

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Da legst di nieder - “my bed” keine eintragungsfähige Marke für Zimmervermietung

Das Bundespatentgericht (BPatG, Beschluss vom 19.11.2012, Az. 27 W (pat) 16/12) unterstreicht mit seinem Beschluss vom 19.11.2012, dass es nicht möglich sei, die Wortmarke “my bed” für die Dienstleistung der Gästezimmervermietung einzutragen. Laut Bundespatentgericht mangle es an der Unterscheidungskraft des englischen Ausdruckes da dieser für deutsche Adressaten nicht als herkunftsweisende Marke sondern als reine Werbeaussage verstanden werde.

### Der Hintergrund

Das Gericht verwehrte die Markeneintragung aufgrund fehlender Unterscheidungskraft sowie einem Freihaltungsbedürfnis. Unter Unterscheidungskraft i.S.d. § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG versteht man die einem Zeichen innewohnende Eignung als Unterscheidungsmittel für die von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber solchen anderer Unternehmen. Handelt es sich wie hier nicht um einzelne Wörter sondern um eine Wortkombination, so ist die Bezeichnung in ihrer Gesamtheit zu beurteilen (BGH Urt. v. 17.05.2011 - I ZB 60/98).

Wortfolgen gelten dann als nicht unterscheidungskräftig, wenn sie lediglich allgemein beschreibender Natur sind oder auf allgemeine Art und Weise werben (BGH BIPMZ 2000, 161 - Radio von hier). Die Bezeichnung „my bed“ erschöpfe sich in einem grammatikalisch korrekten, englischen Werbespruch, den das angesprochene deutsche Zielpublikum lediglich als „mein Bett“ übersetze und somit ausschließlich als sachbezogenen Hinweis auffasse. Die Anspielung werbe ausschließlich für die Qualität der Dienstleistung der Anmelderin, nämlich dass sich ihre Gäste in den bereitgestellten Betten wie zu Hause fühlen würden.

Es sei absolut üblich, dass Werbung mittels Schlagwörtern und auf emotionale Art und Weise die Waren und Dienstleistungen anpreise. Nicht jede plakative Wortkombination stelle automatisch einen betrieblichen Herkunftshinweis dar.

In Bezug auf die beanspruchte Dienstleistung „Vermietung von Gästezimmern“ werde das Publikum die angemeldete Bezeichnung lediglich in dem von der Markenstelle aufgezeigten Sinn als Werbeaussage verstehen, nämlich dass die Dienstleistung mit einem Bett erbracht wird, das so angenehm und bequem wie das eigene Bett ist.

## Fazit

Das Recht an einer Marke dient in erster Linie der Gewährung der Ursprungsidentität der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen (BGH GRUR 2006, 850, 854 - Fußball WM 2006). Ob eine Marke als schutzfähig gilt, wird dabei anhand der angemeldeten Bezeichnung beurteilt; besteht diese aus mehreren Wortteilen anhand der Beurteilung der Bezeichnung in ihrer Gesamtheit.

Versagt wird die Eintragung als Marke, wenn die Bezeichnung nur allgemein beschreibender oder werbender Natur ist und lediglich die konkreten Merkmale der in Frage stehenden Dienstleistungen beschreibt und keinen Hinweis auf einen betrieblichen Ursprung enthält und folglich nicht über die nötige Unterscheidungskraft verfügt (vgl. BGH Urt. v. 22.04.2004 - I ZR 189/01 - URLAUB DIREKT).

Autor:

**RA Felix Barth**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement