



BUNDESPATENTGERICHT

30 W (pat) 12/21

(Aktenzeichen)

Verkündet am

11.05.2023

...

Justizamtsinspektorin
als Urkundsbeamtin
der Geschäftsstelle

BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

betreffend die Markenmeldung 30 2017 104 719.7

hat der 30. Senat (Marken- und Design-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts auf die mündliche Verhandlung vom 11. Mai 2023 unter Mitwirkung des Vorsitzenden Richters Prof. Dr. Hacker, des Richters Merzbach und der Richterin kraft Auftrags Wagner

beschlossen:

Die Beschwerde wird zurückgewiesen.

Gründe

I.

Die am 10. Mai 2017 angemeldete Bezeichnung

DIE BOX

soll als Marke für die Waren und Dienstleistungen

„Klasse 09: Online-Journale im Bereich Fitness und Ernährung; Audio-und visuelle Tonaufzeichnungen insbesondere CDs Videos DVDs und CD-ROMs auf dem Gebiet von Gesundheit Fitness oder Ernährung; Halbleiterbauelemente mit Ton-und/oder Video-und/oder Bildaufzeichnungen; über Telekommunikationsnetze online und über das Internet bereitgestellte Musik Ton Bilder Texte Signale Software Informationen Daten und Codes; aufführungsbereite fotografische Filme und Kinofilme; Computer-Software; nicht gedruckte Veröffentlichungen; elektronische magnetische und optische Kredit-Ausweis-und/oder Mitgliedskarten; Sonnenbrillen sowie Etais und Taschen dafür;

Klasse 35: Einzelhandels- und Großhandelsdienstleistungen, auch über das Internet, insbesondere Vertrieb von Sportartikeln;

Klasse 38: Dienstleistungen in Bezug auf elektronische Gesprächsforen und Mailboxen; elektronische Verbreitung und Verteilung von Daten und Informationen im Bereich Fitness und Ernährung; Information und Beratung in Bezug auf das vorstehend Genannte einschließlich Online-Bereitstellung dieser Dienstleistungen über das Internet oder Extranets;

Klasse 41: Freizeit- und Ausbildungsdienstleistungen; Organisation von Veranstaltungen, insbesondere von sportlichen Veranstaltungen; Betrieb von Freizeit- und Sportstätten; Fitnesstraining; interaktive Online-Dienstleistungen im Bereich Fitness die den Benutzern die Aufstellung von Fitness- und Krafttrainingsprogrammen ermöglichen; Bereitstellung von Informationen im Bereich Fitness und Krafttraining; Beratung durch Fitnesstrainer; Erziehungs- Unterweisungs- und Ausbildungsdienste; Organisation und Durchführung von Erziehungs- und Ausbildungskonferenzen und -seminaren; Produktion von Ton- und Videoaufzeichnungen für Bildungszwecke; Leasen Mieten und Vermieten von Unterrichts- und Lehrmaterialien; Online-Bereitstellung von Bildung aus einer Computerdatenbank oder über das Internet oder Extranets; Durchführung von Kursen Seminaren und Workshops; Entwurf Vorbereitung Verwaltung und Benotung von Prüfungen; Prüfen von Personen; Bereitstellung von Online-Journalen mit Informationen in Bezug auf Fitness und Ernährung; Bereitstellung von Blogs mit Informationen über Fitness und Veranstaltungen zu besonderen Anlässen; Information und Beratung in Bezug auf das vorstehend Genannte einschließlich Online-Bereitstellung dieser Dienstleistungen über das Internet oder Extranets”

in das beim Deutschen Patent- und Markenamt geführte Register eingetragen werden.

Mit Beschluss vom 15. Dezember 2020 hat die mit einer Beamtin des höheren Dienstes besetzte Markenstelle für Klasse 09 des Deutschen Patent- und Markenamts die Anmeldung zurückgewiesen, da es der angemeldeten Bezeichnung in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen an der erforderlichen Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG) fehle.

Das Substantiv „Box“ sei bereits seit langem in die deutsche Sprache mit verschiedenen, lexikalisch nachweisbaren Bedeutungen eingegangen wie zB

„Stand, in dem das Pferd sich frei bewegen kann“, „abgeteilter Einstellplatz für Wagen in einer Großgarage“ oder auch als Bezeichnung für einen „kastenförmigen Behälter“. Als Synonyme zu „Box“ würden die Begriffe „Behälter, Karton, Packung, [Papp]schachtel; [Stell]Platz; Montageplatz, Stand“ verwendet. Darüber hinaus sei es üblich, Angebotspakete zu einem bestimmten Thema für Kunden zu „schnüren“ und auf diese Angebotsform mit dem Begriff „Box“ hinzuweisen. Im Bereich der Sport- und Gesundheitsdienstleistungen werde der Begriff „Box“ auch als Synonym für „Übungsraum/Übungsstudio“ verwendet, wie die Beispiele „Crossfit-Boxen“, „Massage Box“, „Sportbox“ oder „Übungsbox“ zeigten.

