



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 71/10

(Aktenzeichen)

Verkündet am
28. September 2010

...

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Marke 300 34 501

(hier Löschung S 364/08)

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richterin Werner auf die mündliche Verhandlung vom 28. September 2010

beschlossen:

Die Beschwerde der Markeninhaberin wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Der Beschwerdegegner hat mit Schriftsatz vom 19. November 2008 die Löschung der am 5. Mai 2000 angemeldeten und am 26. Februar 2002 für die Dienstleistungen der

Klasse 41: „Musikveranstaltungen, Veranstaltung von Partys, Tanzveranstaltungen, Veranstaltung von Singletreffs, Kontaktvermittlung, Veranstaltung zum Kennenlernen der Teilnehmer untereinander, Partnervermittlung“

eingetragenen Wortmarke

SpeedDating

beantragt.

Dazu hat er ausgeführt, die angegriffene Marke sei entgegen § 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG eingetragen worden. Der Begriff „SpeedDating“ habe bereits zum Zeitpunkt der Eintragung keine Unterscheidungskraft besessen (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG), sei Freihaltungsbedürftig (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG) und üblich (§ 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG). Es handle sich bei „SpeedDating“ um ein grammatikalisch regelmäßig zusammengesetztes Wort, das die beteiligten deutschen Verkehrskreise ohne weiteres im Sinn von „schnellem Verabreden“ (aus Geschwindigkeit und Verabredung) verstehen würden. Der Begriff „SpeedDating“ sei bereits in den deutschen Wortschatz eingegangen.

Der Antragsteller fügte acht Zeitungsartikel (als Internetausdrucke) aus den Jahren 2001 und 2002 bei, in denen das Wort verwendet wird.

Die Antragsgegnerin hat dem ihr am 10. Februar 2009 zugestellten Löschungsantrag mit Schriftsatz vom 26. Februar 2009 widersprochen und beantragt, den Löschungsantrag zurückzuweisen.

Die Antragsgegnerin hat sich die Entscheidungsgründe des Bundespatentgerichts (Beschluss vom 21. November 2001, Az.: 32 W (pat) 190/01) zu Eigen gemacht und ausgeführt, danach hätten für die Eintragung der Wortmarke „SpeedDating“ keine Eintragungshindernisse bestanden. Der Antragsteller habe insbesondere dafür keinen Nachweis erbracht, dass verschiedene Organisationen zum Zeitpunkt der Eintragung die Bezeichnung verwendet hätten. Die seitens des Antragstellers herangezogenen Presseberichte würden veranschaulichen, dass es sich bei „SpeedDating“ um einen phantasievollen Namen handele. Schließlich gehe der Antragsteller selbst von der Schutzfähigkeit des Wortes „Speeddaten“ aus, wofür seine Datingplattform gleichen Namens und seine eingetragene Marke Nr. 30 2008 017 975 sprächen.

Die Markenabteilung 3.4 hat mit Beschluss vom 19. Januar 2010 die Marke 300 34 501 auf Grund des Löschungsantrags insgesamt gelöscht.

Die Entscheidung ist u. a. damit begründet, der angegriffenen Marke fehle die erforderliche Unterscheidungskraft.

Die angegriffene Marke bestehe aus den beiden englischen Bestandteilen „speed“ und „dating“.

Das Wort „dating“ sei vom englischen „date“ abgeleitet, was neben Datum und Zeitangabe auch Verabredung oder Rendezvous bedeute. „Date“ sei inzwischen in die deutsche Sprache eingegangen mit „Verabredung, Treffen“ (vgl. Duden Deutsches Universalwörterbuch 4. Aufl., S. 354).

