

Rechtssache T-128/00

Procter & Gamble Company gegen Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM)

„Gemeinschaftsmarke — Form eines Waschmittels oder Geschirrspülmittels —
Dreidimensionale Marke — Absolutes Eintragungshindernis — Artikel 7
Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung (EG) Nr. 40/94“

Urteil des Gerichts (Zweite Kammer) vom 19. September 2001 II-2789

Leitsätze des Urteils

1. *Gemeinschaftsmarke — Beschwerdeverfahren — Klage beim Gemeinschaftsrichter — Nichtigkeitsklage — Rechtsschutzinteresse (Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 63)*

2. *Gemeinschaftsmarke — Definition und Erwerb der Gemeinschaftsmarke — Markenfähige Zeichen — Formen — Voraussetzung — Unterscheidungskraft*
(Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 4 und 7 Absatz 1 Buchstabe b)
3. *Gemeinschaftsmarke — Definition und Erwerb der Gemeinschaftsmarke — Absolute Eintragungshindernisse — Marken ohne Unterscheidungskraft — Dreidimensionale Marken, die aus der Form und dem Muster der Ware bestehen — Unterscheidungskraft — Beurteilungskriterien*
(Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b)
4. *Gemeinschaftsmarke — Definition und Erwerb der Gemeinschaftsmarke — Absolute Eintragungshindernisse — Marken ohne Unterscheidungskraft — Gestaltungselemente einer dreidimensionalen Marke, die auf bestimmte Eigenschaften der Ware hinweisen, ohne deshalb beschreibend zu sein — Auswirkung auf die Beurteilung der Unterscheidungskraft*
(Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 7 Absatz 1 Buchstaben b und c)
5. *Gemeinschaftsmarke — Definition und Erwerb der Gemeinschaftsmarke — Absolute Eintragungshindernisse — Marken ohne Unterscheidungskraft — Dreidimensionale Marke — Quadratische Reinigungstablette mit gerilltem Rand, abgeschrägten Ecken, Sprenkeln und einer quadratischen Einlagerung*
(Verordnung Nr. 40/94 des Rates, Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b)

1. Eine Klage nach Artikel 63 der Verordnung Nr. 40/94 über die Gemeinschaftsmarke ist nur zulässig, wenn der Kläger ein Interesse an der Aufhebung der betreffenden Handlung hat. Ein solches Interesse setzt voraus, dass die Nichtigerklärung dieser Handlung als solche Rechtswirkungen zeitigen kann.

den Zeichen gehört, die eine Gemeinschaftsmarke sein können. Daraus, dass eine Kategorie von Zeichen allgemein geeignet ist, eine Marke auszumachen, folgt jedoch nicht, dass die zu dieser Kategorie gehörenden Zeichen im Hinblick auf eine bestimmte Ware oder Dienstleistung notwendig Unterscheidungskraft gemäß Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 haben.

(vgl. Randnr. 12)

(vgl. Randnr. 47)

2. Aus Artikel 4 der Verordnung Nr. 40/94 über die Gemeinschaftsmarke ergibt sich, dass die Form der Ware zu
3. Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 über die Gemeinschaftsmarke unterscheidet nicht

zwischen verschiedenen Markenkategorien. Die Kriterien für die Beurteilung der Unterscheidungskraft dreidimensionaler Marken, die aus der Form der Ware selbst bestehen, sind somit keine anderen als die für die übrigen Markenkategorien geltenden.

Im Rahmen der Anwendung dieser Kriterien ist jedoch zu berücksichtigen, dass im Fall einer dreidimensionalen Marke, die aus der Form und dem Muster der Ware selbst besteht, die Wahrnehmung durch die angesprochenen Verkehrskreise nicht notwendig die gleiche ist wie bei einer Wort-, Bild- oder dreidimensionalen Marke, die nicht aus der Form der Ware besteht. Während nämlich diese Marken von den angesprochenen Verkehrskreisen gewöhnlich unmittelbar als herkunftskennzeichnende Zeichen wahrgenommen werden, gilt nicht notwendig das Gleiche für den Fall, dass das Zeichen mit dem äußeren Erscheinungsbild der Ware selbst übereinstimmt.

(vgl. Randnrn. 50-51)

4. Aus den Gestaltungselementen einer dreidimensionalen Marke, die auf bestimmte Eigenschaften der Ware hinweisen, ohne dass sie deshalb als beschreibende Angabe im Sinne von Ar-

tikel 7 Absatz 1 Buchstabe c der Verordnung Nr. 40/94 über die Gemeinschaftsmarke angesehen werden können, kann nicht geschlossen werden, dass sie der Marke notwendig Unterscheidungskraft verliehen. Die Unterscheidungskraft ist nämlich zu verneinen, wenn die angesprochenen Verkehrskreise dazu veranlasst werden, das Vorhandensein dieser Elemente als Andeutung bestimmter Eigenschaften der Ware und nicht als Hinweis auf ihre Herkunft aufzufassen.

(vgl. Randnr. 58)

5. Nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 über die Gemeinschaftsmarke sind „Marken, die keine Unterscheidungskraft haben“, von der Eintragung ausgeschlossen. Handelt es sich dabei um die für Reinigungsmittel begehrte Eintragung einer dreidimensionalen Marke, die die Form einer quadratischen Tablette mit gerilltem Rand, abgeschrägten Ecken, Sprenkeln und einer dunkleren quadratischen Vertiefung in der Mitte aufweist, wobei Farben nicht beansprucht werden, so fehlt ihr die Unterscheidungskraft.

Angesichts des durch die Kombination von Form und Muster der Tablette hervorgerufenen Gesamteindrucks ermöglicht die angemeldete Marke, die

zu den nahe liegenden Abwandlungen der Aufmachung der fraglichen Ware gehört, es den angesprochenen Verkehrskreisen in Ermangelung weiterer Aufmachungsbestandteile, die die Wahrnehmung der Verbraucher beeinflussen könnten, zum Zeitpunkt der

Kaufentscheidung nicht, die fraglichen Waren von solchen anderer betrieblicher Herkunft zu unterscheiden.

(vgl. Randnrn. 60, 63, 68)