Mit diesem Bedeutungsgehalt sei der Begriff „BOX“ geeignet, die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu beschreiben. So könnten die in Klasse 9 beanspruchten Waren Bestandteil einer als „BOX“ bezeichneten Wareneinzelstückliste sein. In Zusammenhang mit den in Klasse 41 beanspruchten Dienstleistungen „Freizeit- und Ausbildungsdienstleistungen; Organisation von Veranstaltungen, insbesondere von sportlichen Veranstaltungen; Betrieb von Freizeit- und Sportstätten; Fitnesstraining; Erziehungs- Unterweisungs- und Ausbildungsdienste; Organisation und Durchführung von Erziehungs- und Ausbildungskonferenzen und -seminaren; Durchführung von Kursen Seminaren und Workshops“ könne „BOX“ als Hinweis auf die Erbringungsstätte dienen dahingehend, dass die vorgenannten Veranstaltungen/Angebote in einem solchen speziellen Übungsraum stattfinden. Die weiter in Klasse 41 und auch 38 beanspruchten Dienstleistungen stünden hierzu in einem engen Sachbezug, da sie ein inhaltlich ergänzendes Angebot zu den in einer „BOX“ erbrachten (sportlichen) Angebote darstellen könnten. Die in Klasse 35 beanspruchten Einzel- und Großhandelsdienstleistungen könnten ihr Angebot auf Sportarten ausrichten, die in einer „BOX“ ausgeführt würden.

Auch durch den vorangestellten Artikel „Die“ werde der beschreibende Sinngehalt des nachfolgenden Nomens „BOX“ nicht verändert. Vielmehr verstehe der Verkehr dies lediglich als Hinweis darauf, dass es sich um die einzig richtige und

empfehlenswerte (Trainings-) Box handele.

Die Anmelderin hat Beschwerde eingelegt, mit der sie im Wesentlichen geltend macht, dass bereits die von der Markenstelle benannte Vielzahl von Bedeutungen des Zeichenbestandteils „BOX“ und die damit verbundene Mehrdeutigkeit einem beschreibenden Verständnis dieses Begriffs entgegenstehe.

Zudem wiesen die von der Markenstelle angenommenen Bedeutungen ersichtlich keinen Zusammenhang mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen auf. So werde der Verkehr bei den Waren der Klasse 09 dem Begriff „BOX“ in Alleinstellung anders als zB bei der von der Markenstelle dazu in Bezug genommenen Begriffskombination „yogabox“ keinen Hinweis auf eine Zusammenstellung dieser Waren als Produktbox/Angebotspaket entnehmen. Zudem eigneten sich die zu dieser Klasse beanspruchten Waren nicht für einen Vertrieb in einer Produktbox/einem Angebotspaket, da sie über das Internet und somit lediglich online bereitgestellt würden.

Soweit die Markenstelle in Zusammenhang mit den zu Klasse 41 beanspruchten Dienstleistungen „Freizeit- und Ausbildungsdienstleistungen; Organisation von Veranstaltungen, insbesondere von sportlichen Veranstaltungen; Betrieb von Freizeit- und Sportstätten; Fitnesstraining; Erziehungs- Unterweisungs- und Ausbildungsdienste; Organisation und Durchführung von Erziehungs- und Ausbildungskonferenzen und -seminaren; Durchführung von Kursen Seminaren und Workshops“ den Zeichenbestandteil „BOX“ als Hinweis darauf verstanden habe, dass diese in einem als „BOX“ bezeichneten speziellen Übungsraum erbracht bzw. angeboten würden, sei ein solcher Sprachgebrauch von „BOX“ in Alleinstellung ebenfalls nicht belegbar.

Ein solches Verständnis von „BOX“ sei für den Verkehr außerhalb von Begriffskombinationen wie „yogabox“, „Sportbox“ oder „Übungsbox“ auch nicht

naheliegender, da er mit einer „BOX“ in der Regel lediglich einen kleinen, kastenförmigen Behälter oder einen Karton, eine Packung, oder eine Pappschachtel, assoziiere, keinesfalls jedoch einen großen Raum, um darin Sport zu treiben oder Fitness-Übungen zu machen. Es sei auch keine Sportart bekannt, die in einer „BOX“ ausgeführt bzw. deren (Übungs-)Raum üblicherweise als „BOX“ bezeichnet würde.

Dementsprechend könne ein die Unterscheidungskraft ausschließender enger beschreibender Bezug dieses Begriffs hinsichtlich der übrigen beanspruchten Dienstleistungen nicht damit begründet werden, dass die weiter in Klasse 41 und 38 beanspruchten Dienstleistungen ein inhaltlich ergänzendes Angebot zu den in einer „BOX“ erbrachten (sportlichen) Angeboten darstellen bzw. die in Klasse 35 beanspruchten Einzel- und Großhandelsdienstleistungen ihr Angebot auf in einer „BOX“ betriebene Sportarten ausrichten könnten.

Die angemeldete Bezeichnung sei daher nicht zuletzt im Hinblick auf den vorangestellten bestimmten Artikel „DER“ ungewöhnlich, so dass der Verkehr zur Ermittlung eines beschreibenden Bedeutungsgehalts der Bezeichnung **DIE BOX** in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zumindest ein erhebliches Maß an Phantasie und an gedanklichen Zwischenschritten aufwenden müsse.

In der mündlichen Verhandlung vom 11. Mai 2023 hat sie zu den ihr mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung übersandten Rechercheergebnissen des Senats zur Verwendung des Begriffs „BOX“ als Bezeichnung des Übungs- bzw. Trainingsraums für „CrossFit“-Training geltend gemacht, dass angesichts des geringen und speziellen Teils des allgemeinen Verkehrs, dem diese Trainingsmethode überhaupt bekannt sei bzw. der von dieser angesprochen werde, nach den Grundsätzen der „gespaltenen Verkehrsauffassung“ allein das Verständnis des überwiegenden Teils des Verkehrs maßgebend sei, dem „CrossFit“ nicht bekannt sei und der daher mit dem Begriff „BOX“ auch keinen entsprechenden Übungsraum assoziiere. Zudem erkenne der allein angesprochene spezielle

Verbraucherkreis der „CrossFit-Interessierten“ in der Anmeldemarke einen Hinweis auf die Anmelderin.

