

**Zurückweisung der Anmeldung einer Unionsmarke
(Artikel 7 und 42 Absatz 2 UMV)**

Alicante, 13/03/2026

RECHT 24/7 SCHRÖDER
RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT MBH
Prannerstraße 1
D-80333 München
ALEMANIA

Anmeldenummer:

019254154

Ihr Zeichen:

121682

Marke:

Gut-Menschen
Wohl-Stand. Frieden. Glück.

Art der Marke:

Bildmarke

Anmelder:

**Carl Philipp Trump
Teilestraße 24
D-12099 Berlin
ALEMANIA**

I. Sachverhalt

Am 19/12/2025 erließ das Amt eine Mitteilung über Eintragungshindernisse unter Berufung auf fehlende Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke gemäß Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b und Artikel 7 Absatz 2 UMV.

Die Dienstleistungen für die die Eintragungshindernisse geltend gemacht wurden, waren:

Klasse 35 *Werbung im Bereich Politik; Öffentlichkeitsarbeit; Werbung, Marketing und Verkaufsförderung; Unternehmensverwaltung; Hilfe in Geschäftsangelegenheiten, Geschäftsführung und administrative Dienstleistungen.*

Klasse 41 *Verlagsdienstleistungen und Berichterstattung sowie Verfassen von Texten; Bildung, Erziehung, Unterhaltung und sportliche Aktivitäten; Veranstaltung von Seminaren; Organisation und Durchführung von Konferenzen, Ausstellungen und Wettbewerben.*

Klasse 45 *Politische Lobbyarbeit; Lobbyingdienste außer für wirtschaftliche Zwecke; Beratung zu politischen Kampagnen; Dienstleistungen im Bereich der politischen Kommunikation; Durchführung politischer Recherchen und Analysen; Schlichtungs-, Mediations- und Konfliktlösungsdienstleistungen; Politikberatung; Politische Dienstleistungen; Organisation von politischen Veranstaltungen; Erteilung von politischen Auskünften.*

Die Eintragungshindernisse waren auf die folgenden Gründe gestützt:

Fehlende Unterscheidungskraft

- In diesem Fall würde der maßgebliche deutschsprachige Verbraucher das Zeichen als Botschaft verstehen, welches von an menschlichem Wohlergehen interessierten Personen vermittelt wird und welches Wohlstand, Frieden und Glück verspricht.
- Die oben genannte Bedeutung der Wörter „Gut - Menschen Wohl-Stand. Frieden. Glück.“, die in der Marke enthalten sind, wird durch die folgenden Wörterbucheinträge, abgerufen am 19/12/2025, dokumentiert.

Gutmensch	<i>jemand, der sich (in einer als unkritisch oder übertrieben empfundenen Weise) empathisch und tolerant verhält, sich für Political Correctness u. Ä. einsetzt</i> (abgerufen aus https://www.duden.de/rechtschreibung/Gutmensch)	aus
Wohlstand	<i>Maß an Wohlhabenheit, die jemandem wirtschaftliche Sicherheit gibt; hoher Lebensstandard</i> (abgerufen aus https://www.duden.de/rechtschreibung/Wohlstand)	
Frieden	<i>[vertraglich gesicherter] Zustand des inner- oder zwischenstaatlichen Zusammenlebens in Ruhe und Sicherheit</i> (abgerufen aus https://www.duden.de/suchen/dudenonline/Friede)	
Glück	<i>etwas, was Ergebnis des Zusammentreffens besonders günstiger Umstände ist; besonders günstiger Zufall, günstige Fügung des Schicksals</i> (abgerufen aus https://www.duden.de/rechtschreibung/Glueck)	

Gut-Menschen
Wohl-Stand. Frieden. Glück.

