



Gericht erster Instanz der Europäischen Gemeinschaften

PRESSEMITTEILUNG Nr. 81/09

Luxemburg, den 30. September 2009

Urteil in der Rechtssache T-75/08 und T-191/08
JOOP! / HABM

Presse und Information

EIN AUSRUFEZEICHEN KANN NICHT ALS GEMEINSCHAFTSMARKE EINGETRAGEN WERDEN

Die in Frage stehenden Bildmarken sind nicht unterscheidungskräftig, und JOOP! hat nicht nachgewiesen, dass die Marken gemeinschaftsweit Unterscheidungskraft durch Benutzung erworben haben

Nach der Verordnung über die Gemeinschaftsmarke¹ kann eine Marke, die keine Unterscheidungskraft hat, grundsätzlich nicht eingetragen werden. Eine solche Marke kann aber dann eingetragen werden, wenn sie durch ihre Benutzung für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen werden soll, Unterscheidungskraft erlangt hat.

Am 7. September 2006 meldete die JOOP! GmbH beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM), das die Gemeinschaftsmarke verwaltet, zwei Gemeinschaftsmarken an. Bei den angemeldeten Marken handelt es sich um folgende Bildzeichen:



Der Prüfer des HABM wies die Anmeldungen mit der Begründung zurück, die angemeldeten Marken besäßen keine Unterscheidungskraft. Die von JOOP! beim HABM gegen die Entscheidungen des Prüfers eingelegten Beschwerden wurden ebenfalls zurückgewiesen, da das Amt der Ansicht war, dass die angesprochenen Verkehrskreise die Zeichen in Anbetracht der betroffenen Waren (Schmuck, Bekleidung und damit im Zusammenhang stehende Erzeugnisse) lediglich als werbemäßige Anpreisung oder als Blickfang, nicht aber als Hinweis auf die betriebliche Herkunft dieser Waren wahrnehmen.

JOOP! erhob gegen diese Entscheidungen Klagen beim Gericht erster Instanz.

Das Gericht erinnert zunächst daran, dass eine Marke, die aus Zeichen oder Angaben besteht, die sonst als Werbeslogans, Qualitätshinweise oder Aufforderungen zum Kauf der Waren oder Dienstleistungen, auf die sich diese Marke bezieht, verwendet werden, nicht schon wegen dieser Verwendung von der Eintragung ausgeschlossen ist. Ein Zeichen, das andere Funktionen als die einer Marke im herkömmlichen Sinne erfüllt, ist jedoch nur dann unterscheidungskräftig, 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.

¹ Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. 1994 L11, S. 1), ersetzt durch die Verordnung (EG) Nr. 207/2009 des Rates vom 26. Februar 2009 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. L 78, S. 1).

Im vorliegenden Fall können die angemeldeten Marken nicht als geeignet angesehen werden, die betriebliche Herkunft der mit ihnen gekennzeichneten Waren zu identifizieren. Die fehlende Unterscheidungskraft ergibt sich insbesondere daraus, dass der Verbraucher, und zwar auch der in höherem Maße aufmerksame Verbraucher, nicht in der Lage ist, auf der Basis eines simplen Ausrufezeichens, das keine besondere Schriftgestaltung aufweist, sich vom Standardschriftbild nicht unterscheidet und vielmehr als bloße Anpreisung oder Blickfang wahrgenommen wird, auf die Herkunft der angemeldeten Waren zu schließen.

Ebenso wenig kann der rechteckige Rahmen, der das Ausrufezeichen der zweiten angemeldeten Marke umrandet, als ein hinreichend unterscheidungskräftiger Bestandteil angesehen werden. Denn dieser Rahmen ist als Element nachrangig und lässt die fragliche Marke wie ein Etikett aussehen. Überdies stellt es, da die bezeichneten Waren oft mit einer Etikette verkauft werden, eine in dem betreffenden Wirtschaftszweig sehr gängige Praxis dar, die Marke nach der Art eines Etiketts in ein Rechteck einzufassen.

Was den Erwerb von Unterscheidungskraft durch Benutzung einer Marke anbelangt, erinnert das Gericht daran, dass es eine solche Verkehrsdurchsetzung erfordert, dass zumindest ein erheblicher Teil der maßgeblichen Verkehrskreise die betreffenden Waren oder Dienstleistungen aufgrund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennt. Außerdem muss die Unterscheidungskraft der Marke durch die Benutzung vor ihrem Anmeldetag erlangt worden sein.

Zum Argument der Klägerin, dass das relevante Publikum an ihre Hauptmarke und ihr Unternehmenskennzeichen JOOP! gewöhnt sei, bemerkt das Gericht, dass die angemeldete Marke zwar auch durch ihre Benutzung als Teil der Hauptmarke der Klägerin Unterscheidungskraft erworben haben könnte.

Die von JOOP! vorgelegten Dokumente zum Beweis dafür, dass die angemeldeten Marken infolge von Benutzung in der Gemeinschaft Unterscheidungskraft erworben haben, bezogen sich nach den Feststellungen des Gerichts jedoch nur auf den deutschen Markt. Außerdem handelt es sich bei den vorgelegten Nachweisen lediglich um drei Fotos von Jeans, auf denen ein Stück Stoff oder ein Etikett angebracht ist, das ein Ausrufezeichen darstellt. Diese Beweismittel können aber offensichtlich keineswegs belegen, dass die angemeldete Marke den Verbrauchern vor dem Anmeldetag bekannt war.

Daher sind die Klagen abgewiesen worden.

HINWEIS: Gegen die Entscheidung des Gerichts kann innerhalb von zwei Monaten nach ihrer Zustellung ein auf Rechtsfragen beschränktes Rechtsmittel beim Gerichtshof eingelegt werden.

HINWEIS: Eine Nichtigkeitsklage dient dazu, gemeinschaftsrechtswidrige Handlungen der Gemeinschaftsorgane für nichtig erklären zu lassen. Sie kann unter bestimmten Voraussetzungen von Mitgliedstaaten, Gemeinschaftsorganen oder Einzelnen beim Gerichtshof oder dem Gericht erster Instanz erhoben werden. Ist die Klage begründet, wird die Handlung für nichtig erklärt. Das betreffende Gemeinschaftsorgan hat eine durch die Nichtigerklärung der Handlung etwa entstehende Regelungslücke zu schließen.

HINWEIS: Die Gemeinschaftsmarke gilt in der gesamten Europäischen Union und besteht neben den nationalen Marken. Gemeinschaftsmarken werden beim HABM angemeldet. Dessen Entscheidungen können beim Gerichts erster Instanz angefochten werden.

Zur Verwendung durch die Medien bestimmtes nichtamtliches Dokument, das das Gericht erster Instanz nicht bindet.

Der [Volltext](#) des Urteils wird am Tag der Verkündung auf der Curia-Website veröffentlicht.

Pressekontakt: Dominik Düsterhaus ☎ (+352) 4303 3255

Filmaufnahmen von der Verkündung des Urteils sind verfügbar über
„[Europe by Satellite](#)“ ☎ (+32) 2 2964106