herkunftsunterscheidung.

Gegen diese Entscheidung richtet sich die Beschwerde der Anmelderin, mit der sie beantragt,

den angefochtenen Beschluss aufzuheben.

Zur Begründung führt sie aus, dass es sich bei der Anmeldemarke um einen neu gebildeten, fantasievollen Begriff handele, der in der englischen Sprache nicht zu finden sei. Die Markenstelle habe keine Feststellungen getroffen dass die angemeldete Wortfolge in der Werbesprache eingesetzt werde. Es sei davon auszugehen, dass der Verkehr sie als schlagwortartige Aussage verstehen werde, die die Aufmerksamkeit wecken und auf die angebotenen Waren lenken solle. Damit besitze sie eine über das reine Wortverständnis hinausgehende Aussage, die es verbiete, dem Zeichen jegliche Unterscheidungskraft abzusprechen. Der Anmeldemarke komme kein eindeutiger Begriffsinhalt zu, sondern es handle sich um einen schwammigen, grammatikalisch unrichtig gebildeten und daher schwer verständlichen Begriff. Richtig wäre die Wortbildung "QUICK TO SET UP TENT". Sowohl das Wort "quick" als auch das Wort "up" könnten jeweils unterschiedlich übersetzt werden, so dass sich eine Vielzahl von Übersetzungsmöglichkeiten anbiete. Die Anmeldemarke erwecke daher allenfalls gewisse Assoziationen bei den beteiligten Verkehrskreisen. Bei der gebotenen nicht analysierenden Betrachtungsweise erschließe sich keine unmittelbar beschreibende Aussage.

Auch das Ergebnis der Senatsrecherche, das der Anmelderin mit Zwischenbescheid vom 30. März 2006 übersandt worden ist, rechtfertige nicht die Annahme eines Schutzhindernisses. Hiergegen spreche bereits, dass die angemeldete Wortkombination ohne Beanstandungen als Gemeinschaftsmarke eingetragen sei. In den vom Senat angeführten Fundstellen werde der angemeldete Begriff auch

nicht in beschreibender Weise, sondern ausschließlich zur markenmäßigen Kennzeichnung des jeweiligen Produkts eingesetzt. Dies führt die Anmelderin am Beispiel von drei Internetfundstellen der Senatsrecherche aus, in denen die angemeldete Wortfolge ihrer Auffassung nach markenmäßig herausgehoben verwendet wird, oder in denen sich jedenfalls eine beschreibende Verwendung nicht feststellen lasse. Im Übrigen reiche selbst die bloße Feststellung, dass der ein oder andere Anbieter den Begriff in beschreibender Weise benutze, noch nicht aus, um auf ein Freihaltebedürfnis schließen zu können. Vielmehr sei auf das Verkehrsverständnis abzustellen, wobei die vielen Fundstellen, in denen der angemeldete Begriff als Kennzeichnung verwendet werde, zeige, dass zumindest die meisten Anbieter ihn als Kennzeichen verstünden und auch benutzten. Die Anmelderin habe die angemeldete Wortfolge seit dem Jahr 2002 als Firmenkennzeichnung und Marke bekannt gemacht. An diese Bekanntheit hätten sich eine Reihe von Anbietern angehängt und auch ihre Produkte unter dieser Marke angeboten. Zumindest hätten viele Anbieter die angemeldete Wortfolge als Metatag in ihre Internetseiten aufgenommen, so dass die Eingabe dieser Wortfolge als Suchbegriff auf die entsprechenden Internetseiten führten. Die Anmelderin sei daher gegen entsprechende Verwender vorgegangen und werde dies weiter tun. Im Übrigen gebe es in internationalen Registern eine Vielzahl von eingetragenen Marken, die den Begriff "QUICK UP" oder sogar "QUICK UP TENT" enthielten. Auch dies lasse erkennen, dass es sich um eine kennzeichnende, und nicht etwa um eine beschreibende Angabe handele. Dies zeige auch der Umstand, dass die Anmelderin im März 2003 selbst eine Recherche nach dem angemeldeten Begriff durchgeführt habe, dessen (negatives) Ergebnis sie seinerzeit im Verfahren vor der Markenstelle vorgelegt habe.

