



# BUNDESPATENTGERICHT

24 W (pat) 50/12

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

### betreffend die international registrierte Marke IR 933 505 / 03

hat der 24. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts in der Sitzung vom 28. Januar 2014 unter Mitwirkung der Vorsitzenden Richterin Werner sowie der Richterin Dr. Schnurr und des Richters Heimen

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

## **Gründe**

### **I.**

Der Inhaber der international registrierten Wortmarke Nr. IR 933 505

### **WRAP N'GO**

begehrt beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) die Schutzerstreckung für die Bundesrepublik Deutschland für die folgenden Waren und Dienstleistungen:

„Klasse 3: Cosmetics, skin care products, lotions for cosmetic purposes, oils for toilet purposes;

Klasse 5: Hygienic bandages, wraps for health purposes, pharmaceutical lotions, pharmaceutical preparations, body-wrap foils for health purposes;

Klasse 25: Clothing, athletic trousers, compression trousers;

Klasse 41: Sporting activities, operation of fitness studios, rental of sports equipment, training consultancy;

Klasse 44: Operation of beauty parlours, hygienic and beauty care for human beings, physio-therapeutical treatments.“

Die Markenstelle für Klasse 3 IR hat mit zwei Beschlüssen vom 30. März 2010 und vom 26. Juni 2012 der IR Marke „WRAP N'GO“ nach vorheriger Beanstandung und vorläufiger Schutzverweigerung gemäß Art. 5 PMMA i. V. m. Art 6<sup>quinquies</sup> B Nr. 2 PVÜ i. V. m. §§ 119, 124, 113, 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG den Schutz für das Hoheitsgebiet der Bundesrepublik Deutschland versagt. Zur Begründung hat die Markenstelle ausgeführt, die sloganartige Wortfolge „WRAP`N GO“ sei sprachüblich gebildet und setze sich aus jedermann verständlichen englischspra-

chigen Begriffen zusammen. Das Wort „wrap“ bedeute soviel wie „wickeln“ oder „Wickel“. Das Wort „go“ gehöre zum englischen Grundwortschatz und sei gleichbedeutend mit dem deutschen Verb „gehen“. Der Buchstabe „N“ mit dem vor und/oder nachgestellten Apostroph (,N=, ,\*N, bzw. N' oder ,n", ,n, n') sei hier die Entsprechung für das umgangssprachlich verstümmelte englische „and“ mit der deutschen Bedeutung „und“. Für die Wortfolge „WRAP N'GO“ dränge sich der Sinngehalt „[Zuerst] (ein)wickeln und [dann] (los)gehen“ bzw. „(Ein)Wickeln und [gleich wieder] (los)gehen“ auf, nämlich als Hinweis auf die besonders leichte und schnelle Handhabung der Produkte bzw. die Effektivität (und damit gleichzeitige) Zeiterparnis bei der Inanspruchnahme der jeweiligen Dienstleistungen. Das sog. „Bodywrapping“ mit „Body wraps“ habe sich zu einem Fachterminus im Bereich der Schönheits- und Gesundheitspflege entwickelt. In ihrer Gesamtheit werde der Verkehr die Wortfolge daher als rein sachbezogene, werbliche Aussage i. S. v. Wickeln und los(-gehen) verstehen. Von dieser werblichen Aussage seien einerseits die beanspruchten Waren, allesamt Produkte, die man zum Anlegen von Wickeln (bodywraps) benötigte, als auch die entsprechenden, damit zusammenhängenden Dienstleistungen umfasst. Die Bedeutung der Marke erschöpfe sich in dieser Sachaussage und beschreibe in anpreisender Form lediglich die Bestimmung der beanspruchten Waren und Dienstleistungen, ohne einen Hinweis auf ein bestimmtes Unternehmen zu implizieren.

Hiergegen hat der Inhaber der international registrierten Marke am 26. Juli 2012 Beschwerde eingelegt.

