

## Werbeslogan als Marke eintragungsfähig?

**Werbetreibende stehen vor der schweren Aufgabe für Ihre Kunden kreative Kennzeichen mit hohem Wiedererkennungswert schaffen zu müssen. Dabei müssen sie regelmäßig darauf achten, dass die von ihnen geschaffenen Kennzeichen und Werbeslogans auch als Marke eintragungsfähig sind. Das Bundespatentgericht hatte in einem solchen Fall zu entscheiden, ob der von einer Werbeagentur geschaffene Werbeslogan „Lovely Moments“ als Marke eingetragen werden kann.**

Eine Firma versuchte das Kennzeichen „Lovely Moments“ in den Warenklassen Klassen 3, 4 und 30 anzumelden. Das Markenamt lehnte eine Eintragung der Marke aber wegen fehlender Unterscheidungskraft ab, da die relevanten Verkehrskreise der Bezeichnung „Lovely Moments“ eine bloße Werbeaussage oder Anpreisung allgemeiner Art sähen, welche nicht konkreten Waren und Dienstleistungen zuzuordnen sei.

Dagegen wehrte sich der Anmelder mit einer Beschwerde beim Bundespatentgericht. Nach seiner Auffassung sei die anzumeldende Marke für die Waren der angemeldeten Klassen nicht beschreibend, was für eine Unterscheidungskraft genüge.

### Entscheidung des Gerichts

Mit [Beschluss vom 06.09.2011 - Az. 24 W \(pat\) 503/10](#) bestätigte das Bundespatentgericht die rechtliche Einschätzung des Markenamtes und wies die Beschwerde des Anmelders zurück.

Nach ständiger Rechtsprechung sei die markenrechtliche Unterscheidungskraft die konkrete Eignung einer Marke, auf die Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen aus einem bestimmten Unternehmen hinzuweisen und so diese Waren und Dienstleistungen von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Keine Unterscheidungskraft haben gebräuchliche Wörter oder Wendungen der deutschen oder einer geläufigen Fremdsprache, wenn sie nur als solche in ihrer ursprünglichen Bedeutung verstanden werden und keine über das bloße Wortverständnis hinausgehende Aussage zur betrieblichen Herkunft der für eine Marke beanspruchten Waren und Dienstleistungen enthalten.

Ein nicht beschreibendes Zeichen könne zwar auch dann unterscheidungskräftig sein, wenn der Verkehr es gleichzeitig oder auch in erster Linie als Werbemittel auffasse. Auch ein Werbeschlagwort müsse aber die markenrechtliche Herkunftsfunktion erfüllen, wenn es als Marke in das Register eingetragen werden soll. Geläufigen Werbeaussagen oder Werbeslogans allgemeiner Art fehle diese Unterscheidungskraft aber.

Das angemeldete Kennzeichen „Lovely Moments“ sei als einfaches Werbeschlagwort zu qualifizieren, dass ausschließlich dazu eigne, die Aufmerksamkeit der Verkehrskreise auf die beanspruchten Waren als solche zu lenken. Ein Hinweis auf das konkrete Herkunftsunternehmen dieser Waren im Unterschied zu allen anderen Herkunftsunternehmen gleicher Waren enthalte die Wortfolge „Lovely Moments“ dagegen nicht.



## **Fazit**

Die Werbeindustrie sollte bei der Schaffung von Kennzeichen die Eintragungsfähigkeit der Marken überprüfen. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass die vorgeschlagenen Kennzeichen nicht rein beschreibend sind und auch die markenrechtliche Herkunftsfunktion erfüllen. Daneben können vorbestehende ähnliche oder identische Marken problemlos recherchiert werden, um spätere Kollisionen zu vermeiden.