

URTEIL DES GERICHTS (Fünfte Kammer)

28. Februar 2008*

In der Rechtssache T-215/06

American Clothing Associates SA mit Sitz in Evergem (Belgien), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte P. Maeyaert und N. Clarembeaux,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM), vertreten durch A. Folliard-Monguiral als Bevollmächtigten,

Beklagter,

wegen Aufhebung der Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) vom 4. Mai 2006 (Sache R 1463/2005-1) über die Anmeldung eines Bildzeichens mit der Darstellung eines Ahornblatts als Gemeinschaftsmarke

erlässt

* Verfahrenssprache: Französisch.

DAS GERICHT ERSTER INSTANZ
DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN (Fünfte Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten M. Vilaras (Berichterstatter) sowie der Richter F. Dehousse und D. Šváby,

Kanzler: B. Pastor, Hilfskanzlerin,

aufgrund der am 8. August 2006 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 24. Oktober 2006 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

auf die mündliche Verhandlung vom 6. November 2007

folgendes

Urteil

Rechtlicher Rahmen

- ¹ Art. 7 der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. 1994, L 11, S. 1) in der geänderten Fassung bestimmt:

„(1) Von der Eintragung ausgeschlossen sind:

...

- h) Marken, die mangels Genehmigung durch die zuständigen Stellen gemäß Artikel 6ter der Pariser Verbandsübereinkunft zurückzuweisen sind,

...“

- ² Die Art. 1, 6, 6ter, 6sexies und 7 der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums vom 20. März 1883 in der revidierten und geänderten Fassung (Recueil des traités des Nations unies, Bd. 828, Nr. 11847, S. 108, im Folgenden: PVÜ) bestimmen:

„Artikel 1

...

- (2) Der Schutz des gewerblichen Eigentums hat zum Gegenstand die Erfindungspatente, die Gebrauchsmuster, die gewerblichen Muster oder Modelle, die Fabrik- oder Handelsmarken, die Dienstleistungsmarken, den Handelsnamen und die Herkunftsangaben oder Ursprungsbezeichnungen sowie die Unterdrückung des unlauteren Wettbewerbs.

...

Artikel 6

- (1) Die Bedingungen für die Hinterlegung und Eintragung von Fabrik- oder Handelsmarken werden in jedem Land [für das die Pariser Verbandsübereinkunft gilt] durch die innerstaatlichen Rechtsvorschriften bestimmt.

...

Artikel 6ter

- (1) a) Die Verbandsländer kommen überein, die Eintragung der Wappen, Flaggen und anderen staatlichen Hoheitszeichen der Verbandsländer, der von ihnen eingeführten amtlichen Prüf- und Gewährzeichen und -stempel sowie jeder Nachahmung im heraldischen Sinn als Fabrik- oder Handelsmarken oder als Bestandteile solcher zurückzuweisen oder für ungültig zu erklären sowie den Gebrauch dieser Zeichen durch geeignete Maßnahmen zu verbieten, sofern die zuständigen Stellen den Gebrauch nicht erlaubt haben.
- b) Die Bestimmungen unter Buchstabe a sind ebenso auf die Wappen, Flaggen und anderen Kennzeichen, Sigel oder Bezeichnungen der internationalen zwischenstaatlichen Organisationen anzuwenden, denen ein oder mehrere Verbandsländer angehören; ausgenommen sind die Wappen, Flaggen und anderen Kennzeichen, Sigel oder Bezeichnungen, die bereits Gegenstand von in Kraft befindlichen internationalen Abkommen sind, die ihren Schutz gewährleisten.
- c) Kein Verbandsland ist gehalten, die Bestimmungen unter Buchstabe b zum Nachteil der Inhaber von Rechten anzuwenden, die gutgläubig vor dem Inkrafttreten dieser Übereinkunft in diesem Land erworben worden sind. Die Verbandsländer sind nicht gehalten, diese Bestimmungen anzuwenden, falls die Benutzung oder Eintragung gemäß Buchstabe a nicht geeignet ist, beim Publikum den Eindruck einer Verbindung zwischen der betreffenden Organisation und den Wappen, Flaggen, Kennzeichen, Sigeln oder Bezeichnungen hervorzurufen, oder falls die Benutzung oder Eintragung offenbar nicht geeignet ist, das Publikum über das Bestehen einer Verbindung zwischen dem Benutzer und der Organisation irrezuführen.

...

- (3) a) Für die Anwendung dieser Bestimmungen kommen die Verbandsländer überein, durch Vermittlung des Internationalen Büros ein Verzeichnis der staatlichen Hoheitszeichen und amtlichen Prüf- und Gewährzeichen und -stempel auszutauschen, die sie jetzt oder in Zukunft unumschränkt oder in gewissen Grenzen unter den Schutz dieses Artikels zu stellen wünschen, dies gilt auch für alle späteren Änderungen dieses Verzeichnisses. Jedes Verbandsland soll die notifizierten Verzeichnisse rechtzeitig öffentlich zugänglich machen.

Diese Notifikation ist jedoch für Staatsflaggen nicht erforderlich.

...

Artikel 6sexies

Die Verbandsländer verpflichten sich, die Dienstleistungsmarken zu schützen. Sie sind nicht gehalten, die Eintragung dieser Marken vorzusehen.

Artikel 7

Die Beschaffenheit des Erzeugnisses, auf dem die Fabrik- oder Handelsmarke angebracht werden soll, darf keinesfalls die Eintragung der Marke hindern.“

Gang des Rechtsstreits

- ³ Am 23. Juli 2002 meldete die Klägerin nach der Verordnung Nr. 40/94 eine Gemeinschaftsmarke beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) an.

- 4 Die angemeldete Marke, die aus der Abbildung eines Ahornblatts und den darunter stehenden Großbuchstaben „RW“ besteht, sieht wie folgt aus:



- 5 Die Marke wurde für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 18, 25 und 40 des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken vom 15. Juni 1957 in revidierter und geänderter Fassung angemeldet:

— „Leder und Lederimitationen sowie Waren daraus, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind; Häute und Felle; Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke; Peitschen, Pferdegeschirre und Sattlerwaren“ (Klasse 18);

— „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“ (Klasse 25);

- „Dienstleistungen von Schneidern, Tierpräparation; Buchbindearbeiten; Bearbeitung, Behandlung und Endbehandlung von Lederwaren, Leder, Pelzen und Textilien; Entwicklung von Filmen und Abzüge von Fotos; Arbeiten in Holz; Pressen von Früchten; Müllerei; Behandlung, Tauch- und Endbehandlung von Metalloberflächen“ (Klasse 40).
- 6 Mit Bescheid vom 7. Oktober 2005 wies der Prüfer die Anmeldung der angemeldeten Marke für alle angegebenen Waren und Dienstleistungen gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 mit der Begründung zurück, dass diese Marke geeignet sei, beim Publikum den Eindruck einer Verbindung zwischen ihr und Kanada hervorzurufen, da das Ahornblatt in der angemeldeten Marke eine Nachbildung des kanadischen Hoheitszeichens sei.
- 7 Dieses Hoheitszeichen sehe, wie sich aus der Mitteilung des Internationalen Büros der Weltorganisation für geistiges Eigentum (World Intellectual Property Organization, WIPO) vom 1. Februar 1967 an die Verbandsmitglieder der PVÜ und aus der Datenbank der WIPO ergebe, wie folgt aus:



