



# BUNDESPATENTGERICHT

32 W (pat) 155/03

---

(AktENZEICHEN)

## BESCHLUSS

In der Beschwerdesache

...

**betreffend die Markenmeldung 302 39 755.8**

hat der 32. Senat (Marken-Beschwerdesenat) des Bundespatentgerichts am 1. August 2005 unter Mitwirkung des Richters Viereck als Vorsitzenden sowie der Richter Dr. Albrecht und Kruppa

beschlossen:

Auf die Beschwerde wird der Beschluss der Markenstelle für Klasse 41 des Deutschen Patent- und Markenamts vom 24. Januar 2003 insoweit aufgehoben, als die angemeldete Marke zurückgewiesen wurde.

## **Gründe**

### **I.**

Die angemeldete Wortmarke

## **MULTIPOWER**

hat die Markenstelle mit Beschluss vom 24. Januar 2003 für die Dienstleistungen

"Sportunterricht, nämlich Durchführung von Aerobic-Kursen, Dienstleistung von Fitness-Clubs, Sportveranstaltungen"

zurückgewiesen. Dies ist damit begründet, die Wortkombination "MULTIPOWER" sei zwar noch nicht lexikalisch nachweisbar, aber unmittelbar im Sinn von "viel(fach) Stärke/Leistung" verständlich. Die Begriffe "MULTI" und "POWER" seien in die deutsche Sprache eingegangen. Daher werde das Publikum der angemeldeten Kombination im Zusammenhang mit den zurückgewiesenen Dienstleistungen nur den beschreibenden Hinweis entnehmen, dass diese in der Lage seien, eine vielfache Leistung/Kraft zu entwickeln, denn die angebotenen Dienstleistungen seien darauf gerichtet, die körperliche Belastungsfähigkeit und Stärke zu verbessern. Damit fehle der angemeldeten Marke insoweit die Unterscheidungskraft.

Am 21. Februar 2003 hat die Anmelderin Beschwerde eingelegt. Zu deren Begründung ist vorgetragen, "Power" bedeute nur als technischer Parameter "Leistung", beziehe sich aber nicht auf menschliche Eigenschaften in Form von Leistungsfähigkeit. Damit bleibe nur die Übersetzung mit "Kraft", was für Aerobic-Kurse und Dienstleistungen von Fitness-Clubs nicht unmittelbar beschreibend sei. Dabei gehe es in der Regel um Gewichtsreduzierung, Gesundheitsförderung und Erhöhung des körperlichen Wohlbefindens, nicht um eine Vervielfachung der Körperkraft. Selbst im Bereich Bodybuilding wäre "MULTIPOWER" nur nach einem analytischen Gedankenschritt beschreibend. Dass in einem Markenwort Andeutungen steckten, sei kein den Markenschutz verhindernder Grund.

Die Anmelderin beantragt,

unter Aufhebung des Beschlusses der Markenstelle vom 24. Januar 2003 die Eintragung der Wortmarke "MULTIPOWER" auch für die Dienstleistungen "Sportunterricht, nämlich Durchführung von Aerobic-Kursen, Dienstleistung von Fitness-Clubs, Sportveranstaltungen" zu beschließen.

Im Übrigen wird auf Akteninhalt Bezug genommen.

## II.

**1)** Die zulässige Beschwerde hat in der Sache Erfolg, da keine Eintragungshindernisse nach § 8 Abs. 2 Nrn. 1 und 2 MarkenG vorliegen.

**a)** Nach § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG ist Begriffen der Markenschutz nur zu versagen, wenn sie ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die zur Bezeichnung der beanspruchten Dienstleistungen nach Art, Bestimmung, Wert, geo-

graphischer Herkunft oder sonstiger Merkmale dienen (vgl. BGH GRUR 2002, 64 – INDIVIDUELLE).

Davon kann im vorliegenden Fall nicht ausgegangen werden, da "MULTIPOWER" als Begriff nicht nachweisbar ist.

Dass die einzelnen Bestandteile "MULTI" und "POWER" für sich genommen beschreibende Aussagen enthalten können, führt nicht automatisch dazu, dass auch die Kombination der beiden Begriffe im Zusammenhang mit den von der Markensstelle versagten Dienstleistungen beschreibend ist. "MULTI" kann z.B. eine Vielzahl enthaltener Stoffe beschreiben (Multivitamin) und "POWER" kann im Zusammenhang mit technischen Geräten deren Leistungsstärke beschreiben. Im Zusammenhang mit Sportkursen deutet "Power" auf das angestrebte Ergebnis oder auf ein besonders intensives Training hin, bei dem sich bereits nach kurzer Zeit gewünschte Erfolge einstellen können. Selbst wenn "POWER" für menschliche Leistungsstärke stünde, würde "MULTIPOWER" das Ergebnis der von der Markensstelle versagten Dienstleistungen nicht eindeutig beschreiben. "MULTI" meint weniger eine große Menge gleichartiger Dinge, sondern eine besondere Vielfalt verschiedener Dinge, wie dies etwa in Multitasking zum Ausdruck kommt. Damit bleibt unklar, ob hier eine für vielerlei Zwecke geeignete Kraft aufgebaut werden soll, ob durch unterschiedliche Übungen Kraft aufgebaut werden soll usw., so dass keine unmittelbar beschreibende Angabe vorliegt (vgl. HABM vom 19. Juni 2002, R0205/02-3 – MULTIBOX; vom 11. Juli 2001, Az.: R0147/01-3 – MULTIFOAM; BPatG Beschluss vom 30. Mai 2000 Az.: 24 W (pat) 184/99 – MULTICLEAN).

**b)** Auch den geringen Anforderungen an die Unterscheidungskraft wird die Marke mit ihrer diffusen Aussage gerecht (vgl. BPatG Beschluss vom 31. Januar 1996, Az.: 29 W (pat) 202/93 – MULTI-NET; vom 22. März 2000, Az.: 26 W (pat) 162/99 – MULTIPOLSTER; vom 2. April 1997, Az.: 26 W (pat) 17/97 – MULTISORTA).

Unterscheidungskraft im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG ist die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, den Verbrauchern als Unterscheidungsmittel für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen zu dienen.

Hierbei reicht jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft aus, um das Schutzhindernis zu überwinden (BGH GRUR 2001, 735, 736 – TEST IT m.w.N.). "MULTIPOWER" hat keinen klar beschreibenden Sinn und ist auch kein Begriff der deutschen Sprache oder einer bekannten Fremdsprache, den die Verbraucher - etwa wegen seiner Verwendung in der Werbung – nicht als Unterscheidungsmittel verstanden. Schon die Mehrdeutigkeit spricht für Unterscheidungskraft (vgl. BGH GRUR 2001, 1150 – LOOK).

**2)** Zur Erstattung der Beschwerdegebühr (§ 71 Abs. 3 MarkenG) besteht kein Anlass.

Viereck

Kruppa

Dr. Albrecht

Hu