Die angemeldete Bezeichnung **DIE BOX** verfüge daher über die erforderliche Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Ihr stehe auch kein Freihaltungsbedürfnis nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG entgegen.

Die Anmelderin beantragt,

den Beschluss der Markenstelle für Klasse 09 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 15. Dezember 2020 aufzuheben.

Wegen der weiteren Einzelheiten wird auf den Akteninhalt Bezug genommen.

II.

Die zulässige Beschwerde hat in der Sache keinen Erfolg. Denn der angemeldeten Bezeichnung **DIE BOX** fehlt es in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen an Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG. Die Markenstelle hat die Anmeldung daher zu Recht zurückgewiesen (§ 37 Abs. 1 MarkenG).

1. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG schließt von der Eintragung als Marke Zeichen aus, denen für die in der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen jegliche Unterscheidungskraft fehlt. Unterscheidungskraft ist die einem Zeichen zukommende Eignung, die von der Anmeldung erfassten Waren bzw. Dienstleistungen als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und so diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden (vgl. u. a. EuGH MarkenR 2012, 304 Rn. 23 – Smart Technologies/HABM [WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH]; GRUR 2010, 228 Rn. 33 – Audi AG/HABM [Vorsprung durch Technik]; BGH GRUR 2018, 932

Rn. 7 – #darferdas? I; GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2013, 731 Rn. 11 – Kaleido; GRUR 2012, 1143 Rn. 7 – Starsat). Denn die Hauptfunktion einer Marke besteht darin, die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen zu gewährleisten (EuGH GRUR 2008, 608 Rn. 66 Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 229 Rn. 27 – BioID AG/HABM [BioID]; BGH GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI; GRUR 2014, 565 Rn. 12 – smartbook).

Da allein das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft ein Eintragungshindernis begründet, ist ein großzügiger Maßstab anzulegen, so dass jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft genügt, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 11 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2016, 934 Rn. 9 – OUI).

Maßgeblich für die Beurteilung der Unterscheidungskraft zum relevanten Anmeldezeitpunkt (BGH GRUR 2013, 1143 Rn. 15 – Aus Akten werden Fakten) sind einerseits die beanspruchten Waren oder Dienstleistungen und andererseits die Auffassung der beteiligten inländischen Verkehrskreise, wobei auf die Wahrnehmung des Handels und/oder des normal informierten, angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers der fraglichen Waren oder Dienstleistungen abzustellen ist (EuGH GRUR 2019, 1194 Rn. 20 – AS/DPMA [#darferdas?]; GRUR 2008, 608 Rn. 67 – Eurohypo AG/HABM [EUROHYPO]; GRUR 2006, 411 Rn. 24 – Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA [MATRATZEN]; BGH GRUR 2014, 376 Rn. 11 – grill meister).

Keine Unterscheidungskraft besitzen insbesondere Zeichen, die einen beschreibenden Begriffsinhalt aufweisen, der für die in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten als solcher erfasst wird (EuGH GRUR 2004, 674 Rn. 86 – Koninklijke KPN Nederland NV/Benelux-Merkenbureau [Postkantoor]; BGH GRUR 2018, 932 Rn. 8 – #darferdas? I). Auch Angaben, die sich auf Umstände beziehen, die die Ware oder die Dienstleistung selbst nicht unmittelbar betreffen, fehlt die Unterscheidungskraft, wenn durch die Angabe ein enger beschreibender Bezug zu den angemeldeten Waren oder

Dienstleistungen hergestellt wird und deshalb die Annahme gerechtfertigt ist, dass der Verkehr den beschreibenden Begriffsinhalt als solchen ohne Weiteres und ohne Unklarheiten erfasst und in der Bezeichnung nicht ein Unterscheidungsmittel für die Herkunft der angemeldeten Waren oder Dienstleistungen sieht (BGH GRUR 2018, 301 Rn. 15 – Pippi-Langstrumpf-Marke; GRUR 2014, 569 Rn. 10 – HOT; GRUR 2012, 1143 Rn. 9 – Starsat; GRUR 2009, 952 Rn. 10 – DeutschlandCard).

2. Ausgehend von den vorgenannten Grundsätzen weist die angemeldete Marke **DIE BOX** in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen keine Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG auf.

a. Das angemeldete Zeichen besteht aus dem eingedeutschten englischen Begriff „BOX“ und dem diesem Begriff vorangestellten bestimmten Artikel „DIE“.