Zur Begründung der Beschwerde führt er aus, das DPMA habe bei der Prüfung fehlerhaft an sloganartige Wortfolgen strengere Maßstäbe als an sonstige Zeichen angelegt. Die Wortfolge „WRAP`N GO“ stelle auch keine ohne weiteres für die inländischen Verkehrskreise verständliche Sachangabe dar, die Markenstelle komme nur aufgrund einer analysierenden Betrachtungsweise zu einer anderen Bewertung.

Der englische Begriff „wrap“ sei dem deutschen Verkehr nur als Bezeichnung für eine Speise, nämlich eine gefüllte Teigrolle bekannt und werde auch so verstanden; „wrap“ mit dieser Bedeutung auch lexikalisch nachweisbar. Demnach sei anzunehmen, dass in Deutschland das Wort „WRAP“ nur in dieser Bedeutung, nämlich als Name für eine Speise, verstanden werde, in der es auch in die deutsche Sprache eingegangen sei. Daher werde die Angabe „WRAP`N GO“ eher im Zusammenhang mit einer Fast-Food-Kette gesehen. Anhaltspunkte, dass der inländische Verkehr das Wort „wrap“ in der Bedeutung „Wickel, wickeln“ verstehe, lägen dagegen nicht vor.

Die von der Markenstelle angenommene Bedeutung „[Zuerst] (ein)wickeln, und [dann] (los)gehen“ sei auch keine reine sachbezogene Aussage, die geeignet sei, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu beschreiben, dies gelte insbesondere für die in Klasse 41 „Sporting activities, operation of fitness studios, rental of sports equipment, training consultancy“ und in Klasse 44 „Operation of beauty parlours, hygienic and beauty care for human beings, physio-therapeutical treatments“ enthaltenen Dienstleistungen. Jegliches Herstellen eines sachlichen Zusammenhanges zwischen diesen Dienstleistungen und der Angabe, für die Schutz begehrt werde, erfordere mehrere Gedankenschritte.

Die Waren der Klasse 3 seien zudem dazu bestimmt auf die Haut aufgetragen zu werden und nicht für das Einwickeln u. ä. bestimmt oder geeignet. Die in Klasse 25 genannten Bekleidungsstücke würden ebenfalls nicht gewickelt. Der Umstand, dass in Asien bestimmte Hosen gewickelt würden, stehe dem nicht entgegen. Vielmehr werde die Angabe bei den in das Verfahren eingeführten Belegstellen nicht beschreibend verwendet, sondern – jedenfalls vom Markeninhaber und Beschwerdeführer - markenmäßig benutzt. Allenfalls sei ein beschreibender Anklang in Bezug auf einzelne Waren in Klasse 5 erkennbar.

Dass es sich bei dem angemeldeten Zeichen aber nicht um eine rein sachbeschreibende Angabe handle, zeige auch der Umstand, dass die IR-Marke sogar in englischsprachigen Ländern Schutz genieße. Dies zeige wiederum, dass die Markenstelle ein falsches Verkehrsverständnis zugrunde gelegt habe, denn wenn

englische Begriffe in englischsprachigen Ländern Unterscheidungskraft hätten, müsse dies erst recht für den deutschen Verkehr gelten.

Der Beschwerdeführer beantragt sinngemäß,

die Beschlüsse der Markenstelle für Klasse 3 IR des Deutschen Patent- und Markenamtes vom 30. März 2010 und vom 26. Juni 2012 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Inhalt der Akten verwiesen.

## II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg.

Einem Schutz der IR-Marke „WRAP`N GO“ auf dem Gebiet der Bundesrepublik Deutschland stehen absolute Schutzhindernisse entgegen, §§ 119, 124, 113, 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG i. V. m. Art. 5 PMMA und Art 6<sup>quinquies</sup> B Nr. 2 PVÜ.

