



# BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 97/07

---

(Aktenzeichen)

Verkündet am  
4. Dezember 2007

...

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### **betreffend die angemeldete Marke 305 46 648.8**

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 4. Dezember 2007 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Dr. van Raden und Richter Kruppa

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Die Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts hat nach vorheriger Beanstandung mit Beschluss vom 21. Mai 2007 die Anmeldung der für zahlreiche Waren der Warenklassen 10, 12 und 28 angemeldeten Wortmarke

### **Fit 4 Balance**

nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG als nicht unterscheidungskräftige Angabe teilweise zurückgewiesen, nämlich für die Waren

„Künstliche Gliedmaßen; orthopädische Artikel; medizinische Geräte zum Trainieren des Gleichgewichtssinns; medizinische Balancierbretter; Fahrzeuge; Apparate zur Beförderung auf dem Lande, in der Luft oder auf dem Wasser; Balancierbretter auf Rädern oder Rollen; Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Turn- und Sportgeräte zum Trainieren des Gleichgewichtssinns; Balancierbretter als Turn- und Sportgeräte.“

Dies ist damit begründet, bei der im Sinne von „Fit für die Balance“ bzw. „trainiert/für das Gleichgewicht“ ohne weiteres verständlichen Bezeichnung „Fit 4 Balance“ handele es sich um eine rein sachbezogene Angabe über den Zweck oder die Eignung der beanspruchten Waren, nämlich dass man mit den so gekennzeichneten Waren den Gleichgewichtssinn fördern und entwickeln könne. Damit sei die Marke als Herkunfts- und Unterscheidungskennzeichen nicht geeignet.

Gegen diesen Beschluss richtet sich die Beschwerde des Anmelders, mit der er sinngemäß beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 28 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 21. Mai 2007 aufzuheben.

## II.

Die nach § 66 MarkenG zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Zu Recht und mit zutreffender Begründung, der sich der Senat anschließt, hat die Markenstelle der angemeldeten Bezeichnung die Eintragung nach § 37 Abs. 1, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versagt.

Mit der Markenstelle geht der Senat davon aus, dass der angemeldeten Bezeichnung jegliche Unterscheidungskraft i. S. d. § 8 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG fehlt, 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 richten, als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen aufgefasst zu werden. Trotz des grundsätzlich gebotenen großzügigen Maßstabs (st. Rspr., vgl. BGH, GRUR 1995, 408, 409 – PROTECH; BGH GRUR 2001, 413, 415 - SWATCH) ist nämlich davon auszugehen, dass die durchschnittlich informierten, 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 Waren aus einem bestimmten Unternehmen sehen, sondern ihr nur einen für diese Waren 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).

Wie die Markenstelle im Einzelnen zutreffend ausgeführt hat, stellt sich die angemeldete Marke den angesprochenen Verkehrskreisen, also angesichts der Art der beanspruchten Waren der allgemeinen Öffentlichkeit, als Sachhinweis auf ein Training des Gleichgewichtssinns dar. Daher wird die Kennzeichnung „Fit 4 Balance“ nicht als Hinweis auf eine bestimmte betriebliche Herkunft der angebotenen Waren angesehen, sondern nur als eine beschreibende Angabe im Hinblick auf deren Eigenschaften als oder im Zusammenhang mit Training der Körperbeherrschung. Dies gilt ausnahmslos für alle beanspruchten Waren. Entgegen der Ansicht des Anmelders, der darauf verweist, dass die angemeldete Bezeichnung nicht dem allgemeinen Sprachgebrauch entnommen ist, ist es unerheblich, ob es sich um eine Wortneubildung handelt, solange, wie von der Markenstelle zutreffend dargelegt, im vorliegenden Fall die Bezeichnung ohne weiteres verständlich ist, was auch bei der heutzutage werbeüblichen Ersetzung des Wortes „for“ (= für) durch die Ziffer 4 (englisch gleichlautend) ohne weiteres anzunehmen ist. Unerheblich ist auch, durch welche Maßnahmen oder konkrete Eigenschaften bei den jeweils beanspruchten Waren das Training im Einzelnen erreicht werden soll oder kann. Es reicht aus, dass das angesprochene Publikum die Bezeichnung als einen reinen Sachhinweis versteht.

Bei dieser Sachlage konnte es dahingestellt bleiben, ob es sich auch um eine nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG freizuhaltende beschreibende Angabe handelt.

Dr. Albrecht

Kruppa

Dr. van Raden

Me