- Das angesprochene Publikum würde das Zeichen in Bezug auf die betreffenden Dienstleistungen, im Wesentlichen unternehmensbezogene Dienstleistungen wie Werbung, Unternehmensverwaltung und Geschäftsführung in Klasse 35, Verlagsdienste sowie Bildungs-, Unterhaltungs- und Sportaktivitäten in Klasse 41 sowie politische Dienstleistungen in Klasse 45, einfach als einen lobenden Werbespruch wahrnehmen, dessen Zweck es ist, eine Wertaussage oder ein politisches Motto mitzuteilen. Die maßgeblichen Verkehrskreise werden nicht dazu neigen, in dem Zeichen einen Hinweis auf die gewerbliche Herkunft zu sehen. Sie werden keine Informationen sehen, die über Werbeinformationen hinausgehen, die nur dazu dienen, die positiven Aspekte der Dienstleistungen hervorzuheben, nämlich dass sie von engagierten, auf das Wohlergehen von Menschen ausgelegten Personen ausgeführt werden, um u.a. moralisch verantwortungsvolle Politik, wirtschaftliche Sicherheit, soziale Stabilität und Lebensqualität zu fördern. Die angemeldeten Dienstleistungen, wie z.B. Öffentlichkeitsarbeit, die Veranstaltung von Konferenzen oder Politikberatung, helfen allesamt, diese politische Botschaft bekannt zu machen.

- Obwohl das Zeichen bestimmte stilisierte Elemente enthält, die aus einem blauen Rechteck bestehen, welches die Worte „Wohl-Stand“, „Frieden“ und „Glück“ in weißer Farbe beinhaltet, und das Wort „Gut-Menschen“ in der gleichen blauen Farbe über dem Rechteck positioniert ist, sind diese Elemente im Vergleich zu den Wortelementen des Zeichens vernachlässigbar und können der Marke in ihrer Gesamtheit keine Unterscheidungskraft verleihen. Die Tatsache das die Wörter „Gut-Menschen“ und „Wohl-Stand“ mit Bindestrich und dass die Buchstaben „M“ bzw. „S“ großgeschrieben erscheinen, macht das Zeichen nicht unterscheidungskräftig, da diese Art von Wiedergabe werbeüblich ist. Nichts an der Art und Weise, in der die Wörter und die stilisierten Elemente kombiniert sind, ermöglicht es der Marke, ihre Hauptfunktion für die Dienstleistungen, für die Schutz beantragt wird, zu erfüllen.

II. Zusammenfassung der Argumente der Anmelder

Die Anmelder nahm mit Schreiben vom 17/02/2026 hierzu Stellung. Die Stellungnahme kann wie folgt zusammengefasst werden:

1. Dem Anmeldezeichen kann in seiner Gesamtheit kein unmittelbar dienstleistungsbeschreibender Gehalt oder auch beschreibender Gehalt im funktionellem Sinne zugesprochen werden. Es wäre nicht davon auszugehen, dass im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen das Anmeldezeichen als Sachangabe wahrgenommen werde.
2. Ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft wäre ausreichend. Die Kombination ‚Gut - Menschen Wohl-Stand. Frieden. Glück‘ würde keine Botschaft zum Ausdruck bringen, welche von den maßgebliche Verkehrskreisen als Dienstleistungshinweis verstanden werden würde. Es bedürfe weiterer gedanklicher Zwischenschritte.
3. Die Schreibweise weiche von der standardmäßigen deutschen Rechtschreibung ab, da sie Sinneinheiten mit Bindestrichen trennt, und wäre somit nicht lexikalisch belegt. Auch wäre die Kombination weder stilistisch korrekt noch branchen- oder werbeüblich. Die Marke eignete sich daher eine emotionale Bindung zu den Produkten herzustellen.
4. Der Anmelder würde eine positive Besetzung des Wortes ‚Gut-Mensch‘ beabsichtigen, welches im aktuellen deutschen Sprachgebrauch noch negativ behaftet wäre.

III. Entscheidungsgründe

Gemäß Artikel 94 UMV obliegt es dem Amt, eine mit Gründen zu versehende Entscheidung zu treffen, zu denen sich die Anmelder äußern konnte.

Nach eingehender Prüfung der Argumente der Anmelder hat das Amt entschieden, die Beanstandung aufrechtzuerhalten.

Nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV sind „Marken, die keine Unterscheidungskraft haben“, von der Eintragung ausgeschlossen.

Nach ständiger Rechtsprechung kann die Unterscheidungskraft „eines Zeichens [...] nur in Bezug auf die angemeldeten Waren und Dienstleistungen sowie unter Berücksichtigung des Verständnisses, das die maßgebenden Verkehrskreise von ihm haben, beurteilt werden“ (09/10/2002, T-360/00, UltraPlus, EU:T:2002:244, § 43).