Unterscheidungskraft i. S. v. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG bedeutet die Eignung einer Marke, die mit ihr beanspruchten Waren oder Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und sie dadurch für den Verkehr von denen anderer Anbieter unterscheidbar zu machen (vgl. EuGH GRUR 2006, 233, 235, Rn. 45 - Standbeutel; EuGH GRUR 2003, 604, 608, Rn. 62 - *Libertel*). Die Eintragung als Marke kommt nur in Betracht, wenn ein Zeichen diese Herkunftsfunktion erfüllen kann (vgl. EuGH GRUR 2003, 55, 57 f., Rn. 51 - *Arsenal Football Club*; BGH MarkenR 2006, 395, 397, Rdn. 18 - *FUSSBALL WM 2006*, m. w. N.). Ist dies nicht der Fall, widerspricht es dem Allgemeininteresse, das fragliche Zeichen durch seine Eintragung ins Re-

gister zugunsten eines Anmelders zu monopolisieren und der Nutzung durch die Allgemeinheit dauerhaft zu entziehen (vgl. EuGH GRUR 2008, 608, 610, Rn. 59 - *EUROHYPO*; EuGH GRUR 2004, 943, 944, Rn. 26 - *SAT.2*; EuGH GRUR 2003, 604, 608, Rn. 60 - *Libertel*).

Werbeslogans und sonstige spruchartige Wortfolgen sind bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft wie andere Wortmarken zu behandeln. Sie unterliegen keinen strengeren Schutzvoraussetzungen und müssen insbesondere keine zusätzliche Originalität aufweisen. Allein die Tatsache, dass ein Zeichen von den angesprochenen Verkehrskreisen als Werbeslogan verstanden wird, reicht - für sich gesehen - nicht aus, um die für die Schutzfähigkeit erforderliche Unterscheidungskraft zu verneinen (vgl. EuGH GRUR 2010, 228 (Rn. 44) - *VORSPRUNG DURCH TECHNIK*). Entscheidend ist, ob die Marke zugleich auch als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen wahrgenommen wird (EuGH GRUR 2010, 228 (Rn. 45) - *VORSPRUNG DURCH TECHNIK*, GRUR Int. 2011, 255, 257 (Rn. 52) - *BEST BUY*, GRUR Int. 2012, 914, 916 (Rn. 29) – *Wir machen das Besondere einfach*).

Wie bei anderen Markenkategorien auch, ist bei Slogans die für die Schutzfähigkeit erforderliche Unterscheidungskraft allerdings zu verneinen, sofern der Verkehr einer Bezeichnung im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen lediglich einen im Vordergrund stehenden beschreibenden Begriffsinhalt zuordnet (BGH 2006, 850, 854, Rn. 19 - *FUSSBALL WM 2006*; EuGH GRUR 2004, 674, 678, Rn. 86 - *Postkantoor*). Darüber hinaus fehlt die Unterscheidungskraft auch solchen Angaben, die sich auf Umstände beziehen, welche die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen zwar nicht unmittelbar betreffen, mit denen aber ein enger beschreibender Bezug zu dem betreffenden Produkt hergestellt wird (BGH GRUR 2012, 1143, 1144 (Rn. 9) – *Starsat*; GRUR 2006, 850, 854, Rn. 17 - *FUSSBALL WM 2006*).

Hiernach fehlt "WRAP N'GO" für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen das notwendige Mindestmaß an Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.

Das Gesamtzeichen „WRAP N´GO“ wird vom maßgeblichen inländischen Verkehr ohne Weiteres als „(ein)wickeln und (weiter)gehen“ verstanden, mithin als Hinweis, dass der Vorgang des Einwickelns mit den Waren und/ oder den Dienstleister, die derart gekennzeichnet sind, schnell und umgehend, gewissermaßen „im Vorbeigehen“ bewerkstelligt wird.