aa. Das Wort „BOX“ kann im Deutschen eine Vielzahl verschiedener Bedeutungen aufweisen, wobei inländischen Verkehrskreisen vor allem die Bedeutungen „Kasten, Schachtel, Kiste, Gehäuse, Dose“ geläufig sind (vgl. <https://www.dict.cc/?s=%5Bmatchbox%5D> zu „box“). Darüber hinaus hat dieser Begriff in der deutschen Sprache spezielle (eigene) Bedeutungen erfahren, die die Markenstelle im angefochtenen Beschluss im Einzelnen aufgeführt hat und die auch wie zB „Stand, in dem das Pferd sich frei bewegen kann“, „abgeteilter Einstellplatz für Wagen in einer Großgarage“ lexikalisch nachweisbar sind (vgl. DUDEN zu „Box“). Auf diese Begriffe muss vorliegend nicht näher eingegangen werden, da sie – worauf die Anmelderin zutreffend hinweist – ebenso wie die weiteren in diesem Zusammenhang genannten und von der Anmelderin auf den Seiten 5 und 6 ihrer Beschwerdebegründung vom 14. April 2021 nochmals aufgelisteten Bedeutungen erkennbar keinen beschreibenden Aussagegehalt in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen aufweisen. Dies gilt auch für „BOX“ in seiner Bedeutung als Wort für „Kasten, Schachtel, Kiste, Gehäuse, Dose“, da die vorliegend relevanten Waren und Dienstleistungen grundsätzlich nicht in einer Kiste/Schachtel angeboten, verpackt und/oder vertrieben werden.

bb. Ausweislich der der Anmelderin mit der Ladung zur mündlichen Verhandlung übersandten Senatsrecherche wurde der Begriff „BOX“ über seine vorgenannten Bedeutungen hinaus zum Zeitpunkt der Anmeldung (10. Mai 2017) weiterhin in Zusammenhang mit Dienstleistungen im Sport- und Fitnessbereich wie zB dem sog. „CrossFit“-Training, welches ein Kraft- und Konditionierungsprogramm bezeichnet, welches unter anderem Gewichtheben, Sprinten, Eigengewichtsübungen sowie Turnen miteinander verbindet (vgl. <https://de.wikipedia.org/wiki/CrossFit>), als Bezeichnung für den Raum bzw. eine Einrichtung/Stätte, in dem die entsprechenden sportlichen Übungen, Trainingseinheiten etc. durchgeführt werden, verwendet. Verwiesen werden kann dazu auf die Fundstelle <https://www.crossfit-chiemgau.com> vom 6. Oktober 2016, in welcher es unter der Überschrift „Was ist eine Box“ u.a. heißt: „Sollte das nicht reichen, können wir unmittelbar hinter unserer Box, die Landschaftlichen Gegebenheiten des Hochfelln oder der weißen Ache ausnutzen. Die Box von Crossfit Chiemgau befindet sich südwestlich von Traunstein in der Ortschaft Bergen am Fuße des Hochfelln“; weiterhin auf die Internetseite <https://www.crossfitwuppertal.de/> vom 25.11.2013, auf welcher u.a. ausgeführt ist: „Zentral und verkehrsgünstig gelegen, befindet sich unsere CrossFit Box in Wuppertal Cronenberg.“. Weiterhin heißt es auf der Website <https://crossfit-kolbermoor.de/> vom 23.10.2015: „Unsere *Box* befindet sich im HERTO Park in Kolbermoor (auf ...).“ sowie „Die Box ist mit geräumigen Umkleiden sowie großen absperrbaren Metallspinden ausgerüstet.“ Verwiesen werden kann weiterhin auf die Internetseite <https://cfbluepit.de/frechen/> vom 15.07.2017, in welcher ausgeführt ist: „Bei *CrossFit Blue Pit*, deiner *CrossFit Box* in *Frechen*, bieten wir ein Trainingsgelände auf 3 Hallen.“ sowie auf die weiterhin der Anmelderin übersandte Fundstelle <http://therapie-box.de> vom 30.11.2015, in welcher unter der Überschrift „Die Box“ die einzelnen Trainer, Betreuer etc. vorgestellt werden.

Die Fundstellen belegen eine Verwendung dieses Begriffs in dem vorgenannten Sinne nicht nur als Grundwort in Determinativkomposita mit einem die Funktion und den Gegenstand der „BOX“ näher definierenden Bestimmungswort wie zB „Sportbox“ oder „CrossFitbox“, sondern auch in Alleinstellung. Bei dem Begriff

„BOX“ handelte es sich somit bereits zum Anmeldezeitpunkt jedenfalls in Zusammenhang mit Dienstleistungen aus dem Bereich des sog. „CrossFit“-Trainings um eine - neben den gleichbedeutenden und gängigen (Etablissement)Bezeichnungen „Studio“ oder „Center“ - weitere Bezeichnung für eine Sport- und Trainingsstätte.

cc. Soweit die Anmelderin in der mündlichen Verhandlung geltend gemacht hat, dass angesichts des geringen und speziellen Teils des allgemeinen Verkehrs, dem diese Trainingsmethode überhaupt bekannt sei bzw. der von dieser angesprochen werde, nach den Grundsätzen der „gespaltenen Verkehrsauffassung“ allein das Verständnis des überwiegenden Teils des Verkehrs maßgebend sei, dem „CrossFit“ nicht bekannt sei und der daher mit dem Begriff „BOX“ auch keinen entsprechenden Übungsraum assoziiere, beachtet sie bereits nicht, dass bei einer nach den Grundsätzen einer „gespaltenen Verkehrsauffassung“ gebotenen gesonderten Berücksichtigung der an CrossFit-Training interessierten Verbraucher als eigenem Verkehrskreis gerade deren Verständnis von „BOX“ als Bezeichnung einer Trainings- und Übungsstätte zu berücksichtigen wäre, da in einem solchen Fall grundsätzlich nur die Auffassung eines der angesprochenen Verkehrskreise ausschlaggebend ist (vgl. dazu BGH GRUR 2012, 64, Rdnr. 9 - Maalox/Melox-GRY).

