



PRESSEMITTEILUNG Nr. 49/26

Luxemburg, den 26. März 2026

Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache C-412/24 | Fauré Le Page

Luxuslederwaren: Die Aufnahme einer Zahl in eine Marke, die auf ein fiktives historisches Vermächtnis hinweist, kann als irreführend für die Verkehrskreise angesehen werden

Wenn eine in einer Marke enthaltene Zahl auf ein weit zurückliegendes Gründungsjahr des Unternehmens und damit auf eine alte Tradition anspielt, die jedoch nicht der Realität entsprechen, kann dies die Verbraucher über die Qualität und das Ansehen der Waren täuschen

Die 2009 gegründete französische Gesellschaft Fauré Le Page erwarb die Marke „Fauré Le Page“ und meldete daraufhin Marken mit der Angabe „Fauré Le Page Paris 1717“ für Lederwaren an.

Die in derselben Branche tätige Gesellschaft Goyard ST-Honoré griff diese Marken vor den französischen Gerichten an. Ihrer Ansicht nach suggeriert die Angabe „1717“ zu Unrecht das Bestehen eines im 18. Jahrhundert gegründeten Unternehmens und die Übertragung eines langjährigen Know-hows. Dabei habe das auf den Handel mit Waffen und Lederzubehör spezialisierte etablierte Unternehmen Maison Fauré Le Page seine Tätigkeit 1992 eingestellt, während Fauré Le Page Paris erst 2009 gegründet worden sei.

Der mit dem Rechtsstreit befasste französische Kassationsgerichtshof hat dem Gerichtshof die Frage vorgelegt, ob eine Marke als irreführend im Sinne des Unionsrechts angesehen werden kann, wenn sie eine Zahl enthält, die von den maßgeblichen Verkehrskreisen als Hinweis auf ein weit zurückliegendes Gründungsjahr des Unternehmens wahrgenommen werden kann, und durch das lange Zurückliegen dieses Jahres auf ein langjähriges Know-how anspielt, obwohl ein solches nicht besteht.

Der Gerichtshof entscheidet, dass eine Marke eine Täuschung im Sinne des Unionsrechts darstellen kann, wenn sie eine Zahl enthält, die auf ein langjähriges Know-how anspielt, das den Waren, für die diese Marke eingetragen ist, eine Qualitätsgarantie und Prestigecharakter verleiht, obwohl ein solches langjähriges Know-how nicht besteht.

Die anwendbare Bestimmung¹ verbietet Marken, „die geeignet sind, das Publikum zu täuschen“, nur dann, wenn die fragliche Marke geeignet ist, die maßgeblichen Verkehrskreise über ein Merkmal der mit ihr gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen, z. B. über ihre Art, ihre Beschaffenheit oder ihre geografische Herkunft, zu täuschen. Unter Berufung auf seine frühere Rechtsprechung² führt der Gerichtshof aus, dass sich die Beschaffenheit bzw. Qualität bei Luxuswaren auch aus dem Prestigecharakter ergeben kann.

Es ist Sache des nationalen Gerichts, im Licht aller Umstände des Einzelfalls und der Wahrnehmung der maßgeblichen Verkehrskreise konkret zu beurteilen, ob die in den fraglichen Marken angegebene Zahl als eine Jahreszahl wahrgenommen wird, die auf ein langjähriges Know-how anspielt, und dabei diese Marken in ihrer Gesamtheit zu prüfen sowie insbesondere zu berücksichtigen, dass sie neben der Zahl 1717 den Begriff „Paris“ enthalten und welche Botschaft sie vermitteln.

HINWEIS: Mit einem Vorabentscheidungsersuchen haben die Gerichte der Mitgliedstaaten die Möglichkeit, dem

Gerichtshof im Rahmen eines Rechtsstreits, über den sie zu entscheiden haben, Fragen betreffend die Auslegung des Unionsrechts oder die Gültigkeit einer Handlung der Union vorzulegen. Der Gerichtshof entscheidet dabei nicht den beim nationalen Gericht anhängigen Rechtsstreit. Dieser ist unter Zugrundelegung der Entscheidung des Gerichtshofs vom nationalen Gericht zu entscheiden. Die Entscheidung des Gerichtshofs bindet in gleicher Weise andere nationale Gerichte, wenn diese über vergleichbare Fragen zu befinden haben.

Zur Verwendung durch die Medien bestimmtes nicht amtliches Dokument, das den Gerichtshof nicht bindet.

Der [Volltext und gegebenenfalls die Zusammenfassung](#) des Urteils werden am Tag der Verkündung auf der Curia-Website veröffentlicht.

Pressekontakt: Hartmut Ost ☎ +352 4303-3255

Bleiben Sie in Verbindung!



¹ Art. 3 Abs. 1 Buchst. g der [Richtlinie 2008/95/EG](#) des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2008. Diese Richtlinie ist nicht mehr in Kraft und wurde durch die [Richtlinie \(EU\) 2015/2436](#) des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2015 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken ersetzt. Die Richtlinie 2008/95 bleibt jedoch zeitlich auf den Rechtsstreit anwendbar, mit dem das Berufungsgericht Paris und der Kassationsgerichtshof befasst sind.

² Vgl. Urteil des Gerichtshofs vom 23. April 2009, Copad, [C-59/08](#) (vgl. auch [Pressemitteilung Nr. 35/09](#)).