Das englische Wort „wrap“ ist sowohl Nomen als auch Verb („to wrap“) und bedeutet übersetzt u. a. „Umhang, Stola, Verpackung“ bzw. als Verb „[etwas] einpacken, einwickeln, [jmd.] umarmen“ (vgl. PONS Großwörterbuch Englisch-Deutsch, 2008, S. 1135). Der Beschwerdeführer weist zutreffend darauf hin, dass das Wort „Wrap“ zudem in deutscher und englischer Sprache die Bezeichnung für einen Teigfladen in Form einer Rolle ist (vgl. Duden, Deutsches Universalwörterbuch 7. Aufl. 2011, S. 2030), der dadurch gekennzeichnet ist, dass die jeweilige Füllung in den Teig eingewickelt bzw. eingerollt wird. Entgegen der Auffassung des Beschwerdeführers kann dem maßgeblichen inländischen Verkehrsverständnis aber hier nicht in erster Linie die letztgenannte Bedeutungsvariante zugrunde gelegt werden, da Marken dem Verkehr nicht isoliert begegnen, sondern das Verständnis des Verkehrs, dem die Marke gegenübertritt, stets im Zusammenhang mit den gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen gebildet wird. Ob das Wort „Wrap“ demnach in der deutschen Sprache (auch) als Name für eine gefüllte Teigrolle verwendet wird, ist für das Verkehrsverständnis im Bereich der Waren und Dienstleistungen aus den Klassen 3, 5, 25, 41 und 44, die mit dem genannten Lebensmittel keine Verbindung aufweisen, von untergeordneter Bedeutung. Dennoch deutet auch der Name der als „Wrap“ bezeichneten Teigrollen zwanglos auch auf eine Zubereitungsart hin, die als Wickeln bezeichnet werden kann und weist den inländischen Verkehr selbst aus dieser Richtung auf eine spezielle (Wickel-)Technik hin.

Zutreffend weist der Beschwerdeführer darauf hin, dass die korrekte Übersetzung für Wickel i. S. v. eines oder mehrerer zirkulär um den Körper (Ganzkörperwickel) oder einen Körperteil (Teilwickel) angelegter Tücher in englischer Sprache „compress“ lautet. Die deutsche Verkehrsauffassung hinsichtlich englischsprachiger

Begriffe ist allerdings erfahrungsgemäß davon beeinflusst, dass aufgrund der starken Verwendung der englischen Sprache in Fachsprachen, insbesondere aber in der Werbesprache und bei englisch anmutenden Neologismen - und der im Vergleich zu anderen Fremdsprachen zumindest subjektiv empfundener Ähnlichkeit beider Sprachen – die englische Sprache in Deutschland nicht nur stark vertreten, sondern auch in besonderer Weise verstanden wird. Die Verkehrsauffassung wird von oftmals fehlerhafter Orthografie und Grammatik sowie schlichten Fehldeutungen oder Scheinanglizismen mindestens ebenso geprägt wie vom korrekten Gebrauch der englischen Sprache als Fremdsprache. Das Verständnis der angemeldeten Angabe wird daher nicht notwendig von der korrekten Übersetzung (hier: compress) oder der grammatikalisch richtigen Form bestimmt, sondern hängt u. a. von der Deutung des Fremdwortes auf der Grundlage der durchschnittlichen Sprachkenntnisse der angesprochenen Verkehrskreise sowie dem Vergleich mit tatsächlich oder scheinbar ähnlichen Begriffen in der (deutschen) Erstsprache ab. Für den maßgeblichen inländischen Verkehr, für den Englisch Fremdsprache ist, liegt daher aufgrund der Verwandtschaft zum deutschen Begriff und der nahezu identischen Wortbedeutung des englischen Nomens „wrap“ ein Verständnis i. S. v. „wrap“ = (Körper-)Wickel nahe. Gerade auf dieser Grundlage hat sich auch im deutschsprachigen Raum die Bezeichnung „Body-Wrap“, „Body-Wrapping“, abgekürzt auch „Wrap“, für Körperwickel eingebürgert (vgl. z. B. Internetseite des Beschwerdeführers (<http://at.wrapngo.net>); s. auch weitere dem Beschwerdeführer mit Verfügung vom 23. Januar 2013 übersandte Belege), ohne dass dies zwingend mit der korrekten englischen Übersetzung im Zusammenhang stehen muss, wenngleich der Senat festgestellt hat, dass auch im englischen Sprachraum der Begriff „Body Wrap“ für Körperwickel belegt werden kann (vgl. z. B. <http://iwbodywraps.com/>).