Aber auch wenn man eine solche Aufspaltung der Verkehrsauffassung für unzulässig erachtet, weil es sich nicht um objektiv hinreichend deutlich voneinander abgrenzbare Verkehrskreise handelt wie es zB bei besonderem Fachwissen von Wissenschaftlern oder speziellen Fremdsprachenkenntnissen innerhalb abgrenzbarer Bevölkerungskreise der Fall ist (vgl. dazu Ströbele/Hacker/Thiering, Markengesetz, 13. Aufl., § 8 Rdnr. 52), kann entgegen der Auffassung der Anmelderin für die Bestimmung der Verkehrsauffassung nicht allein auf denjenigen Teil des Verkehrs angestellt werden, dem „CrossFit“ nicht bekannt ist (vgl. BGH GRUR 2013, 631 Nr. 65 – AMARULA/Marulablu).

Denn maßgeblich für die Beurteilung der Verkehrsauffassung sind *sämtliche beteiligten Verkehrskreise*, die als Abnehmer oder Interessenten der beanspruchten Waren oder Dienstleistungen in Betracht kommen oder mit deren Vertrieb befasst sind (vgl. EuGH 2006, 411 Nr. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 1999, 723 Nr. 29 – Chiemsee; BGH GRUR 2009, 411 Nr. 12 – STREETBALL; GRUR 2008, 900 Nr. 18 – SPA II), *einschließlich* solcher, die nur *gelegentlich* mit diesen in Berührung kommen (BGH GRUR 2006, 760 Rn. 22 – LOTTO). Hierbei kommt es in erster Linie auf die Vorstellung der Verkehrskreise in dem von den angemeldeten Waren/Dienstleistungen unmittelbar betroffenen Branchenbereich an (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, aaO, § 8 Rdnr. 46). Zu den „beteiligten Verkehrskreisen“ zählen dabei vor dem Hintergrund, dass der EuGH diese als „den Handel **und/oder** die normal informierten und angemessen aufmerksamen Durchschnittsverbraucher“ definiert (vgl. EuGH 2006, 411 Nr. 24 – Matratzen Concord/Hukla; GRUR 1999, 723 Nr. 29 – Chiemsee), nicht nur die Endabnehmer der Waren/Dienstleistungen; vielmehr müssen auch die Hersteller und Händler der Waren bzw. die gewerblichen Anbieter der Dienstleistungen als Fachverkehrskreise berücksichtigt werden (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, aaO, § 8 Rdnr. 48, 747).

Für die danach im Rahmen der Beurteilung der Schutzzfähigkeit notwendige Bestimmung der Verkehrskreise kommt es allein darauf an, wofür die angemeldete Bezeichnung nach den beanspruchten Waren- und Dienstleistungs(ober)begriffen benutzt werden kann (vgl. BGH, GRUR 2002, 261 - AC; GRUR 2006, 850, 856 Tz. 36 - FUSSBALL WM 2006). Vorliegend umfassen sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen oberbegrifflich auch solche, die einen Bezug zu Sport und Fitness und dabei speziell zu CrossFit-Training aufweisen können. So können zB die zu Klasse 09 beanspruchten medialen Waren oder die zu Klasse 38 beanspruchten Dienstleistungen sich inhaltlich/thematisch damit beschäftigen bzw. diese Trainingsmethode zum Gegenstand haben. Dies gilt auch für die zu Klasse 35 beanspruchten Dienstleistungen, welche sich auf für diesen Bereich bestimmte Produkte beziehen können. Ebenso können die zu Klasse 38 beanspruchten Telekommunikationsdienstleistungen Daten aus dem (Kraft)Sport- und

Fitnessbereich und damit auch zu einem CrossFit-Training bereitstellen und/oder übermitteln.

Als relevante inländische Verkehrskreise kommen daher in erster Linie die fachlich interessierten allgemeinen Verbraucher sowie der Fachverkehr aus dem Umfeld des Sport- und Fitnessbereichs in Betracht, denen die Bedeutung von „BOX“ als Bezeichnung des Übungs- bzw. Trainingsraums für „CrossFit“-Training angesichts der Verbreitung dieser Trainingsmethode sowie der belegbaren Verwendung dieses Begriffs auch bereits zum Zeitpunkt der Anmeldung ohne weiteres geläufig war. Darüber hinaus kann eine Kenntnis von „BOX“ in diesem Sinne nicht auf diese Verkehrskreise beschränkt werden. Vielmehr werden auch bisher nicht mit diesen Trainingsmethoden in Kontakte gekommene, jedoch allgemein an Sport und Fitness interessierte Verbraucher mit diesem Begriff als Bezeichnung der Trainings- und Übungsstätte zB durch Werbung oder Gespräche über „CrossFit“-Training konfrontiert, was zudem auch für einen nicht unerheblichen Teil der überhaupt nicht an Sport interessierten Verbraucher angenommen werden kann.

b. Wenngleich der Begriff „BOX“ auf Grundlage dieser Bedeutung als Bezeichnung der Trainings- und Übungsstätte für „CrossFit“-Training nicht unmittelbar Merkmale und Eigenschaften der beanspruchten Waren und Dienstleistungen beschreibt, so besteht in Bezug auf diese Waren und Dienstleistungen doch ein die Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ausschließender enger beschreibender Bezug.