- 8 Am 6. Dezember 2005 legte die Klägerin nach den Art. 57 bis 62 der Verordnung Nr. 40/94 gegen den Bescheid des Prüfers Beschwerde ein.
- 9 Mit Entscheidung vom 4. Mai 2006 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung), die der Klägerin am 29. Mai 2006 mitgeteilt wurde, wies die Erste Beschwerdekammer die Beschwerde zurück und bestätigte den Bescheid des Prüfers.
- 10 Aufgrund der vorstehend in Randnr. 7 erwähnten Gesichtspunkte stellte die Beschwerdekammer fest, dass das rotfarbene Ahornblatt das Hoheitszeichen Kanadas sei (Randnr. 11 der angefochtenen Entscheidung). Angesichts der Rechtsprechung (Urteil des Gerichts vom 21. April 2004, Concept/HABM [ECA], T-127/02, Slg. 2004, II-1113, Randnr. 40) vertrat die Beschwerdekammer die Auffassung, dass in diesem Fall zu prüfen sei, ob die angemeldete Marke einen Bestandteil enthalte, der als kanadisches Hoheitszeichen oder als dessen Nachahmung „im heraldischen Sinn“ angesehen werden könne. Die Hinzufügung des Wortbestandteils „rw“ in der angemeldeten Marke könne der Anwendung des Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ nicht entgegenstehen (Randnrn. 12 bis 14 der angefochtenen Entscheidung).
- 11 Die Beschwerdekammer verwarf insoweit das Vorbringen der Klägerin, das Ahornblatt in der angemeldeten Marke und das kanadische Hoheitszeichen wiesen nicht die gleiche Farbe auf. Da die Anmeldung der Klägerin keine besondere Farbe angebe, könne die angemeldete Marke mit jeder beliebigen Farbkombination, darunter der roten Farbe des kanadischen Hoheitszeichens, dargestellt werden (Randnr. 15 der angefochtenen Entscheidung).
- 12 Die Beschwerdekammer vertrat weiterhin die Auffassung, es gebe zwischen den beiden Ahornblättern keinen bedeutsamen Unterschied in der Abbildung. Es

handele sich in beiden Fällen um das gleiche Blatt mit elf Spitzen, in der Form eines Sterns mit fünf Teilen an einem Stiel und mit einem offensichtlich identischen Einschnitt zwischen den Spitzen oder den Teilen. Folglich betrachte das Publikum das Ahornblatt der angemeldeten Marke als eine heraldische Nachahmung des kanadischen Hoheitszeichens (Randnr. 16 der angefochtenen Entscheidung). Die Eintragung der angemeldeten Marke könne das Publikum bezüglich des Ursprungs der von der Marke erfassten Waren und Dienstleistungen irreführen, wenn man zugleich die große Vielfalt der Waren und Dienstleistungen berücksichtige, die Kanada anbieten und fördern könne (Randnr. 17 der angefochtenen Entscheidung).

- ¹³ Nach Meinung der Beschwerdekammer kann der angebliche Ruf der Marke RIVER WOODS der Klägerin in Belgien die vorstehenden Erwägungen nicht erschüttern, da der Erwerb der Unterscheidungskraft einer Marke durch Gebrauch nicht für den in Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 geregelten Fall gelte (Randnr. 19 der angefochtenen Entscheidung). Die Beschwerdekammer hat auch das übrige Vorbringen der Klägerin zurückgewiesen, die angeführt hatte, dass sie mehrere ähnliche nationale Marken, darunter kanadische Marken, habe eintragen lassen, und sich auf die frühere Entscheidungspraxis des HABM für Marken mit einer Fahne oder einem Hoheitszeichen eines Staates berufen hatte (Randnrn. 20 bis 22 der angefochtenen Entscheidung).

Anträge der Parteien

- ¹⁴ Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— dem HABM die Kosten aufzuerlegen.

15 Das HABM beantragt,

- die Klage abzuweisen;

- der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

Gründe

16 Die Klägerin macht als einzigen Klagegrund einen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 geltend. Das Gericht hält es für erforderlich, diesen Klagegrund zunächst bezüglich der in der Anmeldung genannten Dienstleistungen der Klasse 40 und dann bezüglich der in der Anmeldung genannten Waren der Klassen 18 und 25 zu prüfen.

Zu den Dienstleistungen der Klasse 40

Vorbringen der Parteien

17 Die Klägerin stellt klar, dass sie, obzwar die Anwendung des Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ auf Dienstleistungsmarken einige Zweifelsfragen aufwerfen könne, in ihrem Klagevortrag keinen Unterschied zwischen den durch die streitige Anmeldung erfassten Waren und Dienstleistungen machen werde.

- 18 Das HABM räumt seinerseits ein, dass Art. 6ter PVÜ, wörtlich verstanden, nur für Fabrik- oder Handelsmarken, d. h. für Warenmarken, gelte. Diese Vorschrift verpflichte mithin die der Pariser Verbandsübereinkunft angehörenden Staaten sowie die Staaten und internationalen Organisationen — einschließlich der Europäischen Union — als Mitglieder der Welthandelsorganisation, die Art. 6ter einzuhalten hätten, nicht dazu, die Eintragung von Zeichen, die staatliche Hoheitszeichen oder andere amtliche Zeichen umfassten oder nachahmten, als Dienstleistungsmarken oder Bestandteile solcher Marken abzulehnen oder für ungültig zu erklären. Seiner Meinung nach seien jedoch die Staaten sowie das HABM selbst unbestreitbar befugt, dies zu tun.
- 19 Zunächst erkenne die WIPO, die die Pariser Verbandsübereinkunft verwalte, diese Möglichkeit ausdrücklich an, wie sich aus Abs. 7 der „Allgemeinen Informationen zu Art. 6ter PVÜ“ ergebe, die auf der Website der WIPO abrufbar seien. Sodann beziehe sich Art. 1 der Verordnung Nr. 40/94 ausdrücklich auf den Schutz von „Marken für Waren und Dienstleistungen“, während Art. 7 dieser Verordnung über die absoluten Eintragungshindernisse nicht zwischen Marken für Waren und solchen für Dienstleistungen unterscheide. Schließlich habe das Gericht in seinem Urteil ECA (oben in Randnr. 10 angeführt) selbst bestätigt, dass Art. 6ter PVÜ auch auf Dienstleistungsmarken anzuwenden sei, weil die Marke, um die es in dieser Rechtssache gegangen sei, sowohl Waren der Klasse 9 als auch Dienstleistungen der Klasse 41 erfasst und das Gericht bei seiner Schlussfolgerung, dass die Eintragung dieser Marke zu Recht gemäß Art. 6ter PVÜ abgelehnt worden sei, nicht zwischen Waren und Dienstleistungen unterschieden habe.
- 20 In der mündlichen Verhandlung hat sich das HABM für eine erweiternde Auslegung des Art. 6ter PVÜ ausgesprochen, die auch Dienstleistungen in dessen Anwendungsbereich fallen lasse; die letztgenannte Kategorie habe zunehmende Bedeutung erlangt, die der von Warenmarken vergleichbar sei. Im Übrigen empfehle die WIPO eine solche Auslegung dieser Vorschrift.

- 21 In seiner Klagebeantwortung hat das HABM ferner die Auffassung vertreten, dass die Frage der Anwendung des Art. 6ter PVÜ auf Dienstleistungsmarken jedenfalls nicht beim Gericht anhängig sei, weil sie zum einen im Lauf des Verfahrens vor den Instanzen des HABM nie angesprochen worden sei und zum anderen die Klägerin in ihrer Klageschrift die Ansicht, dass diese Vorschrift nicht auf Dienstleistungsmarken anzuwenden sei, nicht ausreichend erläutert habe. Es hat indessen in der mündlichen Verhandlung eingeräumt, dass das Gericht diese Frage trotz fehlenden besonderen Vorbringens der Klägerin hierzu prüfen könne, was im Sitzungsprotokoll vermerkt worden ist.