Die weitere Angabe „N‘GO“ besteht, wie bereits die Markenstelle belegt hat, einerseits aus der Zeichenfolge „n“, die eine außerhalb förmlicher Schriftsprache gebräuchliche Abkürzung für „and“ (= und) ist und dem englischen Wort „go“, welches neben vielfältigen anderen Bedeutungen, in der Grundform des Verbes („to go“) auf der Hand liegend als „gehen, anfangen“ übersetzt wird. Auch im Inland ist

es üblich, den Buchstaben „N“ zur Verbindung zweier englischsprachiger Begriffe zu verwenden. Einen entsprechenden lexikalischen Nachweis enthält beispielsweise eine ältere Auflage der deutschen Brockhaus-Enzyklopädie (17. Aufl. 1973, Bd. 16, S. 29) für die Wortkombination „Rock'n'Roll“: „Rock'n'Roll, [engl. „wiegen und rollen], Rock and Roll (...)“.

Das inländische Publikum ist weiter, wie ebenfalls bereits die Markenstelle umfanglich nachgewiesen hat, an die Verwendung des Ausdruckes „go“ insbesondere in der Werbesprache in vielfältigen Zusammenhängen gewöhnt und versteht dies als Hinweis, dass etwas leicht, unkompliziert und/ oder rasch erhältlich ist, abgewickelt wird oder erledigt ist.

Die hier in Rede stehenden Waren und Dienstleistungen richten sich hauptsächlich an Verkehrskreise, die als Endverbraucher oder Fachkreise in der Kosmetikbranche oder Medizin, die mit der Technik des Körperwickels vertraut oder daran interessiert sind.

Entgegen der Auffassung des Anmelders ist es nicht erforderlich, dass die angemeldete Bezeichnung für jeden verständlich ist, sondern es ist genügend, wenn ein nicht unerheblicher Teil der betroffenen Verkehrskreise sofort und ohne weiteres Nachdenken einen konkreten und direkten Bezug zwischen dem fraglichen Zeichen und den von der Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen herstellen können, insbesondere dann, wenn die Waren oder die Dienstleistungen einen sehr spezifischen thematischen Inhalt haben. Insoweit kann auch ein Spezialpublikum mit guten Kenntnissen hinsichtlich der beanspruchten Waren und Dienstleistungen, welches Teil des allgemeinen Verkehrs ist, für die Frage der Unterscheidungskraft beachtlich sein (vgl. EuG, T-0226/07, U.v. 17.09.2008, GRUR Int. 2008,1040, bestätigt durch EuGH C-494/08, U.v. 09.12.2009, GRUR Int. 2010, 500 – PRANAHAUS).

Das Gesamtzeichen „WRAP N'GO“ wird vom Verkehr ohne Weiteres als „(ein)wickeln und (weiter)gehen“ verstanden, mithin als Hinweis, dass der Vorgang des Einwickelns mit den Waren und/oder den Dienstleistungen schnell und umgehend, gewissermaßen „im Vorbeigehen“ bewerkstelligt wird.

Des Weiteren wird im Englischen der Begriff „Wrap“ im Zusammenhang mit dem Begriff „Groin“ (= Leiste, Leistengegend, vgl. PONS a. a. O., S. 419) als Groin wrap verwendet, übersetzt Leistenbinde, Leistenbandage.

In den aufgeführten Bedeutungen ist die Angabe nicht unterscheidungskräftig i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG für sämtliche Waren und Dienstleistungen, für die Schutz begehrt wird.