Der Anmelderin sind Kopien des Ergebnisses einer vom Senat durchgeführten Recherche übersandt worden.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

## II

Die Beschwerde ist nicht begründet. Die zur Eintragung angemeldete Bezeichnung weist nicht die für eine Marke erforderliche Unterscheidungskraft auf (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Entsprechend der Hauptfunktion der Marke, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der durch die Marke gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu garantieren, ist unter Unterscheidungskraft im Sinne dieser Vorschrift die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung zu verstehen, Waren oder Dienstleistungen als von einem Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. EuGH GRUR 2002, 804 Nr. 35 - Philips/Remington; GRUR 2004, 428 Nr. 30, 48 - Henkel). Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen, zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist. Kann einer Wortmarke ein für die fraglichen Waren und Dienstleistungen im Vordergrund stehender beschreibender Begriffsinhalt zugeordnet werden oder handelt es sich sonst um ein gebräuchliches Wort der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, das vom Verkehr - etwa wegen einer entsprechenden Verwendung in der Werbung - stets nur als solches und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden wird, so ergibt sich daraus ein tatsächlicher Anhalt dafür, dass ihr jegliche Unterscheidungskraft fehlt (vgl. BGH GRUR 2003, 1050, 1051 - Cityservice).

Die angemeldete Marke besteht aus den Wortbestandteilen "QUICK", "UP" und "TENT", wobei der letzte Markenbestandteil "TENT" für die von den Waren angesprochenen Verkehrskreise auf dem Gebiet der Zelte ohne Weiteres als das englische Wort für "Zelt" verständlich ist. Auch das erste Markenwort "QUICK" wird als Bestandteil des einfachsten englischen Grundwortschatzes von jedermann i. S. v.

”schnell“ verstanden. Der zweite Wortbestandteil ”UP“ gehört ebenfalls zum Basiswortschatz und hat die vorrangige Bedeutung ”nach oben, hoch, auf, aufwärts, empor“ (vgl. Langenscheidts Handwörterbuch, Englisch-Deutsch). Hieraus würde sich in direkter Übersetzung die unmittelbare Wortbedeutung ”schnell-hoch/nach oben/auf-Zelt“ ergeben, was auch der von der Anmelderin im Verfahren vor der Markenstelle angenommenen direkten Übersetzung ”schnell auf Zelt“ entspricht (Schriftsatz vom 5. Juni 2003). Unabhängig von der Frage, ob diese Übersetzung den deutschen Sprachregeln entspricht oder ob der angemeldete Begriff freier als ”schnell aufbaubares Zelt“, ”Schnellaufbauzelt“ o. Ä. übersetzt werden müsste, so wird er jedenfalls vom Verkehrsteilnehmer ohne Mühe im Sinne eines schnell aufzubauenden bzw. aufzurichtenden Zelts verstanden. Es kann auch dahinstehen, ob die Wortfolge ”QUICK UP“, wie die Anmelderin meint, nicht einmal den englischen Sprachregeln entspricht, und korrekt ”quick setup tent“ (Schriftsatz vom 5. Juni 2003) bzw. ”quick to set up tent“ (Schriftsatz vom 22. März 2004) lauten müsste. Denn der Senat hat in seiner Recherche zahlreiche Verwendungen festgestellt, in denen die Wortfolge ”quick up“ mit einem nachgestellten Substantiv kombiniert wird, das den aufzubauenden Gegenstand bezeichnet.