Würdigung durch das Gericht

- 22 Vorab ist darauf hinzuweisen, dass die Klägerin sowohl vor den Instanzen des HABM als auch vor dem Gericht im Kern nur einen einzigen Klagegrund geltend gemacht hat, mit dem sie rügt, dass Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 verletzt worden sei, weil die Eintragung der angemeldeten Marke, bei der es sich weder um das Hoheitszeichen des kanadischen Staates noch um dessen Nachahmung „im heraldischen Sinn“ handle, nicht aufgrund von Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ abgelehnt werden dürfe.
- 23 Die Frage der Anwendbarkeit des Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ auf Dienstleistungsmarken ist eine Vorfrage, die beantwortet werden muss, um eine ordnungsgemäße Anwendung der Verordnung Nr. 40/94 auf den von der Klägerin vorgebrachten Klagegrund zu gewährleisten. Um nämlich festzustellen, ob es sich bei der angemeldeten Marke, soweit sie Dienstleistungen betrifft, um eine Marke handelt, deren Eintragung möglicherweise gegen Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a verstößt, muss geklärt werden, ob diese Vorschrift auf Dienstleistungen anwendbar ist. Ist dies nicht der Fall, verstieße die Weigerung des HABM, diese Marke für Dienstleistungen

einzutragen, in der Tat, wie die Klägerin geltend macht, gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94, ohne dass geprüft werden müsste, ob die angemeldete Marke das Hoheitszeichen des kanadischen Staates oder dessen Nachahmung „im heraldischen Sinn“ umfasst.

24 Die Frage der Anwendbarkeit des Art. 6ter PVÜ auf Dienstleistungsmarken gehörte mithin zu den rechtlichen Gesichtspunkten des Rechtsstreits, mit denen die Beschwerdekammer befasst war, auch wenn sich die Klägerin zu dieser Frage nicht geäußert hat und wenn es die Beschwerdekammer unterlassen hat, zu diesem Aspekt Stellung zu nehmen (Urteil des Gerichts vom 1. Februar 2005, SPAG/HABM — Dann und Backer [HOOLIGAN], T-57/03, Slg. 2005, II-287, Randnr. 21). Diese Frage kann daher vor dem Gericht zum ersten Mal vorgebracht werden (Urteil HOOLIGAN, Randnr. 22).

25 Aus den oben in Randnr. 23 angeführten Gründen gehört diese Frage auch zu den rechtlichen Gesichtspunkten des Rechtsstreits, mit dem das Gericht befasst ist. Obzwar das Gericht nämlich nur über das Begehren der Parteien zu entscheiden hat, deren Sache es ist, den Rahmen des Rechtsstreits abzugrenzen, kann es doch nicht verpflichtet sein, allein die Argumente zu berücksichtigen, auf die sie ihr Vorbringen gestützt haben, weil es seine Entscheidung sonst gegebenenfalls auf unzutreffende rechtliche Erwägungen stützen müsste (Beschlüsse des Gerichtshofs vom 27. September 2004, UER/M6 u. a., C-470/02 P, nicht in der amtlichen Sammlung veröffentlicht, Randnr. 69, und vom 13. Juni 2006, Mancini/Kommission, C-172/05 P, nicht in der amtlichen Sammlung veröffentlicht, Randnr. 41). Dies gilt umso mehr im vorliegenden Fall, da die Klägerin Zweifel an der Anwendbarkeit des Art. 6ter PVÜ auf Dienstleistungsmarken geäußert hat. Wie das HABM in der mündlichen Verhandlung selbst eingeräumt hat, ist daher diese Frage durchaus Teil des Streitstoffs und vom Gericht zu prüfen, da diese Prüfung erforderlich ist, um den einzigen von der Klägerin geltend gemachten Klagegrund würdigen zu können.

26 Folglich ist zu prüfen, ob Art. 6ter PVÜ auch auf Dienstleistungsmarken anwendbar ist. Dazu ist festzustellen, dass diese Vorschrift lediglich von „Fabrik- oder Handelsmarken“ spricht. Aus Art. 1 Abs. 2, Art. 6 Abs. 1 und schließlich Art. 6sexies PVÜ

ergibt sich eindeutig, dass diese Übereinkunft zwischen „Fabrik- oder Handelsmarken“ einerseits, die, wie ihr Art. 7 zeigt, für Waren eingetragen werden, und „Dienstleistungsmarken“ andererseits unterscheidet. Da Art. 6ter nur Fabrik- oder Handelsmarken, d. h. Warenmarken, betrifft, gilt das durch diese Vorschrift geschaffene Eintragungs- und Benutzungsverbot nicht für Dienstleistungsmarken.

27 Das HABM macht indessen geltend, der Gemeinschaftsgesetzgeber könne auch für Dienstleistungen die Eintragung von Marken untersagen, die ein staatliches Hoheitszeichen enthielten, selbst wenn er dazu nach Art. 6ter PVÜ nicht verpflichtet sei.

28 Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 beschränkt sich indessen auf eine bloße Verweisung auf Art. 6ter PVÜ, wenn er festlegt, dass „Marken, die ... gemäß Artikel 6ter [PVÜ] zurückzuweisen sind“, von der Eintragung ausgeschlossen sind. Da Art. 6ter PVÜ die Dienstleistungsmarken nicht betrifft, können sie nicht aufgrund dieser Vorschrift „zurückzuweisen“ sein und können daher nicht unter das absolute Eintragungshindernis des Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 fallen. Der vom HABM angeführte Umstand, dass Art. 7 der Verordnung Nr. 40/94 nicht zwischen Waren- und Dienstleistungsmarken unterscheidet, kann für sich nicht zu einer gegenteiligen Schlussfolgerung führen, weil diese Unterscheidung von Art. 6ter PVÜ getroffen wird, auf den Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 verweist.

29 Wenn nämlich der Gemeinschaftsgesetzgeber auch für Dienstleistungen die Eintragung von Marken hätte untersagen wollen, die „Wappen, Flaggen und andere staatliche Hoheitszeichen“ enthalten, hätte er sich nicht darauf beschränkt, einfach auf

Art. 6ter PVÜ zu verweisen, sondern hätte in den Wortlaut von Art. 7 der Verordnung Nr. 40/94 selbst ein Verbot der Eintragung von „Wappen, Flaggen und anderen staatlichen Hoheitszeichen ... sowie jeder Nachahmung im heraldischen Sinn“ als Gemeinschaftsmarke oder als Bestandteil einer solchen Marke aufgenommen, ohne dabei stillschweigend, aber allein wegen der Verweisung auf Art. 6ter PVÜ notwendig zwischen Waren- und Dienstleistungsmarken zu unterscheiden.

30 Das vom HABM angeführte Urteil ECA (oben in Randnr. 10 angeführt) kann dies nicht entkräften, da das Gericht in diesem Urteil die Frage der Anwendbarkeit des Art. 6ter PVÜ auf Dienstleistungsmarken überhaupt nicht geprüft hat, zumal die Parteien diese Frage in der genannten Rechtssache nicht aufgeworfen hatten.

31 Schließlich ist das Vorbringen des HABM zurückzuweisen, Art. 6ter PVÜ müsse erweiternd ausgelegt werden. Zum einen beschränkt sich das einzige vom HABM angeführte Dokument der WIPO (vgl. oben, Randnr. 19) auf folgenden Hinweis: „Art. 6ter PVÜ verpflichtet die der Pariser Verbandsübereinkunft angehörenden Staaten nicht, die Eintragung staatlicher Hoheitszeichen oder anderer amtlicher Zeichen als Dienstleistungsmarken oder Bestandteile solcher Marken abzulehnen oder für ungültig zu erklären oder ihre Benutzung zu untersagen. Die Staaten sind jedoch frei, dies zu tun.“ Somit spricht sich dieses Dokument entgegen dem Vorbringen des HABM keineswegs für eine erweiternde Auslegung dieser Vorschrift aus. Im Übrigen ist darauf hinzuweisen, dass gerade zu dem Zweck, den Schutz für Warenmarken nach der Pariser Verbandsübereinkunft auf Dienstleistungsmarken auszudehnen, in Art. 16 des am 27. Oktober 1994 in Genf unterzeichneten Markenrechtsvertrags eine spezielle Vorschrift aufgenommen worden ist. Dieses von der Europäischen Gemeinschaft am 30. Juni 1995 unterzeichnete Abkommen ist von dieser nicht ratifiziert worden.

32 Zum anderen und vor allem darf vermutet werden, dass sich der Gemeinschaftsgesetzgeber, als er vor relativ kurzer Zeit die Verordnung Nr. 40/94 erließ, der Bedeutung der Dienstleistungsmarken im modernen Handel bewusst war und daher den

Schutz staatlicher Hoheitszeichen gemäß Art. 6ter PVÜ auch auf diese Markenkategorie hätte ausdehnen können. Da es der Gesetzgeber nicht für angebracht gehalten hat, den Anwendungsbereich der einschlägigen Vorschriften in dieser Weise zu erweitern, ist es nicht Sache des Gemeinschaftsrichters, sich an seine Stelle zu setzen und eine Auslegung *contra legem* dieser Vorschriften, deren Sinn nicht zweifelhaft ist, vorzunehmen.

- 33 Demnach verstößt die angefochtene Entscheidung, soweit darin die Eintragung der angemeldeten Marke für Dienstleistungen der Klasse 40 abgelehnt wird, gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 und ist daher aufzuheben.

Zu den Waren der Klassen 18 und 25

Vorbringen der Parteien

- 34 Die Klägerin erinnert vorab an die Rechtsprechung des Gerichts zur Auslegung des Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ (Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 39) und entnimmt ihr, dass die Eintragung einer Marke, die wie die angemeldete Marke das Recht des Staates, die Benutzung seiner Souveränitätszeichen zu kontrollieren, nicht beeinträchtigt und das Publikum hinsichtlich der Herkunft der Waren und Dienstleistungen, auf die sie Anwendung finde, nicht irreführe, nicht aufgrund dieser Vorschrift abgelehnt werden dürfe.
- 35 Die Klägerin macht erstens geltend, die Beschwerdekammer habe zu Unrecht die Einfügung des Wortbestandteils „rw“ in die angemeldete Marke als unerheblich abgetan. Es müsse immer auf die Wahrnehmung des Durchschnittsverbrauchers und insbesondere auf den Gesamteindruck abgestellt werden, den die Marke bei ihm

hervorrufe (vgl. sinngemäß Urteil des Gerichtshofs vom 16. September 2004, Nichols, C-404/02, Slg. 2004, I-8499, Randnr. 35; vgl. auch Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 64). Außerdem nehme der Durchschnittsverbraucher eine Marke normalerweise als Ganzes wahr (Urteil des Gerichtshofs vom 11. November 1997, Sabèl, C-251/95, Slg. 1997, I-6191, Randnr. 23).

36 Im vorliegenden Fall bilde der Wortbestandteil „rw“, die Abkürzung der Hauptmarke RIVER WOODS der Klägerin, zusammen mit dem Bildelement der angemeldeten Marke ein Ganzes. Im Übrigen müsse die Art und Weise berücksichtigt werden, mit der diese Marke unter normalen Verwendungsbedingungen vom Durchschnittsverbraucher wahrgenommen werde. Die Klägerin gibt in ihrer Klageschrift Bilder wieder, die ihrer Ansicht nach eine Vorstellung von einer solchen Wahrnehmung vermitteln. Die Berücksichtigung des Gesamteindrucks der angemeldeten Marke, wie sie unter normalen Verwendungsbedingungen wahrgenommen werde, schließe jede Möglichkeit einer Anwendung von Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 auf den vorliegenden Fall aus.

37 Die Klägerin macht zweitens geltend, die Beschwerdekammer sei ebenfalls zu Unrecht in Randnr. 16 der angefochtenen Entscheidung davon ausgegangen, dass bei dem Ahornblatt in der angemeldeten Marke „das betroffene Publikum den Eindruck haben kann, dass es sich um eine heraldische Nachbildung des kanadischen Hoheitszeichens handelt“.

38 Die Klägerin verweist darauf, dass der Schutz staatlicher Hoheitszeichen nach Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ Ähnlichkeiten in einem abgegrenzten Bereich, nämlich Nachahmungen „im heraldischen Sinn“ betreffe. Die Klägerin führt aus, dass „[d]iese Klarstellung ... effektiv die Tragweite der verbotenen Nachahmung im Vergleich zu dem [reduziert], was normalerweise im Markenrecht als unannehmbar gilt. Da staatliche Hoheitszeichen häufig übliche Symbole wie einen Löwen, einen Adler oder die Sonne enthalten, sind Nachahmungen nur verboten, wenn sie die heraldischen Merkmale des Zeichens des betreffenden Staates aufgreifen. Folglich bleibt das Symbol als solches in seinem Gebrauch frei und kann bei der Gestaltung von

Fabrik- oder Handelsmarken verwendet werden“ (Akte der Revisionskonferenz von Den Haag von 1925, S. 245). Die Klägerin verweist ferner auf die Entschlüsse der 1958 in Lissabon abgehaltenen Konferenz zur Revision der Pariser Verbandsvereinbarung bezüglich der Frage, ob die Beschränkung des Schutzes auf Nachahmungen „im heraldischen Sinn“ nach Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a eingeschränkt werden soll (Akte der Konferenz von Lissabon, S. 129, 131, 139 und 140).

39 Die Klägerin bringt weiter vor, dass Art. 6ter PVÜ außer bei Vorliegen außergewöhnlicher Umstände ein Hoheitszeichen nicht außerhalb seiner Funktion als Hoheitszeichen schützen wolle. Ebenso wie bei Marken oder jedem anderen unterscheidungskräftigen Zeichen könne ein Hoheitszeichen mehr oder weniger gebräuchlich sein. Dieser Umstand wirke sich auf den Schutz aus, der dem betreffenden Hoheitszeichen gemäß Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ gewährt werde. Ein Hoheitszeichen, das recht verbreitet sei und nur wenige ausgeprägte heraldische Merkmale aufweise, genieße daher nur einen stark beschränkten Schutz.

40 Im vorliegenden Fall habe die kanadische Regierung der WIPO als staatliches Hoheitszeichen das gleiche Ahornblatt in roter Farbe wie dasjenige notifiziert, das Teil der kanadischen Nationalflagge sei. Ihrer Meinung nach sei die rote Farbe dieses Blattes ein Element von herausragender Bedeutung, wie dies erstens die Angabe „farbig“ unter der Rubrik „Typ“ der Eintragung dieses Hoheitszeichens in der Datenbank der WIPO, zweitens dessen grafische Darstellung in der Datenbank und schließlich drittens der Umstand belegten, dass der verwendete Farbton eigenartig sei und keiner bei einem Ahornblatt weitverbreiteten Farbe entspreche. Letzteres unterscheide das kanadische Hoheitszeichen von der Darstellung, an die man ganz natürlich zuerst denke, wenn man sich ein Ahornblatt vorstelle.

41 Es verstehe sich von selbst, dass Art. 6ter PVÜ nicht darauf abziele, Kanada die Monopolisierung der natürlichen Darstellung eines Ahornblatts zu erlauben, zumal

dieser Baum nicht nur in Kanada wachse. Die angemeldete Marke enthalte aber nur eine natürliche Darstellung eines Ahornblatts in schwarzer Farbe. Im Übrigen weise das Ahornblatt in der angemeldeten Marke im Vergleich zum kanadischen Hoheitszeichen vom grafischen Standpunkt aus einen Unterschied bei der Breite des Stiels auf. Schließlich stelle das in dieser Marke verwendete Ahornblatt in der Wahrnehmung des Durchschnittsverbrauchers, der mit der angemeldeten Marke unter normalen Bedingungen ihrer Verwendung konfrontiert werde, zusammen mit dem charakteristischen und beherrschenden Wortbestandteil „rw“ ein Ganzes dar und weise keine heraldischen Merkmale auf.

42 Unter diesen Umständen könne man unmöglich davon ausgehen, dass die angemeldete Marke eine Nachahmung des kanadischen Hoheitszeichens „im heraldischen Sinn“ sei. Die Eintragung dieser Marke beeinträchtige weder das kanadische Hoheitszeichen selbst noch die Kontrolle der Verwendung dieses Zeichens durch den kanadischen Staat.

43 Drittens widerspricht die Klägerin der Schlussfolgerung in der angefochtenen Entscheidung (Randnr. 17), dass die Eintragung der angemeldeten Marke das Publikum bezüglich der Herkunft der mit dieser Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen irreführen könnte.

44 Die Klägerin bringt vor, bei der Bewertung der Gefahr der Irreführung bezüglich der Herkunft der mit dieser Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen müssten die Wahrnehmung des Durchschnittsverbrauchers einerseits und die betreffenden Waren und Dienstleistungen andererseits berücksichtigt werden. Außerdem müsse die Verbindung zwischen den mit der angemeldeten Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen und einem Land, auf die diese Marke möglicherweise hindeute, so unmittelbar und konkret sein, dass sie den Durchschnittsverbraucher irreführe (vgl. sinngemäß Urteil des Gerichts vom 12. Januar 2005, Deutsche Post EURO EXPRESS/HABM, EUROPREMIUM, T-334/03, Slg. 2005, II-65, Randnrn. 24, 25 und 41).

- 45 Im vorliegenden Fall könne aber die angemeldete Marke insgesamt betrachtet den Durchschnittsverbraucher nicht irreführen. Der Hinweis in der angefochtenen Entscheidung auf die große Vielfalt der Waren und Dienstleistungen, die Kanada, eine der größten Volkswirtschaften der Welt, anbieten und fördern könne, sei nicht überzeugend, weil solche Erwägungen zugleich für viele andere Länder Gültigkeit hätten. Das Vorliegen einer hinreichend konkreten und unmittelbaren Verbindung zwischen den durch die Marke erfassten Waren und Dienstleistungen und dem betreffenden Land, d. h. Kanada, sei im vorliegenden Fall nicht dargetan worden.
- 46 Wenn der Verbraucher mit der angemeldeten Marke im Zusammenhang mit den durch sie erfassten Waren oder Dienstleistungen konfrontiert werde, nehme er ein Wortelement wahr, das mit einem schmückenden Phantasieelement ein Ganzes bilde und höchstens eine ganz schwache geografische Vorstellung hervorrufe. Diese Konnotation sei wesentlich weniger deutlich als bei anderen Marken, wie z. B. der Marke Mont Blanc, die für Füllfederhalter oder für Creme eingetragen sei. In den letztgenannten Fällen nehme der Verbraucher keine Verbindung zwischen dem betreffenden Füllfederhalter oder der Creme und dem Gebiet des Mont Blanc wahr. Im Übrigen sei im Kleidungsbereich die Benutzung von Zeichen des Typs der angemeldeten Marke häufig.
- 47 Viertens macht die Klägerin geltend, die Beschwerdekammer habe es zu Unrecht als für den vorliegenden Fall unerheblich abgelehnt, den Ruf der Marke RIVER WOODS der Klägerin und den Gebrauch abgeleiteter Marken wie der angemeldeten durch die Klägerin zu prüfen.
- 48 In tatsächlicher Hinsicht beruft sich die Klägerin auf mehrere Unterlagen im Anhang der Klageschrift, die ihrer Meinung nach belegen, dass sie diese abgeleiteten Marken, insbesondere die angemeldete, bereits umfangreich benutzt habe und dass außerdem ihre Marke RIVER WOODS eine der bekanntesten Marken in Belgien sei.

- 49 Rechtlich führt die Klägerin aus, dass ihr Vorbringen vor der Beschwerdekammer sich nicht auf den Erwerb einer endgültigen Unterscheidungskraft durch Gebrauch bezogen habe. Eine solche Erwägung wäre sicherlich fehl am Platze, wenn man die Aussage des Art. 6ter der Pariser Übereinkunft berücksichtige.
- 50 Die Klägerin ist jedoch der Meinung, dass wegen des intensiven Gebrauchs dieser abgeleiteten Marken und des Rufs ihrer Marke RIVER WOODS der Verbraucher, der mit der angemeldeten Marke konfrontiert werde, auf keinen Fall denken werde, dass die von dieser Marke erfassten Waren und Dienstleistungen aus Kanada stammten oder irgendeine amtliche Anerkennung seitens dieses Staates erführen. Dieser Gebrauch und dieser Ruf stellten daher einen maßgeblichen Umstand für die Würdigung des absoluten Eintragungshindernisses nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 und Art. 6ter PVÜ dar, zumal kein Staat und keine internationale Organisation Einwände gegen die Benutzung von RIVER WOODS oder anderer abgeleiteter Marken der Klägerin erhoben hätten.
- 51 An letzter Stelle bringt die Klägerin vor, die Beschwerdekammer habe die verschiedenen anderen nationalen Marken und früheren Gemeinschaftsmarken nicht ausreichend berücksichtigt, die eine Fahne oder ein staatliches Hoheitszeichen aufwiesen und von ihr beim HABM angeführt worden seien. Natürlich müsse jede Marke aufgrund ihrer eigenen Merkmale und nicht anhand einer früheren Praxis des HABM oder früherer Eintragungen in europäischen oder anderen Ländern beurteilt werden. Solche Gesichtspunkte könnten indessen sachdienliche Hinweise für die Möglichkeit der Eintragung eines Zeichens als Gemeinschaftsmarke liefern.
- 52 Dies gelte umso mehr, wenn andere angeführte Eintragungen Beispiele für die Anwendung von Vorschriften internationaler Abkommen wie der Pariser Verbandsübereinkunft oder für die Praxis im Ursprungsland des betreffenden Hoheitszeichens lieferten. Dieses Land sei am besten in der Lage, den Anwendungsbereich des

Schutzes für sein eigenes Hoheitszeichen festzulegen, und außerdem für die Notifizierung als Zeichen im Sinne von Art. 6ter PVÜ verantwortlich. Deshalb sei ein Verständnis des Schutzes des nationalen Hoheitszeichens, wonach dieser außerhalb dieses Landes strenger wäre als innerhalb des Landes, nur schwer zu rechtfertigen. Da nämlich im vorliegenden Fall das HABM sozusagen Kanada vertrete, müsse es die kanadische Praxis beim Schutz des betreffenden Zeichens berücksichtigen.