aa. So wird der Verkehr der Wortfolge „BOX“ in Zusammenhang mit den zu Klasse 41 beanspruchten Dienstleistungen, welche sich ihrem Gegenstand und Inhalt nach unmittelbar mit Fitness, Krafttraining etc. und dabei insbesondere mit Crossfit-Training befassen oder zumindest – was die Dienstleistung „Leasen Mieten und Vermieten von Unterrichts- und Lehrmaterialien“ betrifft – darauf beziehen können, lediglich den sachbezogenen Hinweis entnehmen, dass diese in einer (CrossFit-), „BOX“ bzw. – soweit es Online-Dienstleistungen betrifft – von einer „BOX“ oder aus

einer „BOX“ heraus zB im Rahmen einer Videoübertragung erbracht werden oder auch – bei der Dienstleistung „Leasen Mieten und Vermieten von Unterrichts- und Lehrmaterialien“ - sich auf eine solche „BOX“ beziehen. Als Bezeichnung für eine Sport- und Trainingsstätte erschöpft sich „BOX“ dann aber in Bezug auf diese Dienstleistungen ebenso wie die gleichbedeutenden gängigen Etablissementbezeichnungen „Studio“ oder „Center“ in einem Hinweis auf die Erbringungsstätte der Dienstleistungen. Davon ist auch hinsichtlich der zu dieser Klasse weiterhin beanspruchten Dienstleistungen „Entwurf Vorbereitung Verwaltung und Benotung von Prüfungen; Prüfen von Personen“ auszugehen, da diese oberbegrifflich auch Prüfungsdienstleistungen im Bereich „Fitness, Krafttraining“ und damit auch „CrossFit“-Training betreffen können, so dass der Verkehr, wenn er in diesem Zusammenhang mit dem Begriff „BOX“ konfrontiert wird, lediglich einen Hinweis auf die Erbringungsstätte der Dienstleistungen bzw. den Prüfungsort jedoch keinen betrieblichen Herkunftshinweis erkennt.

bb. Hinsichtlich der zu Klasse 38 beanspruchten „Dienstleistungen in Bezug auf elektronische Gesprächsforen und Mailboxen; elektronische Verbreitung und Verteilung von Daten und Informationen im Bereich Fitness und Ernährung; Information und Beratung in Bezug auf das vorstehend Genannte einschließlich Online-Bereitstellung dieser Dienstleistungen über das Internet oder Extranets“, bei der der Dienstleistungsoberbegriff „Information und Beratung in Bezug auf das vorstehend Genannte einschließlich Online-Bereitstellung dieser Dienstleistungen über das Internet oder Extranets“ dahingehend auszulegen bzw. klarzustellen ist, dass dieser eine (per Telekommunikation durchzuführende) „Bereitstellung von Information und Beratung ...“ zum Gegenstand hat, ansonsten es sich um eine der Klasse 41 zuzuordnende Informations- und Beratungsdienstleistung handeln würde, besteht ebenfalls ein die Unterscheidungskraft ausschließender, enger beschreibender Bezug zu dem Anmeldezeichen.

Zu diesen alle Formen der Nachrichten- und Informationsübertragung mit Anlagen und Mitteln der Informationstechnik (wie zB dem Internet) umfassenden

Telekommunikationsdienstleistungen gehört neben der rein technischen Komponente auch die inhaltliche Bereitstellung und Übermittlung von Informationen. Denn zwischen der technischen Dienstleistung und der Contentvermittlung besteht ein so enger Bezug, dass das entsprechende Verkehrsverständnis zwischen Technik und Inhalt insoweit nicht mehr trennt (BPatG 26 W (pat) 72/14 - Shopping Compass; BPatG 29 W (pat) 223/04 - Dating TV; 29 W (pat) 59/10 - dress-for-less; 27 W (pat) 525/14 - Therapie.TV; 29 W (pat) 525/13 -The European; BPatG 30 W (pat) 548/14 - DRIVE & TRACK; vgl. auch BGH GRUR 2010, 1100, 1102 Rdnr. 22 - TOOOR!).

Ausgehend davon wird der angesprochene allgemeine wie auch der Fachverkehr den Begriff „BOX“ in Zusammenhang mit diesen Dienstleistungen, soweit sie inhaltlich Informationen und Daten aus dem (Kraft)Sport- und Fitnessbereich und dabei insbesondere in Zusammenhang mit einem CrossFit-Trainingsprogramm bereitstellen und/oder übermitteln, ohne weiteres und ohne jegliche gedanklichen Zwischenschritte als Hinweis darauf verstehen, dass die mit diesen Dienstleistungen bereitgestellten und/oder übermittelten und nutzbaren Daten aus einer als „BOX“ bezeichneten (Trainings-)Einrichtung stammen.

cc. Die zu Klasse 09 beanspruchten Waren „Online-Journale im Bereich Fitness und Ernährung; Audio-und visuelle Tonaufzeichnungen insbesondere CDs Videos DVDs und CD-ROMs auf dem Gebiet von Gesundheit Fitness oder Ernährung; Halbleiterbauelemente mit Ton-und/oder Video-und/oder Bildaufzeichnungen; über Telekommunikationsnetze online und über das Internet bereitgestellte Musik Ton Bilder Texte Signale Software Informationen Daten und Codes; aufführungsbereite fotografische Filme und Kinofilme; Computer-Software; nicht gedruckte Veröffentlichungen“ – bei denen die Oberbegriffe „Online-Journale im Bereich Fitness und Ernährung; über Telekommunikationsnetze online und über das Internet bereitgestellte Musik Ton Bilder Texte Signale Software Informationen Daten und Codes“ in Abgrenzung zu entsprechenden (Bereitstellungs-

