



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 105/06

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die angemeldete Marke 306 03 790.4

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am
17. April 2007 durch ...

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 vom 26. September 2006 wird aufgehoben, soweit damit die Anmeldung zurückgewiesen wurde.

Gründe

I

Die Markenstelle für Klasse 25 des Deutschen Patent- und Markenamts hat mit dem im Tenor genannten Beschluss die für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen der Klassen 25, 35, 38, 41, 43 und 45 in den Farben rot und schwarz angemeldete Wort-/Bildmarke

Turkish-Flirt

teilweise, nämlich für die Dienstleistungen

„Werbung, insbesondere Werbung im Internet sowie Werbung für Dienstleistungen, vorzugsweise Veröffentlichung und Verbreitung von gewerblichen Anzeigen; Vermietung von Werbeflächen; Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Vermittlung und Abschluss von Handelsgeschäften, auch im Rahmen von E-Commerce; Bestellannahme; Vermittlung, Abschluss und Abwicklung von Verträgen über den An- und Verkauf von Waren; Schaffung und Unterhaltung einer Kommunikationsplattform im Internet auf der sich Menschen kennenlernen können; Schaffung eines Chatrooms; Dienstleistungen eines Onlineanbieters durch Bereitstellen einer Internetplattform für den Verkauf von Waren und die Erbringung von Dienstleistungen; Öffentlichkeitsarbeit (Publicrela-

tions); Herausgabe von Werbetexten; Marketing; organisatorische Beratung bei der redaktionellen Erstellung von Print- und elektronischen Medien; Vermietung von Werbeauftritten im Internet, Marktforschung; Meinungsforschung; Sammeln von Daten in Computerdatenbanken; Nachrichtenwesen, insbesondere Verbreitung von Nachrichten zu gewerblichen Anzeigen, vzw. im Internet; Betrieb eines Internetmarktplatzes; Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer, insbesondere per Internet; Webconsulting; Erbringung von Dienstleistungen in Verbindung mit Onlinediensten im Internet, nämlich Sammeln, Bereitstellen und Übermittlung von Nachrichten, Informationen, Texten, Bildern sowie Daten aller Art; Bereitstellung einer E-Commerce-Plattform im Internet; E-Mail-Datendienste; Telekommunikation, insbesondere Kommunikation über elektronische Plattformen; Onlinedienstleistungen, nämlich die Zurverfügungstellung von Informationen und Nachrichten über Computernetzwerke; Nachrichten- und Bildübermittlung mittels Computer, insbesondere per Internet; Erbringung von Dienstleistungen in Verbindung mit Onlinediensten im Internet, Internet und/oder Extranet, nämlich Sammeln und Liefern von Nachrichten und Informationen als Texte, Zeichnungen und Bilder im Rahmen der Dienstleistungen von Presseagenturen; Betrieb eines Internetmarktplatzes, nämlich Bereitstellung einer E-Commerce-Plattform im Internet; Bildschirmtextdienst; E-Mail-Datendienste; Mobilfunktelefondienste; Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten, insbesondere Veranstaltungen von Partys/Events; Betrieb von Varietee-Theatern; Veranstaltung von Schönheitswettbewerben, Veranstaltung von Unterhaltungsshows (Künstleragenturen); Betrieb eines Clubs (Unterhaltung); Filmproduktion; Durchführung von Liveveranstaltungen; Musikdarbietungen (Orchester), Produktion von Musikstücken; Herausgabe von Texten (ausgenommen Werbetexte); Verpflegung; Beherbergung von Gästen; Internetcafe; Ehevermittlung; Vermittlung von Bekanntschaften; von Dritten erbrachte, persönliche und gesellschaftliche Dienstleistungen zur Befriedigung persönlicher Bedürfnisse, soweit in Klasse 45 ent-

halten; Dienstleistungen einer Kontaktbörse; persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse, soweit in Klasse 45 enthalten; Dienstleistungen einer Partnervermittlung“

nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe mit der Begründung zurückgewiesen, die als „türkischer Flirt“ verständliche Anmeldemarke werde von den angesprochenen Verkehrskreisen bei den zurückgewiesenen Dienstleistungen nur als Sachhinweis auf Flirt- und Kontaktmöglichkeiten für Türken oder türkisch sprechende Personen verstanden.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde der Anmelder, mit der sie beantragen,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 25 vom 26. September 2006 aufzuheben.

Auf den Hinweis des Senats haben sie das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis, soweit es Gegenstand des Beschwerdeverfahrens ist, hinsichtlich der Dienstleistungen der Klassen 35, 38, 41, 43 wie folgt eingeschränkt:

„Klasse 35: Werbung, nämlich Vermietung von Werbeflächen für Unternehmen sowie Schaltung von Kleinanzeigen (Verkauf von Waren);

Klasse 38: Führen eines Online-Tagebuchs (Blog); Hochladen von Videos und Filmen im Internet; Anbieten einer Plattform im Internet, auf der Spiele angeboten werden; Dienstleistungen eines E-mail-Providers; Herunterladen von Klingeltönen;

Klasse 41: Erziehung; Ausbildung; Veranstaltung von Partys/Events;

Klasse 43: Verpflegung; Beherbergung von Gästen; Internetcafé“.