- 53 Die Klägerin weist insoweit darauf hin, dass sie die Eintragung einer mit der angemeldeten Marke übereinstimmenden Marke als kanadische Marke beantragt habe. Dieser Markenmeldung sei kein absolutes Eintragungshindernis entgegengehalten worden, sie sei aber in der Folge aus anderen Gründen aufgegeben worden. Das kanadische Markenamt habe die Eintragung dieser Marke lediglich von der folgenden Verzichtserklärung (disclaimer text) der Klägerin abhängig gemacht: „Auf das Recht zum ausschließlichen Gebrauch der Darstellung des Ahornblatts mit elf Spitzen außerhalb der Marke wird verzichtet.“ Dieser Standpunkt des kanadischen Markenamts spiegele lediglich den Grundsatz wider, dass der „Gesamteindruck“ der Marke und ihre „Wahrnehmung als Ganzes“ zu berücksichtigen seien.
- 54 Ferner habe sie beim kanadischen Markenamt zwei andere Marken mit jeweils einem Ahornblatt eintragen lassen, von denen eines mit einem durch die Fahne der Vereinigten Staaten inspirierten Motiv und das andere innen mit der Buchstabengruppe „rw“ versehen sei. Vor beiden Eintragungen sei eine Verzichtserklärung mit dem in der vorstehenden Randnummer genannten Wortlaut abgegeben worden. Sowohl die beiden letztgenannten Marken als auch eine mit der angemeldeten identische Marke seien auch in den Vereinigten Staaten eingetragen worden.
- 55 Das HABM habe indessen die Eintragung der angemeldeten Marke nicht von der Bedingung der Abgabe einer ähnlichen Verzichtserklärung durch sie abhängig gemacht, obwohl es eine solche Möglichkeit für Marken hätte vorsehen müssen, die an Hoheitszeichen und Symbole eines Staates angelehnte Bestandteile enthielten, was Zweifel bezüglich des Umfangs ihres Schutzes hervorrufen könne.

56 Die Klägerin weist ferner darauf hin, dass das HABM selbst andere Marken der Klägerin eingetragen habe, die vor dem Hintergrund der angefochtenen Entscheidung hätten abgelehnt werden können. Die Klägerin gibt in ihrer Klageschrift drei Gemeinschaftsmarken wieder, die ihr gehörten. Die erste mit der Eintragungsnummer 2793479 enthält ein Ahornblatt mit der Buchstabengruppe „rw“ darin. Die zweite mit der Eintragsnummer 2788115 enthält u. a. ein Ahornblatt, das mit einem an die Zeichnung der Flagge der Vereinigten Staaten angelehnten Motiv bedeckt ist. Die dritte enthält neben anderen Bestandteilen eine Fahne ähnlich der Flagge der Vereinigten Staaten. Die Klägerin verweist überdies darauf, dass sowohl die angemeldete Marke als auch die drei vorgenannten Marken bereits vom Benelux-Amt für geistiges Eigentum und von anderen nationalen Markenämtern gebilligt worden seien.

57 Schließlich weist die Klägerin darauf hin, dass die Ablehnung der Eintragung der angemeldeten Marke durch das HABM nicht mit dessen Praxis bei Marken mit der Darstellung eines Ahornblatts oder eines anderen staatlichen Hoheitszeichens übereinstimme. Die Klägerin gibt in ihrer Klageschrift 29 Zeichen mit einem Ahornblatt oder Flaggen und anderen staatlichen Hoheitszeichen wieder und weist nach, dass alle diese Zeichen als Gemeinschaftsmarken eingetragen worden sind.

58 Das HABM tritt dem Vorbringen der Klägerin entgegen.

Würdigung durch das Gericht

59 Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ soll die Eintragung und den Gebrauch von Fabrik- oder Handelsmarken verhindern, die mit staatlichen Hoheitszeichen identisch sind oder eine bestimmte Ähnlichkeit mit ihnen aufweisen (Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 39). Die Kennzeichen des Staates und der internationalen

zwischenstaatlichen Organisationen sind nicht nur gegen die Eintragung und den Gebrauch von Marken geschützt, die mit ihnen identisch sind oder sie enthalten, sondern auch dagegen, dass eine Nachahmung dieser Kennzeichen „im heraldischen Sinn“ in eine Marke aufgenommen wird (Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 40).

60 Demnach ist die Anwendung dieses Artikels im vorliegenden Fall entgegen dem Vorbringen der Klägerin nicht schon deshalb ausgeschlossen, weil die angemeldete Marke zugleich den Wortbestandteil „rw“ enthält (vgl. in diesem Sinne Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 41).

61 Zu Unrecht verweist die Klägerin in diesem Zusammenhang auf das Urteil Nichols (oben in Randnr. 35 angeführt, Randnr. 35). Vorab ist festzustellen, dass Randnr. 35 dieses Urteils, auf die sich die Klägerin beruft, in keiner Weise einschlägig ist. Auf jeden Fall betrifft dieses Urteil die Auslegung des Art. 3 Abs. 1 Buchst. a und b der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. 1989, L 40, S. 1). Es handelt sich um eine Vorschrift, deren Fassung der des Art. 7 Abs. 1 Buchst. a und b der Verordnung Nr. 40/94 entspricht, wonach zum einen Zeichen, die nicht unter Art. 4 dieser Verordnung fallen, also nicht als Gemeinschaftsmarke eintragungsfähig sind, und zum anderen Marken, die keine Unterscheidungskraft haben, von der Eintragung ausgeschlossen sind.

62 Unabhängig von der fehlgehenden Bezugnahme der Klägerin entspricht es ständiger Rechtsprechung, dass die etwaige Unterscheidungskraft einer komplexen Marke wie der streitigen zwar teilweise anhand einer gesonderten Prüfung ihrer einzelnen Wort- oder sonstigen Bestandteile beurteilt werden kann, doch jedenfalls auf der Gesamtwahrnehmung der Marke durch die maßgeblichen Verkehrskreise beruhen muss, nicht aber auf der Vermutung, dass Bestandteile, die isoliert betrachtet nicht unterscheidungskräftig sind, auch im Fall ihrer Kombination nicht unterscheidungskräftig

sein können. Dass jeder dieser Bestandteile für sich betrachtet keine Unterscheidungskraft hat, schließt es nicht aus, dass ihre Kombination unterscheidungskräftig sein kann (vgl. Urteil des Gerichtshofs vom 15. September 2005, BioID/HABM, C-37/03 P, Slg. 2005, I-7975, Randnr. 29 und die dort angeführte Rechtsprechung).

- 63 Nach dieser Rechtsprechung schließt somit der bloße Umstand, dass ein Bestandteil einer komplexen Marke keine Unterscheidungskraft besitzt, die Eintragung der betreffenden Marke als Gemeinschaftsmarke nicht aus, wenn diese bei Gesamtwahrnehmung unterscheidungskräftig ist.
- 64 Gleiches gilt indessen nicht bei dem absoluten Eintragungshindernis des Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94, der auf Art. 6ter PVÜ verweist. Die letztgenannte Vorschrift untersagt nämlich nicht nur die Eintragung von Marken, die ausschließlich aus einem staatlichen Hoheitszeichen oder dessen Nachahmung „im heraldischen Sinn“ bestehen, sondern auch die Eintragung oder Benutzung eines staatlichen Hoheitszeichens oder einer Nachahmung „im heraldischen Sinn“ eines solchen Zeichens als Bestandteil einer komplexen Marke.
- 65 Daher ist bei der Beurteilung einer komplexen Marke unter dem Blickwinkel dieser Vorschrift jeder Bestandteil dieser Marke zu beachten, und es braucht nur einer von ihnen ein staatliches Hoheitszeichen oder dessen Nachahmung „im heraldischen Sinn“ zu sein, um die betreffende Marke unabhängig von ihrer Gesamtwahrnehmung von der Eintragung auszuschließen.
- 66 Fehl geht auch der Hinweis der Klägerin auf das Urteil ECA (oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 64). Zum einen hat sich das Gericht in Randnr. 64 dieses Urteils darauf beschränkt, auf den Inhalt der in dieser Rechtssache angefochtenen Entscheidung der Beschwerdekammer hinzuweisen. Zum anderen steht diese Randnummer in dem Teil des Urteils, der die durch Art. 6ter Abs. 1 Buchst. c der Pariser