)Dienstleistungen der Klassen 38 bzw. 41 klarstellend dahingehend zu ergänzen sind, dass es sich um herunterladbare Online-Journale bzw. „Musik Ton Bilder Texte Signale“ handelt – sind Waren, welche neben ihrem Charakter als handelbare Güter auch einen bezeichnungsfähigen gedanklichen Inhalt zum Thema „CrossFit“ aufweisen können. Der Verkehr wird dem Begriff „BOX“ dann aber auf Grundlage seiner Bedeutung als Bezeichnung der Trainingsstätte für diese Sport- und Fitnessmethode lediglich einen Hinweis auf die Erbringungsstätte der den Gegenstand und Inhalt der medialen Waren bildenden CrossFit-Trainingsmethoden und -programme entnehmen, nämlich dass diese in einer „BOX“ stattfinden bzw. aus einer „BOX“ erbracht werden, so dass das angemeldete Wortzeichen ebenfalls einen die Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ausschließenden engen beschreibenden Bezug zu diesen Waren aufweist.

dd. Dies gilt gleichermaßen für die zu dieser Klasse weiterhin beanspruchten Waren „elektronische magnetische und optische Kredit-Ausweis-und/oder Mitgliedskarten; Sonnenbrillen sowie Etais und Taschen dafür“, welche als ergänzende Produkte für eine „CrossFit-Box“ und/oder in einer „CrossFit-Box“ durchzuführende Trainings- und Sportprogramme bestimmt und geeignet bzw. als Werbe- und Merchandising-Produkte für eine solche „BOX“ konzipiert sein können. Ebenso können die dienstleistungsgegenständlichen Waren und Produkte der zu Klasse 35 beanspruchten Einzel- und Großhandelsdienstleistungen wie zB die beispielhaft benannten Sportartikel für eine „CrossFit Box“ bestimmt sein, so dass der Verkehr auch in diesem Zusammenhang die angemeldete Wortfolge **DIE BOX** lediglich als Bezeichnung der Sport- und Trainingsstätte für diese Trainingsmethode wahrnehmen und verstehen wird.

c. Ob den beanspruchten Waren- und Dienstleistungsoberbegriffen auch einzelne Waren und Dienstleistungen unterfallen, für die der Begriff „BOX“ in seiner Bedeutung als Bezeichnung einer Sport- und Trainingsstätte nicht als Sachangabe verstanden wird, ist unerheblich. Denn für die Beurteilung der Schutzfähigkeit eines angemeldeten Zeichens kommt es – wie bereits erwähnt - allein darauf an, wofür es

nach den beanspruchten Waren- und Dienstleistungs(ober)begriffen benutzt werden kann. In Bezug auf diese liegt daher ein Eintragungshindernis bereits dann vor, wenn ein Schutzhindernis hinsichtlich einzelner unter den Oberbegriff fallender Waren und/oder Dienstleistungen anzunehmen ist (vgl. BGH, GRUR 2002, 261 - AC; GRUR 2006, 850, 856 Tz. 36 - FUSSBALL WM 2006). Andernfalls wäre es möglich, das für eine bestimmte Ware bestehende Eintragungshindernis durch Anmeldung der Marke für einen entsprechend weit gefassten Warenoberbegriff zu umgehen (vgl. Ströbele/Hacker/Thiering, aaO, § 8 Rdnr. 127).

d. Entgegen der Auffassung der Anmelderin führen die weiteren Bedeutungen von „BOX“ wie zB „Kasten, Schachtel, Kiste, Gehäuse, Dose“ bzw. „Stand, in dem das Pferd sich frei bewegen kann“, „abgeteilter Einstellplatz für Wagen in einer Großgarage“ nicht zu einer einem unmittelbaren Verständnis dieses Begriffs in dem vorgenannten Sinne entgegenwirkenden Mehrdeutigkeit und Interpretationsbedürftigkeit des Begriffs „BOX“ bzw. der Wortfolge **DIE BOX**. Denn bei allen absoluten Schutzhindernissen hat die Prüfung der Schutzfähigkeit eines Zeichens konkret in Bezug auf die mit der Anmeldung gemäß § 32 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG beanspruchten Waren/Dienstleistungen zu erfolgen. In Zusammenhang mit den vorliegend konkret beanspruchten Waren und Dienstleistungen liegt aber ein Verständnis von „BOX“ in einer seiner vorgenannten Bedeutungen aus den vorgenannten Gründen fern.

e. Soweit die Markenstelle in Zusammenhang mit den zu Klasse 09 beanspruchten medialen Waren davon ausgegangen ist, dass der Begriff „BOX“ auf Grundlage seiner wortsinngemäßen Bedeutung „Kasten, Schachtel, Kiste, Gehäuse, Dose“ in Wortkombinationen wie zB „Wanderbox“, „Bastelbox“, „Spabox“, „MassageBox“, „Fitness Box“ werbesprachlich auf Angebotspakete/Produktzusammenstellungen hindeute und daher in Zusammenhang mit diesen Waren lediglich als beschreibende Angabe zu deren Vertriebsform verstanden werde, erscheint bereits fraglich, ob der Begriff „BOX“ auch ohne ein den Gegenstand und den Inhalt des Angebotspakets näher definierendes Bezugswort in diesem Sinne verstanden wird.