Ein Zeichen, wie beispielsweise ein Slogan, das in der Regel andere Funktionen als die einer Marke im herkömmlichen Sinne erfüllt, ist „nur dann unterscheidungskräftig im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b [UMV], wenn es unmittelbar als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der fraglichen Waren oder Dienstleistungen wahrgenommen werden kann, so dass die maßgebenden Verkehrskreise die Waren und Dienstleistungen des Markeninhabers ohne Verwechslungsgefahr von denen anderer betrieblicher Herkunft unterscheiden können“ (05/12/2002, T-130/01, Real People, Real Solutions, EU:T:2002:301, § 20; 03/07/2003, T-122/01, Best Buy, EU:T:2003:183, § 21).

- 1. Dem Anmeldezeichen kann in seiner Gesamtheit kein unmittelbar dienstleistungsbeschreibender Gehalt oder auch beschreibender Gehalt im funktionellem Sinne zugesprochen werden. Es wäre nicht davon auszugehen, dass im Zusammenhang mit den beanspruchten Dienstleistungen das Anmeldezeichen als Sachangabe wahrgenommen werde.*

Insoweit der Anmelder betont, dass das Zeichen keinen beschreibenden Character habe, stellt das Amt fest, dass der amtliche Einwand sich nicht auf Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c, sondern auf Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV wegen fehlender Unterscheidungskraft stützt. Mit anderen Worten kann ein Zeichen nicht allein deshalb als unterscheidungskräftig angesehen werden, weil es nicht beschreibend ist (30/04/2003, T-707/13 & T-709/13, BE HAPPY, EU:T:2015:252, § 32; 12/02/2004, C-363/99, Postkantoor, EU:C:2004:86, § 44; 30/03/2015, R 2459/2014-2, REMARKABLE, § 22).

Die bloße Tatsache, dass ein Zeichen nicht beschreibend ist, verleiht dem Zeichen nicht automatisch Unterscheidungskraft (30/04/2003, T-707/13 & T-709/13, BE HAPPY, EU:T:2015:252, § 32; 12/02/2004, C-363/99, Postkantoor, EU:C:2004:86, § 44; 30/03/2015, R 2459/2014-2, REMARKABLE, § 22).

Somit ist festzustellen, auch wenn der die Dienstleistungen beschreibende Charakter eines bestimmten Begriffs möglicherweise nicht offensichtlich ist, sodass kein Eintragungshindernis nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c UMV gegeben wäre, könnte dennoch ein Eintragungshindernis nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV gegeben sein, wie im vorliegenden Fall, weil der Begriff von maßgeblichen Verkehrskreisen als bloße Angabe über die Art der betreffenden Dienstleistungen und nicht als Hinweis auf ihre Herkunft wahrgenommen würde.

- 2. Ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft wäre ausreichend. Die Kombination ‚Gut - Menschen Wohl-Stand. Frieden. Glück‘ würde keine Botschaft zum Ausdruck bringen, welche von den maßgebliche Verkehrskreisen als Dienstleistungshinweis verstanden werden würde. Es bedürfe weiterer gedanklicher Zwischenschritte.*

Das Amt stimmt mit der Aussage der Anmelder überein, dass ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft ausreichend wäre. Allerdings ist das Amt der Meinung, dass das

Anmeldezeichen über einen allgemeinen Werbespruch, der ein politisches Motto zum Thema hat, nicht hinausgeht und nichts an Unterscheidungskraft aufweist.

Hierzu ist festzustellen, dass zwar für die Anwendung von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c UMV ein spezifischer und direkter Zusammenhang erforderlich ist, doch muss ein solcher Zusammenhang nicht unbedingt mit der Anwendung von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV in Verbindung stehen, der die Rechtsgrundlage für die Zurückweisung dieses Falls bildet. Der Gerichtshof der Europäischen Union hat entschieden, dass Marken ihre grundlegende Funktion erfüllen können müssen, nämlich die Angabe der betrieblichen Herkunft der Waren und Dienstleistungen, und dass Marken, deren Eintragung aufgrund der in Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV genannten Eintragungshindernisse versagt ist, unter anderem solche sind, die im Verkehr zur Bezeichnung der betreffenden Waren oder Dienstleistungen oder in Verbindung mit ihnen üblich sind (vgl. analog 03/12/2003, T-305/02, *Bottle*, EU:T:2003:328, § 28).