Auch wenn diese Wortfolge in einigen der ermittelten Internetfundstellen bei näherer Betrachtung kennzeichnend verwendet wird oder wenigstens zu Zweifeln über eine rein beschreibende Verwendung Anlass gibt, so vermag der Senat dennoch nicht dem Vortrag der Anmelderin zu folgen, dass es sich bei allen oder nahezu allen Internetfundstellen um markenmäßige bzw. kennzeichnende Verwendungen handeln soll. Vielmehr wird dem Verkehr unweigerlich der Eindruck einer beschreibenden Verwendung vermittelt, wenn die Wortfolge ”Quick up“ bei der Produktpräsentation von Zelten innerhalb Aufzählungen mit weiteren eindeutig beschreibenden Angaben auftaucht, wie etwa unter:

[www.dancover.co.uk/Tents%20Promotion%20%event%20Flex tents%20.htm](http://www.dancover.co.uk/Tents%20Promotion%20%event%20Flex tents%20.htm):

"Tents - Event - Canopy - Canopies -Promotion - Quick up - ...";

oder

[Xinye.xom/product.htm](http://Xinye.xom/product.htm):

"QUICK-UP PAVILION STEEL PAVILION FOLDING ALUMINUM TEMPLE & PAVILION".

Den Eindruck einer beschreibenden Angabe hinterlässt die Angabe "Quick Up" auch, wenn sie sich neben einer mehr oder weniger fantasievollen Produktkennzeichnung befindet und dabei ausgerechnet innerhalb der Aufzählung der technischen Daten des Zelts auftaucht, z. B.:

[www.paulswarehouse.com.au/shop/produkt.php?productid=17406&cat=...](http://www.paulswarehouse.com.au/shop/produkt.php?productid=17406&cat=...)

"LA Trekking Palma Tent

- Quick Up Dome
- One Door & Two Windows
- Two Big Pockets ..."

oder in

[www.schreuderssport.nl/en/artikelen/...](http://www.schreuderssport.nl/en/artikelen/...)

"Art 21XE; Quick-up tent • MISSOURI II •

Weight: ca. 4kg

Outertent: 100 % polyester PU...

Brandname: ABBEY BASE CAMP®".

Auch Verwendungen wie in [www.yatego.com/heidisfreizeitwelt/...](http://www.yatego.com/heidisfreizeitwelt/...) ("Die Strandmuschel EZ Sun Shelter mit Quick up System, super schnell und super leicht aufzubauen") sprechen für eine beschreibende Angabe.

Zudem finden sich die angemeldete Wortkombination oder ihr praktisch gleichkommende Variationen gelegentlich auch mit einem vorangestellten unbestimmten Artikel, z. B.:

[www.backcountyoutlet.com/...](http://www.backcountyoutlet.com/)

"But if you want a quick up and down tent that can be freestanding and not staked out, then stay away from this one."

oder

[www.holderness-nh.gov/Public\\_Documents/...](http://www.holderness-nh.gov/Public_Documents/)

"...but we did agree that purchasing a portable "quick-up" tent would be good for trial use in 2006."

Auch weitere erkennbar beschreibende Zusammenhängen sind ermittelt worden, etwa

[www.buysell.com/root/0/49227431/resultdetail.aspx](http://www.buysell.com/root/0/49227431/resultdetail.aspx):

"OASIS Canada's finest quality Quick-Up tent system".

Hinzu kommt, dass sich die Wortfolge "Quick up", kombiniert mit einer nachgestellten Gattungsangabe auch in anderen Warenbereichen findet, etwa:

[www.fotomeile-shop.de/cgi-bin/fotomeile.storefront/...](http://www.fotomeile-shop.de/cgi-bin/fotomeile.storefront/) (Angebot von Leinwänden):

Deluxx Quick-Up Kristallmatt 154 x 116 cm (4 : 3);

[www.winterhawks.com/index2.php...](http://www.winterhawks.com/index2.php)

"This one is a quick up and back by bus to Key Arena in Seattle".

