

# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 252/00

---

(Aktenzeichen)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 300 09 581.3**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 28. März 2001 durch Richter Dr. Fuchs-Wisseemann als Vorsitzenden, Richterin Klante und Richter Sekretaruk

BPatG 152

6.70

beschlossen:

Auf die Beschwerde des Anmelders wird der Beschluß der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 5. Juli 2000 aufgehoben.

## **Gründe**

### **I.**

Beim Deutschen Patent- und Markenamt ist die nachfolgende Marke

siehe Abb. 1 am Ende

für

"Seminare; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten"

zur Eintragung als Marke angemeldet worden.

Die Markenstelle für Klasse 41 hat die Anmeldung nach vorausgegangener Beanstandung mit Beschluß vom 5. Juli 2000 durch eine Beamtin des höheren Dienstes wegen fehlender Unterscheidungskraft zurückgewiesen. Zur Begründung wurde ausgeführt, die Wortfolge "fit FOR LIFE" werde vom Verkehr im Sinne von "fit für das Leben" bzw "geeignet zum Leben oder dem Leben dienend" verstanden. Die Bezeichnungen "Fit" und "Life" seien bereits in die deutsche Sprache eingegangen. Sie gehörten zudem zum Grundwortschatz der englischen Sprache. Im Übrigen sei "fit FOR LIFE" durch erfolgreiche Buchtitel bereits bekannt. Die graphische Gestaltung bewege sich im Rahmen des Werbeüblichen und könne der Marke keinen phantasievollen Überschuß verleihen.

Hiergegen richtet sich die Beschwerde des Anmelders mit dem (sinngemäßen) Antrag,

den Beschluß vom 5. Juli 2000 aufzuheben.

Er macht geltend, die angemeldete Marke sei in ihrer Gesamtheit zu beurteilen. Die graphische Ausgestaltung in der speziellen Kombination mit den Wortbestandteilen sei nicht als bedeutungslose Zutat zu vernachlässigen. Entgegen der Auffassung der Markenstelle sei die graphische Gestaltung nicht werbeüblich. Dementsprechend sei er Inhaber von über 50 eingetragenen Marken, die den Bestandteil "fit" in der besonderen graphischen Gestaltung enthielten. Gerade die besondere Gestaltung des i-Punktes in "fit" führe dazu, daß die Marke originell sei.

**II.**

Die Beschwerde des Anmelders ist zulässig (§ 66 Abs 1, 2 und 5 MarkenG) und in der Sache auch begründet, da § 8 Abs 2 Nr 1 und 2 MarkenG der Eintragung der angemeldeten Marke nicht entgegenstehen.

Der angemeldeten Marke fehlt nicht die zur Eintragung erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs 2 Nr 1 MarkenG. Danach ist Unterscheidungskraft die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden. Hierbei ist grundsätzlich von einem großzügigen Maßstab auszugehen, so daß jede noch so geringe Unterscheidungskraft ausreicht, um das Schutzhindernis zu überwinden (Amtliche Begründung zum Regierungsentwurf, Sonderheft BIPMZ 1994, S 64). Der Verkehr nimmt ein als Marke verwendetes Zeichen in aller Regel so auf, wie es ihm entgegentritt und unterzieht es keiner analysierenden Betrachtungsweise.

Die konkrete Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfaßten Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefaßt zu werden, kann "fit FOR LIFE" in der angemeldeten Gestaltung nicht abgesprochen werden. Die unterschiedliche größenmäßige Anordnung der Wortbestandteile und die Ausgestaltung des i-Punktes bilden eine Gesamtheit, die den Charakter schutzunfähiger Einzelelemente aufzuheben vermag (vgl BPatGE 33, 167, 169 "KAMILL"). Die Kombination vermittelt einen übergreifenden - noch - phantasievollen Gesamteindruck, der über die bloße Aneinanderreihung der Einzelbestandteile hinaus geht. Mag die graphische Gestaltung der Wortelemente für sich gesehen in der Werbung nicht ungewöhnlich sein, ist doch zu berücksichtigen, daß durch die Art der Anordnung der einzelnen Bestandteile und die Gestaltung des Buchstaben "i" insgesamt optisch der Gedanke an ein Betriebskennzeichen nahegelegt ist. Demgemäß kann der angemeldeten Marke in ihrer Gesamtheit, auf die sich der Schutzbereich grundsätzlich beschränkt (BGH

GRUR 1989, 425, 427 f "Herzsymbol"; 1991, 137 "NEW MAN"), die Unterscheidungskraft nicht abgesprochen werden.

Darüber hinaus besteht an der angemeldeten Marke kein Freihaltungsbedürfnis im Sinne von § 8 Abs 2 Nr 2 MarkenG. Es sind keine Anhaltspunkte dafür ersichtlich, daß die Mitbewerber des Anmelders die beanspruchte Marke in ihrer konkreten Gestaltung zur beschreibenden Verwendung benötigen. Bei Kombinationszeichen erhöhen sich die mannigfaltigen Möglichkeiten unterschiedlicher Darstellungen durch die zahlreichen Kombinationsmöglichkeiten zwischen Wort und Bild, so daß bei einer Gesamtdarstellung aus Bild und beschreibendem Wortbestandteil grundsätzlich ein Freihaltungsbedürfnis zu verneinen ist (BPatG 33, 170 "KAMILL"). Da sich in der Regel der Schutzbereich auf die durch die Anmeldung beanspruchte Verwendungsform beschränkt, werden Mitbewerber durch die Eintragung nicht behindert (vgl BPatG GRUR 1992, 607, 608 f "FLEUR CHARME").

Nach alledem war der angefochtene Beschluß aufzuheben.

Dr. Fuchs-Wisseemann

Klante

Sekretaruk

Hu

Abs. 1