Hinsichtlich der in Klasse 5 („Hygienic bandages, wraps for health purposes, body-wrap foils for health purposes“) und Klasse 25 („Clothing, athletic trousers, compression trousers“) genannten Waren weist die Angabe „WRAP N´GO“ lediglich in sachlich beschreibender Weise nach Art einer Gebrauchsanweisung auf eine bestimmte Verwendungsart z. B. eines Verbandes, Manschette oder Bekleidungsstückes hin. Gleiches gilt für die mit Klasse 41 („Sporting activities, operation of fitness studios, training consultancy“) und Klasse 44 („Operation of beauty parlours, hygienic and beauty care for human beings, physio-therapeutical treatments“) beanspruchten Dienstleistungen, da die Angabe insoweit einen Hinweis auf eine bestimmte im Rahmen der jeweiligen Behandlung angewandte Technik enthält. Dabei ist es für das Vorliegen einer schutzunfähigen beschreibenden Merkmalsangabe i. S. d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht erforderlich, dass der Verkehr im Einzelnen eine genaue Vorstellung hat, was die mit „WRAP N´GO“ bezeichnete Methode exakt beinhaltet. Wie die dem Beschwerdeführer vom Senat übersandten Belege zeigen, ist die Technik des sog. Body Wrappings regelmäßig dadurch gekennzeichnet, dass im Alltag, beim Sport bestimmte Lagen z. B. aus Stoff oder Folien um den Körper gewickelt werden, damit auch ohne besondere sportlichen Betätigung gesundheitlich vorteilhafte Prozesse in Gang gesetzt werden oder unterstützt werden (vgl. z. B. [www.vitaldreyer.de](http://www.vitaldreyer.de); [www.paradisi.de](http://www.paradisi.de), dem Anmelder übersandt). Dies gilt, soweit es um das Verabreichen von Waren aus den Klassen 3 und 5, geht nicht nur für die bereits aufgeführten Materialien, die zum Wickeln selbst genutzt werden (Kl. 5: Hygienic bandages, wraps for health purposes; body-wrap foils for health purposes), sondern auch für solche Waren, die Wirkstoffe enthalten können. Derartige Körperwickel können beispielsweise auch benutzt werden, um – im Rahmen von Dienstleistungen der Klasse 41 oder

44 - bestimmte pflegende und/oder heilende Mittel zu applizieren, das gilt insbesondere für Mittel aus der Klasse 3 „Cosmetics, skin care products, lotions for cosmetic purposes, oils for toilet purposes“ und aus der Klasse 5 „Pharmaceutical lotions, pharmaceutical preparations“.

Das Schutzhindernis des engen sachlich beschreibenden Zusammenhanges besteht demnach auch hinsichtlich der beanspruchten Dienstleistungen, in deren Rahmen die vorstehend genannten Waren verwendet werden können (Kl. 44: Operation of beauty parlours, hygienic and beauty care for human beings, physiotherapeutical treatments).

Die Technik des Körperwickels bzw. des Bandagierens von Körperteilen wird auch im Rahmen sportlicher Betätigung angewandt, so dass die international registrierte Marke ein sachlicher Hinweis auf einen bestimmten Inhalt der angebotenen Dienstleistung in Klasse 41 „Sporting activities, operation of fitness studios, training consultancy“ sein kann.

Die angemeldete Angabe ist auch beschreibend für die übrigen beanspruchten Waren der Klasse 25 und die Dienstleistung in Klasse 41 „rental of sports equipment“. Abgesehen von der Möglichkeit, das der Verkehr die Angabe „WRAP N´GO“ schlicht als „Bandagieren und weitermachen“ versteht, ist bei Bekleidung, insbesondere Sportbekleidung („athletic trousers, compression trousers“), hauptsächlich solcher asiatischen Ursprungs (z. B. Wickelhosen aus Thailand, vgl. [www.fair-global.com](http://www.fair-global.com)) auch eine Wickeltechnik gebräuchlich. Die Angabe „WRAP N´GO“ kann in den angesprochenen Verkehrskreisen, die sich z. B. im Rahmen von Sport und/ oder Meditationstechniken (z. B. Yoga) mit solcher Bekleidung befassen, beschreibend sein für eine spezielle Form der Bekleidung, die auf einer leicht anwendbaren Wickeltechnik beruht.