Für die Feststellung, dass keine Unterscheidungskraft nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV besteht, genügt der Hinweis, dass der semantische Gehalt der fraglichen Wortmarke den Verbraucher auf ein Merkmal des Marktwerts der Waren oder Dienstleistungen hinweist, das, ohne präzise zu sein, Informationen enthält, die als verkaufsfördernde Botschaft oder rein faktische Aussage angesehen werden können, welche von den maßgeblichen Verkehrskreisen als eine solche und nicht als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren oder Dienstleistungen wahrgenommen wird (30/06/2004, T-281/02, *Mehr für Ihr Geld*, EU:T:2004:198, § 31; 02/06/2016, T-654/14, *REVOLUTION*, EU:T:2016:334, § 42).

Das trifft auf den vorliegenden Fall zu, da das Anmeldezeichen eine Wertaussage in Bezug auf die beanstandeten Dienstleistungen vermittelt, nämlich dass diese von engagierten, auf das Wohlergehen von Menschen ausgelegten Personen ausgeführt werden, um u.a. moralisch verantwortungsvolle Politik, wirtschaftliche Sicherheit, soziale Stabilität und Lebensqualität zu fördern. Die angemeldeten Dienstleistungen, wie z.B. Öffentlichkeitsarbeit, die Veranstaltung von Konferenzen oder Politikberatung, helfen allesamt, diese politische Botschaft bekannt zu machen.

In Bezug auf das Argument des Anmelders, dass es eines Interpretationsaufwandes bedürfe, ist daran zu erinnern, dass, auch wenn ein Werbezeichen keine klare und präzise Aussage oder Information über die Waren und Dienstleistungen enthält, dies nicht ausreicht, um es unterscheidungskräftig zu machen. Die maßgeblichen Verkehrskreise erwarten durchaus nicht, dass Werbezeichen präzise sind oder die Merkmale der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen vollständig beschreiben. Vielmehr ist es ein gemeinsames Merkmal solcher Marken, nur abstrakte Informationen zu vermitteln, die den Verbrauchern das Gefühl geben, dass auf ihre individuellen Bedürfnisse eingegangen wird. So hat die Rechtsprechung konsequent die Eintragung von Slogans oder Werbeaussagen, die aus abstrakter Sicht von vornherein als „vage und unbestimmt“ erscheinen könnten, abgelehnt (12/07/2012, C-311/11 P, *WIR MACHEN DAS BESONDERE EINFACH*, EU:C:2012:460; 05/12/2002, T-130/01, *REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS*, EU:T:2002:301; 03/07/2003, T-122/01, *BEST BUY + coloured price tag (fig.)*, EU:T:2003:183; 17/11/2009, T-473/08, *THINKING AHEAD*, EU:T:2009:442; 08/02/2011, T-157/08, *INSULATE FOR LIFE*, EU:T:2011:33; 07/09/2011, T-524/09, *BETTER HOMES AND GARDENS*, EU:T:2011:434; 23/09/2011, T-251/08, *PASSION FOR BETTER FOOD*, EU:T:2011:526; 11/12/2012, T-22/12, *Qualität hat Zukunft*, EU:T:2012:663).

Demnach werden die maßgebenden Verkehrskreise die Wortgruppe wegen ihres eigentlichen Aussagegehalts in erster Linie als ein inspirierendes Statement, nicht aber als Marke wahrnehmen.

3. *Die Schreibweise weiche von der standardmäßigen deutschen Rechtschreibung ab, da sie Sinneinheiten mit Bindestrichen trenne, und wäre somit nicht lexikalisch belegt. Auch wäre die Kombination weder stilistisch korrekt noch branchen- oder werbeüblich. Die Marke eignete sich daher eine emotionale Bindung zu den Produkten herzustellen.*

Die vom Anmelder erwähnte mit Bindestrich trennende Schreibweise der Wörter Gut-Menschen statt Gutmenschen und Wohl-Stand statt Wohlstand und die Anordnung in zwei Zeilen (i.e. ‚Unter-Titel ‚Wohl-Stand‘) würde wegen dieser besonderen Anordnung seiner Bestandteile das Zeichen unterscheidungskräftig machen.

Dem hält das Amt entgegen, dass grundsätzlich die Tatsache nicht ausreicht, dass Wortelemente senkrecht, auf dem Kopf stehend oder in einer oder mehreren Zeilen angeordnet sind, um dem Zeichen den Mindestgrad an Unterscheidungskraft zu verleihen, der für die Eintragung notwendig ist. Die Art und Weise, in der Wortelemente angeordnet sind, kann einem Zeichen nur dann Unterscheidungskraft verleihen, wenn die Anordnung so augenfällig ist, dass sie vom durchschnittlichen Verbraucher noch vor der beschreibenden Botschaft wahrgenommen wird.

