



BUNDESPATENTGERICHT

27 W (pat) 83/10

(Aktenzeichen)

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2008 036 843.8

hat der 27. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 28. September 2010 durch Vorsitzenden Richter Dr. Albrecht, Richter Kruppa und Richterin Werner

beschlossen:

Der Beschluss der Markenstelle vom 28. April 2010 wird aufgehoben.

Gründe

I.

Die Anmeldung der Bildmarke (schwarz/weiß)



hat die Markenstelle mit Beschluss vom 28. April 2010 für

„Turn- und Sportartikel, soweit sie in dieser Klasse enthalten sind; Dienstleistungen bezüglich Freizeitgestaltung; Dienstleistung eines Fitness-Studios; Organisation und Durchführung von sportlichen Veranstaltungen; Betrieb von Gesundheits- und Freizeitclubs, soweit in Klasse 41 enthalten; Betrieb von Sporteinrichtungen und Freizeiteinrichtungen, soweit in Klasse 41 enthalten, sportliche Aktivitäten“

zurückgewiesen. Das ist damit begründet, bei der Wortzusammensetzung liege ein beschreibender Hinweis dahingehend vor, dass es sich um Waren und Dienstleistungen handle, die dazu dienen, schnell zu Fitness zu gelangen. Es liege also ein beschreibender Hinweis auf Art, Thematik und Zweck der beanspruchten Waren und Dienstleistungen vor. Die angesprochenen breiten Kreise würden die

Wortkombination ohne weiteres so verstehen, da sie sprachüblich aus Wörtern des englischen Grundwortschatzes zusammengesetzt sei. „Fitness“ sei bereits in die deutsche Sprache eingegangen und „Speed“ für „Geschwindigkeit“ durch Begriffe wie „Highspeedinternet“ inzwischen auch im Inland bekannt. Alle vorliegend beanspruchten Waren und Dienstleistungen könnten der schnellen Erlangung körperlicher Fitness dienen. Wie dies durchgeführt und ermöglicht werde, müsse nicht genau definiert werden. Da Marken stets im Zusammenhang mit den in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen zu sehen seien, ergäbe sich hier aus diesem Zusammenhang, worum es sich thematisch handle.

Auch die graphische Gestaltung verleihe der angemeldeten Marke keine Schutzfähigkeit. Es handle sich lediglich um die Verwendung zweier verschiedener Grautöne und einer besonderen Schriftart, die mit einem grauen Oval unterstrichen sei. Dies sei in der Werbung durchaus gebräuchlich. Das ovale Element gehöre zu den gängigen Formen.

Ob auch ein Freihaltebedürfnis im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG vorliege, könne aufgrund der fehlenden Unterscheidungskraft dahingestellt bleiben.

Zu den von der Anmelderin zitierten Vorentscheidungen sei zu bemerken, dass jeder Fall anders gelagert und daher individuell zu entscheiden sei. So sei die Marke „ActiveO2 Fitness Water“ eingetragen worden, weil Aktiv-Sauerstoff nicht als Inhaltsstoff der beanspruchten Waren geeignet sei. Die Marke „bayernpress“ könnte möglicherweise eingetragen worden sein, weil es dort nicht um Presseerzeugnisse wie Zeitungen u. ä. ging, sondern z. B. um Rundfunksendungen, Filmproduktion usw. „Speedcarving“ sei eingetragen worden, weil es sich dabei um einen Fachausdruck aus dem Bereich des Skisports handle, Skisportartikel aber nicht im Warenverzeichnis enthalten gewesen seien. „Speedpainter“ sei lediglich für Werbung eingetragen worden, aber nicht für Werkzeuge u. a.

Selbst wenn das Amt eine identische oder vergleichbare Marke eingetragen hätte, führte dies außerdem weder für sich noch in Verbindung mit dem Gleichheitssatz zu einer anspruchsbegründenden Selbstbindung.

Der Beschluss ist der Anmelderin am 5. Mai 2010 zugestellt worden.