Unabhängig davon kann mit der Angabe „Wrap“ bei verschiedenen Sportarten (z. B. Boxen, Kung Fu) die Trageweise oder Art der Befestigung entweder bei der Bekleidung oder bei der sonstigen üblichen (Schutz-) Ausrüstung (z. B. Boxbandagen, Leistenschutz) bezeichnet werden.

Die Einwände des Anmelders ändern an diesen Ergebnissen nichts. Es mag zutreffen, dass der Anmelder die angemeldete Bezeichnung durchgehend markenmäßig verwendet, dies hebt die sachlich beschreibende Bedeutung aber nicht auf. Ebenso wenig ändert es etwas an der dargelegten beschreibenden Bedeutung, dass vielfach die Anwendung von Körperwickeln in einer Ruhephase erfolgt, zwingend ist dies nicht. Wie die Belege für mittels Wickeltechnik angelegter Bekleidung und Ausrüstung bei unterschiedlichen Sportarten zeigt, kann die Angabe auch im Sportbereich im oben dargelegten Sinne beschreibend sein. Wie sich ferner aus den dem Anmelder übersandten Unterlagen ergibt, können und werden Körperwickel auch im Alltag und nicht nur in Ruhepausen angewendet. Schließlich spricht es nicht gegen, sondern für eine ausschließlich beschreibende Bedeutung der Angabe „WRAP N'GO“, dass es auch Körperwickeltechniken gibt, die gerade nicht schnell und einfach angewendet werden können. Entgegen der Auffassung des Anmelders dienen Körperwickel, dazu können auch Verbände etc. gerechnet werden, wie bereits dargelegt, nicht zuletzt dem Zweck, Stoffe auf die Haut zu applizieren, um z. B. die Wirkung dieser Mittel zu intensivieren oder zu verlängern oder schlicht die darüber liegende Bekleidung zu schützen. Schließlich umfasst die Dienstleistung in Klasse 41 „rental of sports equipment“ jegliche Sportart, also auch spezielle Kampfsportarten, in denen entweder traditionelle, gewickelte Beinkleider (z. B. Wickelhosen) getragen werden oder Bandagen aller Art durch einwickeln, umwickeln etc. angelegt werden oder deren Verwendung vermittelt wird.

Aus diesen Gründen war der international registrierten Marke IR 933 505/ 03 „Wrap N'GO“ gemäß §§ 119, 124, 113, 37 Abs. 1, 8 Abs. 2 Nr. 1 und 2 MarkenG in Verbindung mit Art. 5 PMMA, Art. 6 <sup>quinquies</sup> B Nr. 2 PVÜ der Schutz für das Hoheitsgebiet der Bundesrepublik Deutschland zu verweigern.

**III.**

**Rechtsmittelbelehrung**

Gegen diesen Beschluss steht den am Beschwerdeverfahren Beteiligten das Rechtsmittel der Rechtsbeschwerde zu. Da der Senat die Rechtsbeschwerde nicht zugelassen hat, ist sie nur statthaft, wenn gerügt wird, dass

1. das beschließende Gericht nicht vorschriftsmäßig besetzt war,
2. bei dem Beschluss ein Richter mitgewirkt hat, der von der Ausübung des Richteramtes kraft Gesetzes ausgeschlossen oder wegen Besorgnis der Befangenheit mit Erfolg abgelehnt war,
3. einem Beteiligten das rechtliche Gehör versagt war,
4. ein Beteiligter im Verfahren nicht nach Vorschrift des Gesetzes vertreten war, sofern er nicht der Führung des Verfahrens ausdrücklich oder stillschweigend zugestimmt hat,
5. der Beschluss aufgrund einer mündlichen Verhandlung ergangen ist, bei der die Vorschriften über die Öffentlichkeit des Verfahrens verletzt worden sind, oder
6. der Beschluss nicht mit Gründen versehen ist.

Die Rechtsbeschwerde ist innerhalb eines Monats nach Zustellung des Beschlusses beim Bundesgerichtshof, Herrenstr. 45 a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Werner

Dr. Schnurr

Heimen

Bb