

von Friederike Brauer

Slogan "Kleben Sie noch - oder frankieren Sie schon?" als Marke teilweise eintragungsfähig

Auch Werbeslogans sind als Marke grundsätzlich eintragungsfähig. Werbeslogans werden an den selben Maßstäben gemessen, wie auch einfache Wortmarken. So können gewisse Schutzhindernisse auch der Eintragung eines Werbeslogans als Marke entgegenstehen. Das Bundespatentgericht hat am 20.09.2007 (Az.: 29 W (pat) 50/05) über die Eintragungsfähigkeit dieses Slogans entschieden, der vom sprachlichen Aufbau her an den wohl zu den bekanntesten Unternehmens-Slogans Deutschlands zählenden Slogan von IKEA "Wohnst Du noch oder lebst Du schon?" angelehnt ist.

Zunächst aber die Ablehnung der Eintragung durch das Deutsche Patent- und Markenamt:

Das Gericht hatte über eine Beschwerde des Anmelders gegen die vollständig ablehnende Entscheidung des Deutschen Patent- und Markenamtes zu entscheiden. Der streitgegenständliche Slogan war für Waren und Dienstleistungen wie beispielsweise Frankiermaschinen, Computerhardware und Geschäftsführung in den Klassen 2, 3, 7, 9, 16, 20, 35 und 38 beim Deutschen Patent- und Markenamt angemeldet worden. Das Amt hatte daraufhin die Eintragung vollumfänglich abgelehnt und dies damit begründet, dass dem Slogan gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG jegliche Unterscheidungskraft fehle. Das Kombinationszeichen stelle nämlich eine beschreibende Werbeaussage dar, die die Eignung zur betrieblichen Herkunftsentscheidung entbehre. Die Wortfolge sei sprachüblich zusammengesetzt und entspreche in ihrer Bildung der üblichen, werblich verwendeten Diktion, um den Verwendungszweck eines Produkts oder den Inhalt einer Dienstleistung besonders herauszustellen. Da das Begriffspaar "Kleben/Frankieren" häufig im Zusammenhang mit Frankiermaschinen in der Werbung auftauche, sei letztlich der Slogan nicht eintragungsfähig.

Dann die Korrektur durch das Bundespatentgericht:

Das Bundespatentgericht stellte nun fest, dass der Slogan nur bezüglich eines Teils der angemeldeten Waren und Dienstleistungen einen beschreibenden Charakter aufweise, ansonsten jedoch die Entscheidung des Deutschen Patent- und Markenamtes aufzuheben sei.

Das den Slogan prägende Begriffspaar "Frankieren" und "Kleben" sei in unmittelbarer Assoziation mit Briefen und Briefmarken hinsichtlich Frankiermaschinen und anderen Waren, die einen unmittelbaren Bezug zur Frankiertechnik aufweisen, beschreibend, da sich die Wortfolge in einer unmissverständlichen werblichen Aufforderung zum Wechsel zu einer modernen Art der Frankierung erschöpfe. Auch andere Wettbewerber würden, wie das Internet zeige, sich dieser Wörter in Gegenüberstellung häufig bedienen. Was Computer u.a. Waren anbelangt, so würden diese zwar nicht ausschließlich im Rahmen der Frankiertechnik eingesetzt, doch könnten unter diese Oberbegriffe fallende Waren typischerweise dafür geeignet sein, so dass auch hier eine Eintragung abgelehnt werden müsse.

Hinsichtlich der Dienstleistung "Vermietung von Büromaschinen" u.a. wurde auch festgestellt, dass der Verbraucher den Slogan nur als eine im Vordergrund stehende Sachangabe sehen werde.

Lediglich für Waren wie z.B. Modems, Fixiermittel und Dienstleistungen wie z.B. Marketing und Betrieb von Telefonzentralen ließe sich keine inhaltliche und damit beschreibende Bedeutung des Begriffspaares "Kleben/Frankieren" feststellen, so dass hier einer Eintragung das Schutzhindernis der mangelnden Unterscheidungskraft gem. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG nicht entgegensteht.

Fazit:

Die Entscheidung des Bundespatentgerichts zeigt, dass die Unterscheidungskraft eines Markenzeichens immer wieder auf den Prüfstand gelangt. Will man ein Wortzeichen als Marke anmelden, empfiehlt sich daher eine sorgfältige Analyse des Zeichens, um im Prüfungsverfahren keine böse Überraschung zu erleben. Schließlich besteht, da die amtlichen Gebühren im Falle einer Ablehnung der Marke nicht zurückerstattet werden, ein gewisses Kostenrisiko.

Autor:

Friederike Brauer
Rechtsanwältin