

## Lust auf Farbe?

**Um eine Marke erfolgreich anzumelden, dürfen der Anmeldung bekanntlich keine absoluten Schutzhindernisse entgegenstehen. Insbesondere für Slogans ist diese Hürde nicht immer leicht zu nehmen, wie eine Entscheidung des Bundespatentgerichts zeigt.**

Jemand wollte die Marke "Lust auf Farbe" für diverse Waren in den Klassen 2, 17, 19 und 27 anmelden. Darunter waren z.B. Waren wie: "Tapeten, Teppiche, Dichtungsmittel, Fugenkitte, Farben, Lacke, Gips, Bretter und Holz".

Das DPMA lehnte eine Eintragung mangels Unterscheidungskraft ab. Es handele sich um einen Werbeslogan, der beim angesprochenen Verbraucher nur die Erwartung wecke in Bezug auf die Waren Lust auf Farbe zu bekommen. Ein Hinweis auf die Herkunft der Waren aus einem bestimmten Unternehmen könne dem Slogan nicht entnommen werden.

Gegen die Entscheidung legte der Anmelder Beschwerde beim BPatG ein.

### Entscheidung des Gerichts

Das BPatG ([Beschluss vom 17.12.2014 - Az. 26 W \(pat\) 545/13](#)) wies die Beschwerde zurück.

Der Marke fehle tatsächlich die erforderliche Unterscheidungskraft. Die erforderliche Unterscheidungskraft sei Angaben und Zeichen abzusprechen, die einen unmittelbar beschreibenden Begriffsgehalt aufweisen oder wenn sie sich auf Umstände beziehen, durch die ein enger sachlicher beschreibender Bezug zu den beanspruchten Waren oder Dienstleistungen hergestellt werde. Das erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft könne schließlich auch solchen Angaben und Zeichen fehlen, die aus anderen Gründen nicht zur betrieblichen Herkunftskennzeichnung geeignet seien, weil sie der Verkehr ausschließlich als Sachbegriffe in ihrer ursprünglichen Bedeutung und daher nicht als Unterscheidungsmittel verstehe.

Die Marke "Lust auf Farbe" solle zum Ausdruck bringen, dass bei Kauf und Verwendung der Waren das Leben bunter werde. Bei den angemeldeten Waren handelt es sich zudem um Farben oder um Materialien die durchweg in Farbe gehalten sein können, weshalb die Marke keine Funktion über die werbliche Anpreisung hinaus erfüllen könne. Es handele sich bei dem Slogan auch um einen üblichen und gewöhnlichen anpreisenden Satz, so dass es an der Unterscheidungskraft fehle.

### Fazit

Dem Anmelder dürfte die "Lust auf Farbe" wohl vergangen sein. Tatsächlich ist die Eintragung eines Werbeslogans als Marke nach wie vor meist schwierig. Insbesondere in Deutschland sind die Anforderungen des DPMA und der Gerichte meist hoch. Will man einen Slogan



markenrechtlich schützen, sollte man daher bereits bei der Konzeption prüfen, welche Voraussetzungen der Slogan erfüllen muss, um eine Chance auf Eintragung zu bekommen.