Das englische Wort „speed“ bedeute in erster Linie „(hohe) Geschwindigkeit, Schnelligkeit“. Auch im modernen und inzwischen viele Gebiete beherrschenden Computer-Englisch werde „speed“ im Sinn von „Schnell-“ bzw. „Eil...“ gebraucht (vgl. Beck EDV-Berater Computer-Englisch, deutscher Taschenbuch Verlag, 4. Aufl. 2002, S. 609; H.H. Computer-Englisch, Rowohlt Taschenbuch Verlag 2005, S. 386). Diese Übersetzung sei auch in einigen Zusammensetzungen vorhanden, z. B. werde „speed-way“ neben Motorradrennen auch mit „Schnellstraße“ übersetzt (vgl. PONS Kompaktwörterbuch Englisch-Deutsch, Ernst Klett Verlag 1990, S. 515), und „speedboat“ bedeute neben Rennboot auch „Schnellboot“ (vgl. Langenscheidt Handwörterbuch Englisch, Berlin München 2001, 2005, S. 565).

„Dating“ sei das Gerundium von date und werde wie ein Substantiv gebraucht.

„SpeedDating“ könne daher im Sinn von „Schnellverabredung“ interpretiert werden. Es gebe andere Zusammensetzungen von „speed“ mit einem Gerundium, z. B. „speed skating“ als Eisschnelllauf und „speed reading“ als Bezeichnung für eine Schnell-Lesemethode (vgl. Langenscheidt Handwörterbuch Englisch, Berlin München 2001, 2005, S. 565; ersteres auch unter PONS Handwörterbuch Englisch-Deutsch, Ernst Klett 1. Aufl. 2004, S. 875). Im Deutschen seien inzwischen solche Worte wie „Teleshopping“, „Paragliding“ oder „Onlinebanking“ in üblichem

Gebrauch. Demzufolge sei die hier maßgebliche Kombination „SpeedDating“ eine durchaus sprachübliche Zusammenfügung, wobei die Binnengroßschrift inzwischen werbeüblich sei. Das Wort „Schnellverabredung“ in sprachüblicher Übersetzung ins Englische weise im Zusammenhang mit den eingetragenen Dienstleistungen lediglich auf eine Sachbezeichnung hin und nicht auf ein bestimmtes Unternehmen. Im Rahmen von Musik- und Tanzveranstaltungen, Singletreffs sowie Kontaktvermittlung würden Schnellverabredungen getroffen.

Dieser Beschluss ist der Antragsgegnerin am 1. März 2010 zugestellt worden.

Sie hat am 31. März 2010 Beschwerde eingelegt und u. a. vorgetragen, dass schon ihr Anspruch auf rechtliches Gehör verletzt sei, da der Beschluss vom 19. Januar 2010 „fast identisch“ sei mit dem Beschluss der Markenabteilung vom 20. Dezember 2005. Deswegen sei nicht auszuschließen, dass sich die Markenstelle mit den zugrundeliegenden Tatsachen dieses Verfahrens nicht in gebotener Weise auseinandergesetzt habe. Schon deshalb sei der angegriffene Beschluss aufzuheben.

Darüber hinaus übersehe die Markenabteilung, dass der Bezeichnung „SpeedDating“ schon zum Zeitpunkt der Eintragung der Marke jegliche Unterscheidungskraft für die eingetragenen Dienstleistungen hätte fehlen müssen. Der Beschluss weise allerdings keine Darstellung auf, in wieweit jede einzelne der beanspruchten Dienstleistungen durch die Sachbezeichnung „Schnellverabredung“ tatsächlich beschrieben werden könne. Es werde lediglich erwähnt, dass im Rahmen dieser Musik- und Tanzveranstaltungen, der Singletreffs sowie der Kontaktvermittlung Schnellverabredungen getroffen würden.