Dies ist hier nicht der Fall, weil weder die Anordnung in zwei Zeilen noch die Schreibweise mit Bindestrich außergewöhnlich noch auffällig genug ist, um eine betriebliche Herkunft erkennen zu lassen. Weiters trägt die einfarbig gehaltenen Gestaltung nichts zur Unterscheidungskraft bei.

Das Zeichen enthält nichts, was es über die offensichtlich anpreisende Bedeutung zur Bewerbung der fraglichen Dienstleistungen hinaus den maßgeblichen Verkehrskreisen ermöglichen könnte, sich das Zeichen im Hinblick auf die Dienstleistungen, für die Schutz beantragt wird, leicht und sofort als unterscheidungskräftige Marke zu merken.

Bezüglich des Arguments des Anmelders, dass das Zeichen nicht lexikalisch hinterlegt wäre, ist anzumerken, dass das Amt nicht nachweisen muss, dass es für das Zeichen einen Wörterbucheintrag gibt, um die Anmeldung zurückzuweisen. Wörterbücher enthalten nicht alle in Betracht kommenden Kombinationen, insbesondere nicht für zusammengesetzte Begriffe wie im Falle der Anmeldemarke. Außerdem ist die Frage, ob ein Zeichen als Unionsmarke eingetragen werden kann, allein auf Grundlage des einschlägigen Unionsrechts in der von den Unionsgerichten vorgenommenen Auslegung zu beurteilen. Es genügt also, dass das Amt für seine Entscheidungsfindung das Kriterium in der Auslegung durch die Rechtsprechung angewandt hat; es „braucht sich dafür nicht auf Beweise zu stützen“ (17/06/2009, T-464/07, PharmaResearch, EU:T:2009:207, § 40).

Jedenfalls hat das Amt die Bedeutung des Zeichens im Beanstandungsschreiben ordnungsgemäß erläutert und belegt, nämlich durch Wörterbuchdefinitionen der Bestandteile des Zeichens aus denen ersichtlich ist, wie das Zeichen im relevanten Markt verstanden werden wird. Auch wenn keine ausdrücklichen Wörterbucheinträge vorliegen, in denen das Zeichen insgesamt genannt ist, wurde die Bedeutung des Zeichens, so wie es von den maßgeblichen Verkehrskreisen wahrgenommen werden wird, doch hinreichend klargestellt.

4. *Der Anmelder würde eine positive Besetzung des Wortes ‚Gut-Mensch‘ beabsichtigen, welches im aktuellen deutschen Sprachgebrauch noch negativ behaftet wäre.*

Hierzu ist festzustellen, dass die Prüfung einer Marke nach objektiven Kriterien vorzunehmen ist. Die behaupteten Absichten des Anmelders müssen bei der Beurteilung der

absoluten Eintragungshindernisse nach Artikel 7 UMV außer Betracht bleiben. Die Botschaft des Zeichens wie vom Amt festgestellt, bleibt eindeutig. Es kann nicht angenommen werden, dass die Absicht des Anmelders für sich genommen die Wahrnehmung der angemeldeten Marke durch das Publikum ändert.

IV. Schlussfolgerung

Aus den oben genannten Gründen und gemäß Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b UMV und Artikel 7 Absatz 2 UMV wird hiermit die Anmeldung für die Unionsmarke Nr. 019254154 zurückgewiesen.

Gemäß Artikel 67 UMV können Sie gegen diese Entscheidung Beschwerde einlegen. Gemäß Artikel 68 UMV ist die Beschwerde innerhalb von zwei Monaten nach der Zustellung dieser Entscheidung schriftlich beim Amt einzulegen. Die Beschwerdeschrift muss in der Verfahrenssprache eingereicht werden, in der die Entscheidung, die Gegenstand der Beschwerde ist, ergangen ist. Innerhalb von vier Monaten nach Zustellung dieser Entscheidung ist die Beschwerde schriftlich zu begründen. Die Beschwerde gilt erst als eingelegt, wenn die Beschwerdegebühr von 720 EUR entrichtet worden ist.



Sabine HACKSTOCK
Prüferin