Vor allem im Bereich der Swimming Pools ist der Begriff "Quick Up" offenbar als Gattungsbezeichnung gebräuchlich, etwa in:

[www.argos.co.uk/static/Product/partNumber/...](http://www.argos.co.uk/static/Product/partNumber/)

"The traditional round quick up pool with a semi framed structure..."

<http://20016.idealpreissuche.de/P6x793de94656x20016/Quick-Up-Pool-360x90-ohne-Pumpe.html>:

"QuickUp Pool 360 x 90 ohne Pumpe ... Der Pool ist kinderleicht auf zu bauen und ... der Pool richtet sich dann von alleine auf.";

[www.neckermann.de/produkt/produkt\\_detail.mbl?mb\\_f020\\_id=RSk\\_lyUpfKr7...](http://www.neckermann.de/produkt/produkt_detail.mbl?mb_f020_id=RSk_lyUpfKr7...)

"Das Becken stellt sich ruckzuck selbst auf beim Quick-Up-Pool Set";

[www.aquapool.de/bb/threads/wasserverlust-beim-366mx091m-quickup-pool-26](http://www.aquapool.de/bb/threads/wasserverlust-beim-366mx091m-quickup-pool-26):



„Ich habe mir letzte Woche den Quick Up Pool ausm Penny-Markt gekauft und am Donnerstag befüllt...“.

Die letztgenannten Belege betreffen zwar eine andere Warenart, zeigen aber dennoch, dass auch dem inländischen Verkehr die ohnehin leicht verständliche (s. o.) Kombination der Wortfolge „quick up“ mit einer nachgestellten reinen Gattungsbezeichnung für eine (zur Benutzung aufzubauende) Ware ohne Weiteres geläufig sein muss.

Nach alledem mag es dahinstehen, ob verschiedene der insgesamt 25 der Anmelderin mitgeteilten Internetfundstellen bei näherer Betrachtung eine eher kennzeichnende Verwendung wiedergeben oder zumindest nicht eindeutig beschreibender Natur sind. Jedenfalls ergibt die Gesamtschau der Unterlagen, insbesondere soweit sie oben zitiert sind, unter Berücksichtigung der ohnehin leichten Verständlichkeit der angemeldeten Wortkombination (s. o.) das Vorhandensein deutlicher tatsächlicher Anhaltspunkte, die für ein rein beschreibendes Verständnis sprechen. Andernfalls würde sich die Frage stellen, wieso verschiedene Anbieter, z. T. auf den gleichen Märkten (insbesondere im Swimmingpool-Bereich), die Wortfolge „Quick up“ als Kennzeichnung verwenden und wie diese dann noch eine betriebliche Unterscheidung ermöglichen soll. Vielmehr geht der Senat unter diesen Umständen davon aus, dass der Verkehr die Anmeldemarke nur als Bezeichnung über die Gattung der beanspruchten Zelte und transportablen Bauten als zügig aufbaubar und über die Bestimmung des weiter beanspruchten Zeltzubehörs für solche zügig aufbaubaren Zelte versteht.

Auch die weiteren Argumente der Anmelderin führen nicht zu einem anderen Ergebnis. So ist es beim festgestellten Ausmaß der belegbaren „Quick up“-Bezeichnungen, auch was deren geografische Verbreitung und die Verwendung für verschiedene Warenarten betrifft, nicht nachvollziehbar, dass sie auf die angebliche Bekanntheit der Anmelderin bzw. ihrer „Quick up“-Produkte zurückgehen soll. Insbesondere auch der bereits zitierte Beleg [www.argos.co.uk/static/Product/](http://www.argos.co.uk/static/Product/)

partNumber/..., in dem von einem "traditional round quick up pool" die Rede ist, spricht hiergegen.