Auch nach der Entscheidung des Bundespatentgerichts vom 21. November 2001 (Az.: 32 W (pat) 190/01) sei für keine der beanspruchten Dienstleistungen feststellbar, dass „SpeedDating“ für sie eine im Vordergrund stehende Sachangabe darstelle. „SpeedDating“ werde vielmehr als in Amerika „patentierter“, willkürlicher

Name für eine „Partnersuche im Schnellverfahren“ beschrieben. Es sei im Jahr 2001 Amerikas neuestes Kontaktspiel für Singles, die es nicht länger bleiben wollten, gewesen, das viele Namen habe: Speed-Dating, Express-Date, 10-Minute-Dating, Mini-Date oder Nano-Date. Dass dieses spezielle Prinzip des Kontaktspiels beschreibend für eine „Musikveranstaltung“ sein solle, überzeuge nicht. Selbst die Dienstleistung „Veranstaltung zum Kennenlernen der Teilnehmer untereinander“ werde nicht vorrangig durch „SpeedDating“ beschrieben. Da die durchgeführten Dienstleistungen individuell ausgestaltet würden und auch immer das aus den USA stammende Kontaktprinzip strikt verfolgt werde, könnten die angesprochenen Kreise aufgrund der Unterscheidungskraft der Marke „SpeedDating“ und der beanspruchten Dienstleistung durchaus erkennen, dass hinter „SpeedDating“ ein Unternehmen stehe.

Die Inhaberin der angegriffenen Marke beantragt,

den Beschluss der Markenabteilung 3.4 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 19. Januar 2010 aufzuheben und den Löschungsantrag zurückzuweisen.

Der Antragsteller beantragt,

die Beschwerde zurückzuweisen.

Er verteidigt den Beschluss der Markenstelle als zutreffend.

II.

Die Beschwerde ist zulässig; die Antragsgegnerin hat dem Löschungsantrag rechtzeitig widersprochen (§ 54 Abs. 2 MarkenG) und fristgerecht Beschwerde erhoben. Die Beschwerde hat in der Sache aber keinen Erfolg.

1.

Der Löschungsantrag war zulässig.

Den Antrag kann jedermann stellen (§ 54 Abs. 1 Satz 2 MarkenG). Der Löschungsantrag wurde auch innerhalb der Zehn-Jahres-Frist nach § 50 Abs. 2 Satz 2 MarkenG gestellt.

Nach § 50 Abs. 1 Nrn. 1 und 3 i. V. m. § 54 Abs. 1 MarkenG ist eine Marke zu löschen, wenn sie entgegen § 3 oder § 8 MarkenG eingetragen wurde und wenn das Eintragungshindernis noch im Zeitpunkt der Entscheidung über die Beschwerde besteht, § 50 Abs. 2 Satz 1 MarkenG.

Da einem Eintragungsantrag gem. § 33 Abs. 2 Satz 2 MarkenG stattzugeben ist, wenn keine absoluten Eintragungshindernisse entgegenstehen, rechtfertigt nur deren positive Feststellung eine Löschung. Im Zweifel ist zu Gunsten der Marke zu entscheiden.

Der Senat sieht keine Veranlassung, von seiner Befugnis gem. § 70 Abs. 3 Nr. 2 MarkenG Gebrauch zu machen, die angefochtene Entscheidung aufzuheben und die Sache an das Deutsche Patent- und Markenamt zurückzuverweisen, ohne in der Sache selbst zu entscheiden.

Der Senat kann nämlich nicht feststellen, dass das Verfahren vor der Markenabteilung an einem, wie von der Beschwerdeführerin behauptet, wesentlichen Mangel leidet, weil die angegriffene Entscheidung mit einer anderen Entscheidung „fast identisch“ sei. Vielmehr befasst sich die hier angegriffene Entscheidung mit dem gesamten Vorbringen beider Parteien und lässt deutlich erkennen, dass sich die Markenstelle mit den Ausführungen insbesondere auch der Beschwerdeführerin im Einzelnen auseinandergesetzt hat.

2.

Die Markenstelle hat auf den Löschungsantrag hin zu Recht die angegriffene Marke gelöscht und dies zutreffend damit begründet, dass der angegriffenen Marke die Unterscheidungskraft im Zeitpunkt der Eintragung fehlte und noch fehlt.

