Durch ihren neuen Wahlkampfslogan „Das WIR entscheidet“ sorgte die SPD in den Medien deutschlandweit für Aufruhr. So nutzte die Leiharbeitsfirma „propartner“ aus Weil am Rhein diesen Slogan bereits seit dem Jahre 2007 zur Werbung auf ihrer Unternehmenswebseite. Da das badische Unternehmen mit der SPD aufgrund deren ablehnenden Haltung zum Thema Zeitarbeit nicht in Verbindung gebracht werden wollte, prüfte man laut einer Meldung des Spiegels sogar rechtliche Schritte bezüglich der Verwendung des Claims. Hätte ein solches Vorgehen der Leiharbeitsfirma gegen die SPD wegen der Verwendung des Slogans Aussicht auf Erfolg? Eine kurze juristische Einschätzung von **Matthias Besenthal** [*].

Ein etwaiger Schutz des Slogans „Das WIR entscheidet“ kommt in rechtlicher Hinsicht insbesondere aus zweierlei Gründen – nämlich unter urheberrechtlichen und markenrechtlichen Gesichtspunkten – in Betracht.

Urheberrecht

Mit der urheberrechtlichen Schutzfähigkeit von Werbeslogans tun sich deutsche Gerichte allerdings seit jeher äußerst schwer. Und so dürfte die Firma „propartner“ für den Slogan „Das WIR entscheidet“ keinen urheberechtlichen Schutz beanspruchen können. Für einen Urheberrechtsschutz fordert das Gesetz stets eine persönliche und geistige Schöpfung, so dass der Slogan als Sprachwerk im Sinne des § 2 Abs. 1 Nr. 1 UrhG qualifiziert werden kann. Ein Werbespruch muss daher schlichtweg etwas Besonderes darstellen und über übliche werbliche Anpreisungen hinausgehen, um urheberrechtlichen Schutz zu genießen. Kurzum: der Slogan muss sich durch Originalität und Kreativität auszeichnen.

Werbeslogans wie „Für das aufregendste Ereignis des Jahres“ (OLG Frankfurt, Beschl. v. 04.08.1986, Az.: 6 W 134/86) oder „DEA – Hier tanken sie auf“ (OLG Hamburg, Urt. v. 9.11.2000, Az.: 3 U 79/99) wurde der Urheberrechtschutz jeweils versagt. Das Oberlandesgericht Düsseldorf hielt hingegen den Spruch „Ein Himmelbett als Handgepäck“ als Werbung für Schlafsäcke aufgrund der bildhaften Sprache als urheberrechtlich schutzfähig.

Alles in allem kommt gewöhnlichen Webeslogans aufgrund der relativ hohen Anforderungen an die Schöpfungshöhe allerdings kein Urheberrechtsschutz zu. So dürfte auch die Kreativität des Slogans „ Das WIR entscheidet“ nicht ausreichen, um einen urheberechtlichen Schutz zugunsten der Leiharbeitsfirma „propartner“ zu begründen.

Markenrecht

Darüber hinaus können Werbeslogans auch markenrechtlichen Schutz genießen.

> „Nichts ist unmöglich; Ich bin doch nicht blöd; Ich liebe es; Quadratisch praktisch gut; Bitte ein Bit.”

Bei diesen Werbeslogans kommen nicht wenigen die Autos von Toyota; der Elektromarkt Media-Markt oder ein Bier von Bitburger in den Sinn. Alle vorgenannten Slogans sind als Marke im Register des Deutschen Patent- und Markenamtes eingetragen.

Werbeslogans können grundsätzlich als Marke angemeldet werden, da Wortmarken auch aus mehreren Worten bestehen können und daher als sog. Mehrwortmarken gemäß § 3 Abs. 1 MarkenG schutzfähig sind. Eine Marke dient jedoch vor allem dazu, Produkte eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Voraussetzung für die Eintragungsfähigkeit eines Slogans als Marke ist daher, dass der Slogan originell, prägnant sowie ggf. mehrdeutig ist, um die für die Markeneintragung erforderliche Unterscheidungskraft zu erlangen. Entscheidend ist dabei auch, dass der Text des Werbeslogans als Einheit erkannt wird. Fehlt dem Text diese Einheitlichkeit oder beschreibt der Slogan die jeweiligen Produkte lediglich und preist diese allgemein an, ist eine Markenfähigkeit abzulehnen. Ob allerdings ein Werbeslogan als Marke geschützt werden kann, ist immer eine Frage des Einzelfalls.

Der Markeschutz eines Slogans ist durch eine entsprechende Anmeldung als Marke beim Deutschen Patent- und Markenamt zu erreichen, welches die vorgenannten Schutzvoraussetzungen im Rahmen des Eintragungsverfahrens prüft.

Vorliegend hat die Leiharbeitsfirma seinerzeit von einer Markenanmeldung des Slogans „Das WIR entscheidet“ offensichtlich abgesehen, so dass ihr gegen die SPD auch keine markenrechtlichen Unterlassungsansprüche gegen die Verwendung des Slogans zustehen.

Fazit

Grundsätzlich kann ein Werbeslogan nach den Grundsätzen des Urheber- und Markenrechts rechtlichen Schutz genießen. Allerdings stellen die Gerichte und auch das Deutsche Patent- und Markenamt im Hinblick auf die Originalität relativ hohe Anforderungen an die jeweiligen Slogans. Dem Slogan „Das WIR entscheidet“ dürfte ein rechtlicher Schutz allerdings insgesamt nicht zukommen.

Vor der Nutzung eines Slogans im Rahmen einer Kampagne empfiehlt es sich stets, eine

eingehende Recherche nach etwaigen Vorbenutzungen oder Rechten Dritter an den entsprechenden Slogans durchzuführen, um negative PR oder sogar Rechtsstreitigkeiten zu vermeiden.

[«*] Matthias Besenthal ist Rechtsanwalt in Köln