

# Verbundene Rechtssachen C-108/97 und C-109/97

## Windsurfing Chiemsee Produktions- und Vertriebs GmbH (WSC) gegen Boots- und Segelzubehör Walter Huber und Franz Attenberger

(Vorabentscheidungsersuchen  
des Landgerichts München I)

„Richtlinie 89/104/EWG — Marken — Geographische Herkunftsangaben“

Schlußanträge des Generalanwalts G. Cosmas vom 5. Mai 1998 .....	I - 2782
Urteil des Gerichtshofes vom 4. Mai 1999 .....	I - 2810

### Leitsätze des Urteils

1. *Rechtsangleichung — Marken — Richtlinie 89/104 — Ablehnung der Eintragung oder Ungültigkeit — Ausschließlich aus geographischen Herkunftsangaben bestehende Marken — Begriff (Richtlinie 89/104 des Rates, Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe c)*

2. *Rechtsangleichung — Marken — Richtlinie 89/104 — Ablehnung der Eintragung oder Ungültigkeit — Fehlende Unterscheidungskraft — Ausnahme — Durch Benutzung erworbene Unterscheidungskraft — Begriff — Auslegung — Kriterien*  
(*Richtlinie 89/104 des Rates, Artikel 3 Absatz 3*)

1. Nach Artikel 3 Absatz 1 Buchstabe c der Ersten Richtlinie 89/104 über die Marken

— ist bei dieser Prüfung insbesondere von Belang, inwieweit den beteiligten Verkehrskreisen die betreffende geographische Bezeichnung bekannt ist und welche Eigenschaften der bezeichnete Ort und die betreffende Warengruppe haben;

— ist nicht nur die Eintragung solcher geographischer Bezeichnungen als Marken verboten, die Orte bezeichnen, die von den beteiligten Verkehrskreisen aktuell mit der betreffenden Warengruppe in Verbindung gebracht werden, sondern auch solcher geographischer Bezeichnungen, die zukünftig von den betroffenen Unternehmen als Herkunftsangabe für die betreffende Warengruppe verwendet werden können;

— beruht die Verbindung zwischen der betreffenden Ware und dem geographischen Ort nicht notwendigerweise auf der Herstellung der Ware an diesem Ort.

2. Nach Artikel 3 Absatz 3 Satz 1 der Ersten Richtlinie 89/104 über die Marken

— muß die zuständige Behörde in den Fällen, in denen die betreffende geographische Bezeichnung von den beteiligten Verkehrskreisen aktuell nicht mit der betroffenen Warengruppe in Verbindung gebracht wird, prüfen, ob vernünftigerweise zu erwarten ist, daß mit einer solchen Bezeichnung nach Auffassung dieser Kreise die geographische Herkunft dieser Warengruppe bezeichnet werden kann;

— besagt die durch Benutzung erworbene Unterscheidungskraft der Marke, daß die Marke geeignet ist, die Ware, für die die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Ware damit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden;

- ist bei einer Marke, die eine geographische Bezeichnung enthält, eine Differenzierung der Unterscheidungskraft nach dem festgestellten Interesse daran, die geographische Bezeichnung für die Benutzung durch andere Unternehmen freizuhalten, nicht zulässig;
- hat die zuständige Behörde bei der Feststellung, ob eine Marke infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat, in einer Gesamtschau die Gesichtspunkte zu prüfen, die zeigen können, daß die Marke die Eignung erlangt hat, die betreffende Ware als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu kennzeichnen und diese Ware somit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. In diesem Zusammenhang ist bei einer Marke, die eine geographische Bezeichnung enthält, insbesondere der spezifische Charakter dieser Bezeichnung zu berücksichtigen;
- muß die zuständige Behörde, wenn sie zu der Auffassung gelangt, daß ein erheblicher Teil der beteiligten Verkehrskreise die Ware aufgrund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennt, daraus folgern, daß die Voraussetzung für die Eintragung der Marke erfüllt ist;
- verbietet das Gemeinschaftsrecht nicht, daß die zuständige Behörde, wenn sie bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft der Marke, deren Eintragung beantragt wird, auf besondere Schwierigkeiten stößt, diese Frage nach Maßgabe ihres nationalen Rechts durch eine Verbraucherbefragung klären läßt.