Unterscheidungskraft im Sinn von § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen anderer zu unterscheiden sowie deren Ursprungsidentität zu gewährleisten. Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen, zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Kreise zu beurteilen, wobei auf die Wahrnehmung der Marke durch einen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist. Unterscheidungskraft ist demnach nicht abstrakt zu beurteilen, sondern im Spiegel der Anschauung der maßgeblichen Verbraucherkreise, die von den tatsächlichen Verhältnissen auf dem Markt in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen beeinflusst wird.

Ausgehend hiervon fehlt einer Marke jegliche Unterscheidungseignung und Unterscheidungskraft, wenn ihr die angesprochenen Kreise für die fraglichen Waren oder Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen oder wenn es sich bei um einen gebräuchlichen Begriff handelt, den die Verbraucher stets nur als solchen und nicht als Unterscheidungsmittel verstehen (st. Rspr.; vgl. BGH BIPMZ 2002, 85 - Individuelle).

Die Markenstelle hat mit zutreffender Begründung, auf die zur Vermeidung von Wiederholungen umfassend Bezug genommen wird, der angegriffenen Marke jegliche Unterscheidungskraft abgesprochen.

Dabei ist zunächst auf den Zeitpunkt ihrer Eintragung - nicht der Anmeldung - abzustellen (s. a. Ströbele, in Ströbele/Hacker, MarkenG, 9. Aufl; § 8 Rn. 14).

So ergibt die gängige Übersetzung für „SpeedDating“ ins Deutsche das Wort „Schnellverabredung“ und weist insbesondere im Zusammenhang mit den eingetragenen Dienstleistungen lediglich auf eine Sachbezeichnung hin und nicht auf ein bestimmtes Unternehmen. Gerade bei diesen Veranstaltungen, die der Unterhaltung, dem Kennenlernen bis hin zur Partnervermittlung dienen, ist für jeden insoweit Interessierten unmittelbar zu erkennen, dass es sich bei „SpeedDating“ um eine Möglichkeit handelt, schnell Kontakt zu knüpfen.

Insoweit ist allein maßgeblich, dass dem Begriff „SpeedDating“ für einen wesentlichen Teil der unter die von der Beschwerdeführerin gewählten Oberbegriffe fallenden Veranstaltungen die Unterscheidungskraft fehlt.

Dass darüber hinaus eine Musik- bzw. Tanzveranstaltung oder eine Party zum Zweck der Partnersuche durchgeführt werden kann, ist, worauf der Antragsteller zutreffend hinweist, nicht erst seit den einschlägigen Singleparties der 90er Jahre des letzten Jahrhunderts (z. B. „Fisch sucht Fahrrad“ in Berlin) sondern durchaus auch schon seit Erfindung der Tanzschule allgemein bekannt.

Dies bestätigt letztlich auch die Beschwerdeführerin, indem sie „SpeedDating“ deutlich als ein allgemein eingeführtes Spiel bezeichnet, das bestimmten Regeln folgen mag, den insoweit Interessierten allerdings jedenfalls zur schnellen Kontaktvermittlung und schnellen Partnersuche bekannt ist.

Auf Grund der weiten Verbreitung von Anglizismen und dem immer größer werden Teil der Bevölkerung, der Englisch versteht und spricht, war bereits im Jahr 2002 die Übersetzung „Schnellverabredung“ naheliegend. Dies wird durch die vorliegenden Recherchen, die sich auf den Zeitpunkt der Eintragung der angegriffenen Marke im Februar 2002 beziehen, belegt.

Danach wurde bereits damals der Begriff „Speeddating“ als Beschreibung für eine übliche Form eines organisierten Kontakttreffs verwendet.