Übereinkunft eingeführte Ausnahme behandelt und insbesondere die Wahrnehmung des Vorliegens einer Verbindung zwischen dem Inhaber der angemeldeten Marke und der internationalen Organisation, deren Zeichen in der Marke enthalten ist, durch das maßgebliche Publikum betrifft. Diese Randnummer des Urteils ECA (oben in Randnr. 10 angeführt) kann also nicht dahin verstanden werden, dass sie sich für die Eintragung einer Marke als Gemeinschaftsmarke ausspricht, die neben dem Hoheitszeichen eines Staates oder einer internationalen Organisation auch andere Bestandteile enthält. Eine solche Auffassung ist nämlich im Urteil ECA (oben in Randnr. 10 angeführt) ausdrücklich zurückgewiesen worden (vgl. oben, Randnr. 59).

- 67 Mithin ist im vorliegenden Fall zu prüfen, ob das in der angemeldeten Marke enthaltene Ahornblatt als Hoheitszeichen des kanadischen Staates oder als dessen Nachahmung „im heraldischen Sinn“ wahrgenommen wird. Die Klägerin meint, dies sei nicht der Fall, und führt zum einen die unterschiedliche Färbung des Ahornblatts in der angemeldeten Marke und des Ahornblatts im Hoheitszeichen des kanadischen Staates und zum anderen grafische Unterschiede zwischen den beiden Blattstielen an.
- 68 Da in der Anmeldung keine bestimmten Farben für die angemeldete Marke angegeben werden, kann diese in jeder beliebigen Farbkombination und damit auch mit einem Ahornblatt in roter Farbe wiedergegeben werden. Dass das Ahornblatt des kanadischen Hoheitszeichens eine rote Farbe aufweist, ist daher im vorliegenden Fall ohne Bedeutung (vgl. in diesem Sinne Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 45). Überdies ist zu beachten, dass das kanadische Hoheitszeichen ebenso wie das Ahornblatt in der angemeldeten Marke in schwarz-weißer Wiedergabe erscheinen kann (vgl. in diesem Sinne Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 46).
- 69 Folglich ist in Randnr. 15 der angefochtenen Entscheidung das Vorbringen der Klägerin bezüglich der unterschiedlichen Färbung der beiden Ahornblätter zu Recht zurückgewiesen worden.

- 70 In Bezug auf die grafischen Unterschiede zwischen den beiden Blattstielen sind bei der Prüfung, ob eine Marke den Vorschriften des Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ widerspricht, die Marke und das betreffende Hoheitszeichen „im heraldischen Sinn“ zu vergleichen.
- 71 Wappen und andere heraldische Kennzeichen werden auf der Grundlage einer verhältnismäßig einfachen Beschreibung gestaltet, die Angaben zur Anordnung und zur Hintergrundfarbe sowie eine Aufzählung der einzelnen Bestandteile (ein Löwe, ein Adler, eine Blume usw.) des Ganzen mit der Nennung ihrer Farben und ihrer Platzierung innerhalb des Kennzeichens enthält. Diese heraldische Beschreibung enthält dagegen keine detaillierten Angaben zur Gestaltung des Kennzeichens und seiner einzelnen Bestandteile, so dass mehrere künstlerische Sichtweisen ein und desselben Kennzeichens anhand der gleichen heraldischen Beschreibung möglich sind. Zwar mag jede dieser Sichtweisen im Vergleich zu anderen Unterschiede im Detail aufweisen, sie sind jedoch alle „im heraldischen Sinn“ Nachbildungen des betreffenden Kennzeichens.
- 72 Daher ist bei dem Vergleich „im heraldischen Sinn“ im Sinne des Art. 6ter PVÜ gerade auf die heraldische Beschreibung abzustellen und nicht auf die geometrische, die ihrem Wesen nach wesentlich detaillierter wäre (Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 44).
- 73 Im vorliegenden Fall hat Kanada dem internationalen Büro der WIPO eine Darstellung des Ahornblatts, das sein Hoheitszeichen ist (vgl. oben, Randnr. 7), ohne irgendeine Beschreibung übermittelt. Es liegt aber auf der Hand, dass eine heraldische Beschreibung dieses Kennzeichens nur die Angabe enthalten würde, dass es sich um ein Ahornblatt in roter Farbe handelt, ohne nähere Einzelheiten seiner besonderen Zeichnung anzugeben, da solche Angaben bei einer heraldischen Beschreibung nicht notwendig oder üblich sind.

- 74 Ein Vergleich des als Hoheitszeichen des Staates Kanada notifizierten Ahornblatts und der angemeldeten Marke lässt zwar einige Unterschiede in der Zeichnung des Stiels der beiden Blätter erkennen, da bei dem Ahornblatt des kanadischen Hoheitszeichens die Einbuchtungen auf beiden Seiten des mittleren Blattdrittels tiefer sind. Jedoch würde ein Detail wie die genaue Tiefe dieser Einbuchtungen in einer heraldischen Beschreibung des betreffenden Kennzeichens nie vorkommen, sondern höchstens in einer sehr viel eingehenderen geometrischen Beschreibung, der aber beim Vergleich „im heraldischen Sinn“ keine Bedeutung zukommt.
- 75 Mithin hat die Beschwerdekammer in Randnr. 16 der angefochtenen Entscheidung zu Recht festgestellt, dass das betreffende Publikum in der Gemeinschaft trotz des „leichten Unterschieds bei der Breite der Stiele“ der beiden Blätter „die [angemeldete Marke] im Kern als eine Nachahmung des kanadischen Hoheitszeichens wahrnehmen wird“. Obwohl dieses Publikum in der angefochtenen Entscheidung nicht definiert ist, kann es sich dabei nur um die breite Öffentlichkeit handeln, für die die Gebrauchsartikel bestimmt sind, die durch die angemeldete Marke erfasst werden. Dieses Publikum aber, das sich nach der Rechtsprechung (Urteil des Gerichts vom 15. September 2005, Citicorp/HABM, LIVE RICHLI, T-320/03, Slg. 2005, II-3411, Randnr. 69) aus den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchern zusammensetzt, schenkt den Einzelheiten von Kennzeichen und Marken, wie im vorliegenden Fall der Breite des Stiels der beiden Ahornblätter, keine besondere Aufmerksamkeit.
- 76 Die Klägerin widerspricht außerdem der Schlussfolgerung in Randnr. 17 der angefochtenen Entscheidung, wonach „die Eintragung der angemeldeten Marke das Publikum bezüglich des Ursprungs der Waren und Dienstleistungen, für die die Marke gelten wird, irreführen könnte“.
- 77 Die Anwendung des Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ ist indessen nicht von der Möglichkeit abhängig, dass das betreffende Publikum bezüglich des Ursprungs der durch die angemeldete Marke gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen oder des Vorliegens einer Verbindung zwischen dem Inhaber dieser Marke und dem Staat, dessen Hoheitszeichen in der angemeldeten Marke enthalten ist, irreführt wird.