Sie halten die Anmeldemarke neben den nicht beanstandeten Waren der Klasse 25 für die nunmehr noch beanspruchten Dienstleistungen für schutzfähig, weil sie diese nicht beschreibe.

II

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde ist begründet. Der Schutzgewährung der angemeldeten Kennzeichnung steht nach der Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses für die jetzt noch - neben den nicht beschwerdegegenständlichen Waren der Klasse 25 - beanspruchten Dienstleistungen nicht das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG entgegen.

Der angemeldeten Bezeichnung kann für die im Beschwerdeverfahren konkretisierten Dienstleistungen nicht mehr jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG abgesprochen werden, also nach der ständigen Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (vgl. EuGH MarkenR 2003, 187, 190 [Rz. 41] - Gabelstapler, WRP 2002, 924, 930 [Rz. 35] – Philips/Remington) und des Bundesgerichtshofs (vgl. BGH GRUR 2000, 502, 503 – St. Pauli Girl; GRUR 2000, 720, 721 – Unter Uns) die Eignung, von den Abnehmern, an welche sich die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen richten, als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Unter Berücksichtigung des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH GRUR 1995, 408 [409] – PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) kann nämlich nicht festgestellt werden, dass die durchschnittlich in-

formierten, aufmerksamen und verständigen Abnehmer (vgl. EuGH GRUR 2003, 604, 605 – Libertel; GRUR 2004, 943, 944 – SAT.2) in ihr keinen Hinweis auf die Herkunft der beanspruchten Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen sehen, sondern ihr nur einen für diese Dienstleistungen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt entnehmen werden (vgl. BGH GRUR 2001, 1151, 1153 – marktfrisch; GRUR 2003, 1050, 1051 – City-Service; BGH GRUR 2001, 162, 163 m. w. N. – RATIONAL SOFTWARE CORPORATION).

Der Senat teilt dabei im Ausgangspunkt aber die Einschätzung der Markenstelle, dass ein nicht zu vernachlässigender Teil der angesprochenen Verkehrskreise die aus dem zum Grundwortschatz gehörenden geografischen Begriff „turkish“ für „türkisch“ und dem auch zum deutschen Wortschatz gehörenden Begriff „Flirt“ zusammengesetzte Anmeldemarke ohne Weiteres im Sinne von „türkischer Flirt“ verstehen werden. In Zusammenhang mit den noch beanspruchten Dienstleistungen werden die angesprochenen Verkehrskreise die Kennzeichnung aber nicht unmittelbar mit einem möglichen Inhalt dieser Dienstleistungen in Verbindung bringen können. Es ist nämlich nicht ersichtlich, inwiefern diese im Vergleich zum ursprünglichen Dienstleistungsverzeichnis nunmehr konkretisierten Dienstleistungen überhaupt auf eine Anbahnung von Bekannt- oder Freundschaften gerichtet sein können. Dies gilt entgegen der Ansicht der Markenstelle auch für die beanspruchten Dienstleistungen „Veranstaltung von Partys/Events“ sowie „Verpflegung; Beherbergung“. Zwar trifft die Erwägung der Markenstelle zu, dass es zahlreiche Singletreffs und Kontaktbörsen gibt, die in Form mehrtägiger Veranstaltungen und Urlaubsfahrten einer Bekannt- und Freundschaftsanbahnung dienen sollen. Hierbei handelt es sich aber um ein bestimmtes Fernziel, auf welche die Dienstleistungen der Veranstaltung von Partys sowie der Beherbergung und Verpflegung aber nicht unmittelbar gerichtet sind, weil bei ihnen lediglich die technische Durchführung und Abwicklung gastronomischer Leistungen im Vordergrund steht, während die Kontaktanbahnung zwischen den Teilnehmern dieser gastronomischen Dienstleistungen allein von diesen selbst abhängt und sich der gastronomischen Tätigkeit als solcher entzieht. Selbst wenn eine solche Veranstaltung in

Form einer „geschlossenen Gesellschaft“ erfolgen sollte, wäre die tatsächliche Intention der Teilnehmer für die Veranstalter kaum ernstlich überprüfbar und zum ausschließlichen Entscheidungskriterium für die Teilnahme an ihr zu machen. Da der tatsächlichen Anbahnung von Bekannt- und Freundschaften mit oder von Türkinnen oder Türken somit allein von subjektiven Einschätzungen und Wertungen der Veranstaltungsteilnehmer abhängt, haben diese keine Veranlassung, der Anmeldemarke bei den oben genannten Dienstleistungen der Klassen 41 und 43 einen bloßen Sachhinweis auf einen Umstand zu entnehmen, der auch bei jeder anderen gastronomischen Veranstaltung gleich welcher Art gegeben ist. Sie werden der ihnen zudem in einer ganz konkreten Aufmachung entgegentretenden Anmeldemarke somit eher einen Hinweis auf die Herkunft der angebotenen Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen entnehmen und sie damit eher als Herkunftskennzeichnung denn als bloße Sachangabe ansehen. Damit kann ihr aber - unabhängig von ihrem im Eintragungsverfahren nicht zu prüfenden Schutzzumfang - die Eignung i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG letztlich auch für diese Dienstleistungen nicht abgesprochen werden.

Aufgrund der Einschränkung des Dienstleistungsverzeichnisses war auf die Beschwerde der Anmelder der Beschluss der Markenstelle daher aufzuheben.

gez.

Unterschriften