So wird in den vom Antragssteller eingereichten Zeitungsartikeln aus der „Financial Times“ vom 16. Februar 2001, der „Frankfurter Rundschau“ vom 6. Juli 2001, der „Stuttgarter Zeitung“ vom 7. Juli 2001 und der „Netzzeitung“ vom 6. Juli 2001 sowie aus dem „Tagesspiegel“ vom 5. Februar 2002, der „Süddeutschen Zeitung“ vom 31. Juli 2002, der „Berliner Morgenpost“ vom 10. August 2002 und dem „Hamburger Abendblatt“ vom 7. September 2002 das Wort „SpeedDating“ beschreibend verwendet, und zwar in Berichten über unterschiedliche Anbieter.

Auch in einer Vielzahl über die Suchmaschine Google erreichbaren Interplattformen wird „Speed-Dating“ aufgeführt, wobei man darunter „eine ursprünglich aus den USA stammende Methode, schnell neue Flirt- oder Beziehungspartner zu finden“, versteht. Auf das bereits im Jahr 1998 von einem jüdischen Rabbi gegründete Speed-Dating folgten wenig später auch in Deutschland viele, in aller Regel kommerziell ausgerichtete „Speed-Dating-Events“.

Dem steht abweichend von der Ansicht der Beschwerdeführerin nicht entgegen, dass das Bundespatentgericht in seiner Entscheidung vom 21. November 2001 (Az.: 32 W (pat) 190/01) in dem Wort „SpeedDating“ weder eine im Vordergrund stehende Sachangabe noch ein gebräuchliches Wort der englischen Sprache gesehen hat.

Auch die aufgrund einer Entscheidung des Bundespatentgerichts vorgenommene Markeneintragung kann zum einen in einem Lösungsverfahren (§§ 48 ff MarkenG) beseitigt werden. Im Übrigen sind sowohl die Zivilgerichte im Verletzungsprozess wie auch das Deutsche Patent- und Markenamt sowie die nachfolgenden Rechtsmittelgerichte im Widerspruchs- und Lösungsverfahren nur hinsichtlich der Entscheidungsvoraussetzungen und -hindernisse, die bei der Eintragung eines Zeichens als Marke Prüfungsgegenstand des Eintragungsverfahrens

waren, gebunden (BGH GRUR 2000, 888 - Mag-Lite; GRUR 2005, 414 - Russisches Schaumgebäck; GRUR 2005, 427 - Lila-Schokolade; GRUR 2005, 1044 - Dentale Abformmasse).

Dies gilt nicht für Umstände, die nach der Entscheidung bekannt geworden sind, vorliegend also hinsichtlich der oben genannten, vom Antragsteller vorgelegten Veröffentlichungen.

Da nicht unerhebliche Teile des von der Marke angesprochenen Publikums deren Bedeutung schon zum Zeitpunkt der Eintragung nicht als Herkunftshinweis verstanden haben und auch noch heute nicht so verstehen, kann mit der für eine Löschung erforderlichen hohen Sicherheit ausgeschlossen werden, dass „SpeedDating“ als Marke wirkt.

Ob an der Bezeichnung „SpeedDating“ auch ein Freihaltungsbedürfnis im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG besteht, kann demzufolge dahingestellt bleiben.

3.

Billigkeitsgründe für eine Kostenauflegung sind nicht ersichtlich (§ 71 Abs. 1 MarkenG). Eine Rückzahlung der Beschwerdegebühr ist ebenfalls nicht geboten. Dass keine wesentlichen Verfahrensmängel vorliegen, ist bereits unter Ziffer 1 erläutert.

4.

Gründe für eine Zulassung der Rechtsbeschwerde (§ 83 Abs. 2 MarkenG i. V. m. § 574 ZPO) liegen nicht vor, weil keine Fragen von grundsätzlicher Bedeutung einer höchstrichterlichen Klärung bedürfen und der Senat mit dieser Entscheidung nicht von Entscheidungen anderer Gerichte abweicht.

Die dem Eintragungsbeschluss widersprechende Beurteilung beruht allein auf nunmehr erstmals vorgelegten Fundstellen.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Ju