Im Übrigen hat die Anmelderin auch richtig erkannt, dass es bei der Beurteilung der Schutzfähigkeit auf den Zeitpunkt der Entscheidung über die Eintragung ankommt. Daher kann auch die von der Anmelderin angeführte, selbst vorgenommene Internetrecherche aus dem Jahr 2003, die sie mit Schriftsatz vom 5. Juni 2003 vorgelegt hat, keine andere Beurteilung rechtfertigen. Ohne dass es entscheidungserheblich darauf ankommt, sei jedoch angemerkt, dass die vorgelegte einzelne Trefferseite mit ihren neun angezeigten Treffern offensichtlich nur einen Auszug darstellt. Denn es fehlen das auch schon im Jahr 2003 verwendete Seitenlayout der Suchmaschine A... mit dessen Logo samt Anzeige der Suchbegriffe, der beiden Buttons für die Suchbefehle ("A...-Suche"; "Auf gut Glück") und die Optionen zur Eingrenzung der Suche sowie die Angabe der Gesamttrefferanzahl. Auch der am Ende einer jeden Gesamttrefferliste befindliche Schluss Hinweis (z. Z.: *"Um Ihnen nur die treffendsten Ergebnisse anzuzeigen, wurden einige Einträge ausgelassen, die ..."*) ist nicht vorhanden. Die Vorlage einer derartigen Trefferliste hätte der Senat keinesfalls ungeprüft als Recherche zugrunde gelegt, was hier aus den o. g. Gründen aber dahingestellt bleiben kann.

Dass die angemeldete Wortkombination in den Metatags anderer Anbieter auftaucht, wie die Anmelderin behauptet, spricht eher für eine beschreibende Angabe, jedenfalls nicht für eine Kennzeichnung. Denn bekanntlich suchen Verbraucher im Internet nach Produkten unterschiedlicher Hersteller und Händler, um eine möglichst große Auswahl unterschiedlicher Angebote angezeigt zu bekommen. Dazu müssen sie eine beschreibende Produktgattungsbezeichnung, nicht aber ein Markenwort als Suchbegriff eingeben. Nur wer sich auf eine Marke konzentriert, wird gezielt nach dieser suchen. Dementsprechend werden Metatags zumeist beschreibende Bezeichnungen sein. Ihre Verwendung durch Drittanbieter, die sich im Falle des Einsatzes einer fremden Marke als Metatag der Gefahr der Geltendmachung von Ansprüchen des Markeninhabers ausgesetzt sehen, wird sich in einem zahlenmäßig kleineren Rahmen halten und vor allem autorisierte Händler

betreffen. Jedenfalls kann von der Verwendung von Metatags nicht auf einen geminderten Wert einer Internetrecherche o. Ä. geschlossen werden. Im Übrigen enthält die Senatsrecherche ausschließlich Internetseiten, in denen die Wortfolge "quick up" auch tatsächlich im angezeigten Text der jeweiligen Internetseite auftaucht.

Nach alledem vermögen auch die von der Anmelderin genannten ausländischen Voreintragungen keine entscheidende Indizwirkung zugunsten einer Eintragung zu entfalten. Vielfach enthalten sie zusätzliche Bildbestandteile oder weitere Markennamen (z. B. "QUICK-UP FOLDING CANOPY By Dura Tarp") oder beziehen sich auf Waren, die keine erkennbare Nähe zu Zelten und Zeltzubehör aufweisen. Soweit die eingetragenen Marken dennoch der vorliegenden Anmeldung vergleichbar sind, was vor allem die Gemeinschaftsmarke 2 969 491 betrifft, lässt sich nicht ersehen, auf welcher tatsächlichen Grundlage die Eintragungsentscheidung erfolgt ist, insbesondere ob ihr in quantitativer und qualitativer Hinsicht eine Recherche zugrunde gelegen hat, wie sie vorliegend vom Senat vorgenommen worden ist. Die Indizwirkung muss damit jedenfalls als durch tatsächliche Anhaltspunkte widerlegt angesehen werden.

gez.

Unterschriften