Die Anmelderin hat am 27. Mai 2010 Beschwerde eingelegt. Sie ist der Auffassung, „speed“ sei kein Adjektiv, so dass das angemeldete Zeichen nicht als „schnell zu Fitness gelangend“ verstanden werde. Die vorliegende Kombination sei ungewöhnlich. Auch sei die Graphik nicht werbeüblich.

Die Anmelderin beantragt sinngemäß,

den Beschluss der Markenstelle aufzuheben, soweit der Schutz als Marke versagt worden sei, und die Marke voll umfänglich einzutragen.

II.

Die Beschwerde ist zulässig und hat in der Sache Erfolg; einer Registrierung der angemeldeten Marke stehen für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine Schutzhindernisse aus § 8 Abs. 2 Nr. 1 und Nr. 2 MarkenG entgegen.

a) Die Bezeichnung „speedfitness“ entbehrt für die streitgegenständlichen Waren und Dienstleistungen nicht jeglicher Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG).

Unterscheidungskraft im Sinn des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende (konkrete) Eignung, die Waren oder Dienstleistungen, für welche die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Waren oder Dienstleistungen von denjenigen

anderer Unternehmen zu unterscheiden. Die Unterscheidungskraft ist zum einen im Hinblick auf die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen und zum anderen im Hinblick auf die beteiligten Verkehrskreise zu beurteilen, wobei auf die Wahrnehmung der Marke durch einen normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist. Ausgehend hiervon besitzen Marken keine Unterscheidungskraft, wenn ihnen die angesprochenen Verkehrskreise für die fraglichen Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnen oder wenn sie aus gebräuchlichen Wörtern der deutschen Sprache oder einer geläufigen Fremdsprache bestehen, die stets nur als solche und nicht als Unterscheidungsmittel verstanden werden.

Dies betrifft vorliegend „fitness“, nicht aber die Zusammensetzung „speedfitness“.

Die Markenstelle hat nicht belegt, dass „speed“ mit „quick“ gleichgesetzt werden kann oder dass „speedfitness“ ein gebräuchlicher Begriff ist. Die beanspruchten Waren und Dienstleistungen richten sich an die allgemeinen deutschen Verkehrskreise. Diese werden zwar ohne Zweifel in der Lage sein, die zum Grundwortschatz der englischen Sprache gehörenden Wörter „speed“ und „fitness“ zu übersetzen. Es ist jedoch nicht zu erkennen, dass dies einen hinreichend klaren Hinweis auf die Zeit, die benötigt wird, um Fitness zu erlangen, oder auf eine Fitness in einem Bereich, in dem es auf Geschwindigkeit ankommt, vermittelt. In Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen bleibt der Bedeutungsinhalt der Marke vielmehr vage und unscharf (vgl. BPatG, 32 W (pat) 108/04 vom 19. Juli 2006 - easyfit).

„speedfitness“ vermittelt in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine unmittelbare Information.

Die erforderliche Unterscheidungskraft hat die Wort-/Bildmarke erst Recht wegen ihrer Ausgestaltung.

Nachdem der Wortbestandteil nach Ansicht des Senats sogar selbständig unterscheidungskräftig ist, könnte ein Fehlen des letzten Grades an Unterscheidungskraft selbst durch die hier nicht besonders phantasievolle graphische Ausgestaltung überwunden werden.

b) Einer Registrierung der als Marke angemeldeten Wortfolge steht damit für die noch strittigen Waren und Dienstleistungen auch nicht das Schutzhindernis des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Diese Vorschrift verbietet es, Zeichen als Marken einzutragen, die ausschließlich aus Teilen bestehen, welche zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft, der Zeit der Herstellung der Waren oder Erbringung der Dienstleistungen oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Waren oder Dienstleistungen dienen können, unabhängig davon, ob und inwieweit sie bereits bekannt sind oder verwendet werden (vgl. STRÖBELE, FS für Ullmann, S. 425, 428).

Beachtliche inländische Verkehrskreise werden in der weder in der deutschen noch in der englischen Sprache gebräuchlichen Wortfolge keinen beschreibenden Gehalt erblicken.

Zu einer Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

Dr. Albrecht

Kruppa

Werner

Fa