



Nach dem brutalen Attentat auf die Redaktion von „Charlie Hebdo“ versucht so mancher Kapital aus der Nutzung des Slogans „Je suis Charlie“ zu schlagen. Kann diese Solidaritätsbekundung überhaupt markenrechtlich geschützt werden?

Sie reagieren sofort und wittern immer ein gutes Geschäft: Markentrolle beobachten genau aktuelle Entwicklungen und versuchen, ihren Profit daraus zu schlagen. „September 11“ wurde als US-Marke am Tag des Attentats angemeldet, Anträge zum Schutz als EU-Marken für die Begriffe „MH 17“ und „MH 370“ sind sofort nach Bekanntwerden der Unglücke beim Europäischen Markenamt eingegangen. Und nun kreisen die Geier über „Je suis Charlie“. Das Deutsche Patent- und Markenamt erreichten am 9. Januar, zwei Tage nach dem Anschlag, zwei Anmeldungen von Wortmarken, unter anderem für Bleistifte und T-Shirts. Ein Belgier versuchte, den Slogan unter anderem für Christbaumschmuck für die Beneluxstaaten zu schützen. Und es wird zu weiteren Versuchen kommen, die drei Worte auszuweiden.

Dass die Anmeldungen mit hoher Wahrscheinlichkeit erfolglos bleiben werden, liegt – zum Glück – nahe. Eine erste Tendenz der Ablehnung lässt sich einer Pressemitteilung des französischen Markenamtes INPI vom 13. Januar entnehmen. Demnach sei die Eintragung des Slogans nicht möglich. Das Patentamt begründete die Verweigerung mit dem bestehenden Allge-

meininteresse der Öffentlichkeit an einer uneingeschränkten Nutzung des Slogans.

Diese Wertung ist richtig und entspricht deutschen und europäischen Eintragungsgrundsätzen für Markenmeldungen. Das Markengesetz enthält unter anderem Regelungen zu „absoluten Eintragungshindernissen“. Hierzu zählt das Verbot der Eintragung von Bezeichnungen, die beschreibend sind oder an denen ein allgemeines Freihaltebedürfnis besteht. Dies ist bei einem Slogan, der als Solidaritätsbekundung explosionsartige Bekanntheit erreicht, sicher gegeben.

Nach den Regelungen der Europäischen Markenrechtsrichtlinie werden auch solche Marken nicht eingetragen, die gegen die öffentliche Ordnung oder gegen die guten Sitten verstoßen. Es kommt hierbei in der Regel auf das Zeichen selbst an und nicht auf die Motivation der Anmeldung. So wurde die Eintragung der Bezeichnung „Massaker“ unter anderem für kulturelle Aktivitäten im Jahr 2013 abgelehnt. Auch „Arschlecken24“ ist nach Auffassung des Bundespatentgerichts nicht schutzfähig. Gleiches gilt für zurückgewiesene Anmeldungen von „Pussytime“, „Pussy Deluxe“ und „Fuck“.

Die Aussage „Je suis Charlie“ als positiv aufgeladener Slogan fällt nicht direkt unter das entsprechende Verbot. Dennoch: Das Bundespatentgericht hat bei der ablehnenden Entscheidung zu der Anmeldung „Dalailama“ als wesensgleiche Bezeichnung des politischen und religiösen Oberhauptes der Tibeter, des Dalai-Lama, bereits 2002 festgestellt, dass „die Verwendung als kommerzielle Produktbezeichnung den ethischen Wertvorstellungen beachtlicher Teile der Bevölkerung widerspricht und als anstößig empfunden wird“.

Wir können also davon ausgehen, dass die in „Je suis Charlie“ zum Ausdruck kommende Solidaritätsbekundung nicht durch Markentrolle herabgewürdigt wird.



Georg Fechner ist Rechtsanwalt in Hamburg. Er berät Markenartikler und Kommunikationsagenturen in Fragen des Werbe- und Markenrechts

Haben Sie auch eine Frage an unseren Experten? Dann mailen Sie an juristentipp@wuv.de