Dies kann aber letztlich offenbleiben. Denn auch bei einem solchen Verständnis läge keine schutzbegründende Interpretationsbedürftigkeit des Begriffs „BOX“ bzw. der Bezeichnung **DIE BOX** vor, da die Angabe auch mit dieser Bedeutung sich in einer beschreibenden Sachangabe zur Vertriebsform dieser Produkte erschöpft. Der insoweit alleine durch die verschiedenen – jeweils beschreibenden – Deutungsmöglichkeiten hervorgerufene Interpretationsaufwand des Verkehrs reicht für die Bejahung einer Unterscheidungskraft nicht aus (vgl. BGH GRUR 2014, 569, Nr. 24 – HOT; Ströbele/Hacker/Thiering, a. a. O., § 8 Rn. 170 m. w. N.).

Dies gilt gleichermaßen, soweit „BOX“ bei einem Verständnis von „BOX“ als Bezeichnung einer elektronischen Speichereinrichtung, aus der Informationen und Daten abgerufen werden können (vgl. BPatG 30 W (pat) 6/18 – priobox), in Zusammenhang mit den zu Klasse 38 beanspruchten Telekommunikationsdienstleistungen als Hinweis darauf gesehen werden kann, dass diese über eine elektronische/digitale „BOX“ bereitgestellt und/oder übermittelt werden.

In rechtlicher Hinsicht ist zudem zu beachten, dass ein Zeichen bereits dann von der Eintragung ausgeschlossen, wenn es auch nur in einer seiner möglichen Bedeutungen ein Merkmal der konkret in Frage stehenden Waren oder Dienstleistungen bezeichnet (vgl. EuGH MarkenR 2003, 450 – DOUBLEMINT; EuGH MarkenR 2004, 111, 115 – BIOMILD/Campina Melkunie; BGH GRUR 2014, 569, Tz. 20 – HOT).

3. Auch der vorangestellte direkte Artikel „Die“ ermöglicht es dem angesprochenen Verkehr nicht, das Zeichen insoweit einem bestimmten Anbieter zuzuordnen. Zwar ist es nicht generell ausgeschlossen, dass die Verwendung des bestimmten Artikels einer Bezeichnung individualisierenden Charakter verleiht (vgl. BPatG GRUR 2006, 593 - Der kleine Eisbär - zu einer fiktiven Tierfigur). In aller Regel - und so auch hier – ist die Verwendung des direkten Artikels aber nicht geeignet, vom Verkehr als Individualisierungsmerkmal erkannt zu werden. Denn die grammatikalisch korrekte Voranstellung des direkten Artikels ändert an dem beschreibenden Sinngehalt des nachfolgenden Nomens naturgemäß nichts (vgl. BPatG 30 W (pat) 90/10 das Datenschutz Team, BeckRS 2012, 18177) und dient letztlich lediglich der werbesprachlichen Hervorhebung der als „BOX“ bezeichneten Trainings- und Übungsstätte (vgl. dazu BPatG 25 W (pat) 571/20 v. 3. Februar 2022 – Die Topmakler).

4. Die Wortfolge **DIE BOX** beschränkt sich somit in Bezug auf die beanspruchten Waren und Dienstleistungen, welche sich ihrem Gegenstand, Inhalt oder auch Bestimmungszweck nach ausnahmslos auf CrossFit-Training beziehen können, auf einer schlagwortartig-prägnante und den angesprochenen Verkehrskreisen ohne weiteres verständliche Bezeichnung des Übungs- bzw. Trainingsraums für diese Trainingsmethode, welche jedenfalls einer die Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ausschließenden engen beschreibenden Bezug zu den beanspruchten Waren und Dienstleistungen aufweist, ohne einen darüber hinausreichenden Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren und Dienstleistungen zu vermitteln.

5. Der von der Anmelderin in der mündlichen Verhandlung angeführte Umstand, wonach der angesprochene spezielle Verbraucherkreis der „CrossFit-Interessierten“ in der Anmeldemarke **DIE BOX** einen Hinweis auf die Anmelderin sehe, ist bereits deshalb unbeachtlich, weil die Frage, ob einer zur Eintragung in das Markenregister angemeldeten Bezeichnung absolute Schutzhindernisse nach § 8 MarkenG entgegenstehen, losgelöst von der Person des Anmelders zu prüfen ist, so dass weder Namens- noch Monopolrechte zu einer von den gesetzlichen Bestimmungen des Markengesetzes abweichenden Beurteilung führen können (vgl. BGH MarkenR 2012, 76 f., Rn. 17 – Institut der Norddeutschen Wirtschaft e. V.; GRUR 2006, 503, Rn. 10 – Casino Bremen). Diesem von der Anmelderin vorgetragenen Umstand könnte nur Bedeutung zukommen, wenn zur Überwindung des Schutzhindernisses nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG der Nachweis geführt wird, dass sich die Bezeichnung im Verkehr infolge ihrer Benutzung als Marke für die angemeldeten Waren oder Dienstleistungen durchgesetzt hat. Diesen Nachweis hat die Anmelderin nicht geführt.

6. Die angemeldete Marke ist damit nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG von der Eintragung ausgeschlossen, so dass die Beschwerde zurückzuweisen war.

III.

Rechtsmittelbelehrung

Gegen diesen Beschluss steht der Anmelderin 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, Herrenstraße 45a, 76133 Karlsruhe, durch einen beim Bundesgerichtshof zugelassenen Rechtsanwalt als Bevollmächtigten schriftlich einzulegen.

Hacker

Merzbach

Wagner