78 Art. 6ter Abs. 1 Buchst. c Satz 2, der sich auf eine solche Verbindung bezieht, gilt nur für Kennzeichen und sonstige Zeichen der internationalen zwischenstaatlichen Organisationen im Sinne von Abs. 1 Buchst. b, nicht aber für staatliche Hoheits- und sonstige Zeichen im Sinne von Abs. 1 Buchst. a. Offensichtlich sind „diese Bestimmungen“, von denen in Art. 6ter Abs. 1 Buchst. c Satz 2 die Rede ist, die in Abs. 1 Buchst. c Satz 1 genannten „Bestimmungen unter Buchstabe b“ für Kennzeichen internationaler Organisationen. Diese Lesart wird durch die zweifache Erwähnung der betreffenden „Organisation“ in eben diesem Abs. 1 Buchst. c Satz 2 bestätigt.

79 Die Verweisung in Art. 6ter Abs. 1 Buchst. c Satz 2 auf die „Eintragung gemäß Buchstabe a“ wiederum soll lediglich klarstellen, dass Abs. 1 Buchst. c nur die Eintragung oder Benutzung der Kennzeichen der unter Buchst. b genannten Organisationen und „jeder Nachahmung im heraldischen Sinn“ „als Fabrik- oder Handelsmarken oder als Bestandteile solcher“ betrifft. Dagegen kann diese Verweisung allein nicht so verstanden werden, dass die in Buchst. c vorgesehene Ausnahme auch auf staatliche Hoheitszeichen auszudehnen wäre, da eine solche Ausdehnung der übrigen klaren Fassung der letztgenannten Vorschrift widersprechen würde.

80 Demnach haben die Randnrn. 17 und 18 der angefochtenen Entscheidung zur Möglichkeit der Herstellung einer Verbindung zwischen der Klägerin und Kanada durch das Publikum keinen Einfluss auf den verfügenden Teil dieser Entscheidung gehabt, der durch die Ausführungen in den Randnrn. 14 bis 16 der angefochtenen Entscheidung rechtlich ausreichend begründet worden ist, denen zufolge die angemeldete Marke eine Nachahmung „im heraldischen Sinn“ des kanadischen Hoheitszeichens enthält. Mithin ist das Vorbringen der Klägerin, die Schlussfolgerung der Beschwerdekammer in Randnr. 17 der angefochtenen Entscheidung sei fehlerhaft, zurückzuweisen.

81 Gleiches gilt für das Vorbringen der Klägerin, dass der Ruf ihrer Marke RIVER WOODS nicht berücksichtigt worden sei. Wie sich aus ihren Erläuterungen hierzu vor dem Gericht ergibt (vgl. oben, Randnr. 50), hat sie diesen Ruf gegen die

Auffassung angeführt, dass das mit der angemeldeten Marke konfrontierte maßgebliche Publikum eine Verbindung zwischen der Klägerin und Kanada herstellen werde. Das Vorliegen einer solchen Verbindung ist aber, wie bereits ausgeführt, für den vorliegenden Rechtsstreit ohne Bedeutung, selbst wenn es bewiesen wäre.

82 Unerheblich ist schließlich auch das Vorbringen der Klägerin zur Eintragung anderer nationaler oder Gemeinschaftsmarken, die mit der angemeldeten Marke identisch oder vergleichbar seien oder ganz allgemein Darstellungen von Flaggen oder anderer staatlicher Hoheitszeichen enthielten.

83 Was die Praxis des HABM selbst anbetrifft, ist nämlich daran zu erinnern, dass die von den Beschwerdekammern gemäß der Verordnung Nr. 40/94 zu treffenden Entscheidungen über die Eintragung eines Zeichens als Gemeinschaftsmarke keine Ermessensentscheidungen, sondern gebundene Entscheidungen sind. Die Frage, ob ein Zeichen als Gemeinschaftsmarke eingetragen werden kann, ist daher ausschließlich auf der Grundlage dieser Verordnung in der Auslegung durch den Gemeinschaftsrichter zu beantworten und nicht auf der Grundlage einer früheren Praxis der Beschwerdekammern (vgl. Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 71 und die dort angeführte Rechtsprechung).

84 Was frühere nationale Eintragungen betrifft, so ist zu beachten, dass die Gemeinschaftsregelung für Marken ein aus einer Gesamtheit von Vorschriften bestehendes autonomes System ist, mit dem ihm eigene Zielsetzungen verfolgt werden und dessen Anwendung von jedem nationalen System unabhängig ist. Die Eintragungsfähigkeit eines Zeichens als Gemeinschaftsmarke ist folglich ausschließlich auf der Grundlage der einschlägigen Gemeinschaftsregelung zu prüfen. Demgemäß ist weder das HABM noch gegebenenfalls der Gemeinschaftsrichter durch eine Entscheidung gebunden, die auf der Ebene eines Mitgliedstaats oder gar eines Drittlandes ergangen

ist und das betreffende Zeichen zur Eintragung als nationale Marke zulässt. In Mitgliedstaaten bereits durchgeführte Eintragungen können für die Eintragung einer Gemeinschaftsmarke lediglich berücksichtigt werden, ohne aber entscheidend zu sein. Diese Erwägungen gelten erst recht für die Eintragungen anderer Marken als der im vorliegenden Fall angemeldeten (vgl. Urteil ECA, oben in Randnr. 10 angeführt, Randnr. 70 und die dort angeführte Rechtsprechung).

⁸⁵ Zu dem Argument, die Praxis des kanadischen Markenamts sei weniger restriktiv, ist festzustellen, dass die Klägerin weder nachgewiesen noch auch nur unzweideutig behauptet hat, von den zuständigen kanadischen Behörden eine die Eintragung der angemeldeten Marke ermöglichende Genehmigung erhalten zu haben. Dass die Klägerin in Kanada einen Antrag auf Eintragung einer mit der angemeldeten identischen Marke eingereicht, dann aber aus Gründen, die nicht mit Art. 6ter PVÜ zusammenhängen, zurückgenommen haben mag, belegt keineswegs das Vorliegen einer solchen Genehmigung. Ohne endgültige Eintragung der angemeldeten Marke in Kanada ist keineswegs sicher, dass die kanadischen Behörden nicht in einem späteren Stadium des Eintragungsverfahrens den Einwand erhoben hätten, dass die angemeldete Marke das gleiche Ahornblatt enthalte wie das Hoheitszeichen des kanadischen Staates.

⁸⁶ Nach alledem hat die Beschwerdekammer ohne Verstoß gegen die Vorschriften des Art. 7 Abs. 1 Buchst. h der Verordnung Nr. 40/94 und des Art. 6ter Abs. 1 Buchst. a PVÜ die Eintragung der angemeldeten Marke für Waren der Klassen 18 und 25 abgelehnt. Demnach ist die Klage, soweit mit ihr die Ablehnung der Eintragung der angemeldeten Marke für Waren dieser beiden Klassen angefochten worden ist, als unbegründet abzuweisen.

Kosten

- 87 Nach Art. 87 § 2 der Verfahrensordnung des Gerichts ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Nach Art. 87 § 3 der Verfahrensordnung kann das Gericht die Kosten teilen oder beschließen, dass jede Partei ihre eigenen Kosten trägt, wenn jede Partei teils obsiegt, teils unterliegt oder wenn ein außergewöhnlicher Grund gegeben ist.
- 88 Im vorliegenden Fall ist sowohl die Klägerin als auch das HABM teilweise unterlegen. Demgemäß haben beide Parteien ihre eigenen Kosten zu tragen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Fünfte Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

- 1. Die Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) vom 4. Mai 2006 (Sache R 1463/2005-1) wird aufgehoben, soweit sie die Eintragung der angemeldeten Marke für folgende Dienstleistungen der Klasse 40 des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren**

und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken vom 15. Juni 1957 in revidierter und geänderter Fassung betrifft: „Dienstleistungen von Schneidern, Tierpräparation; Buchbindearbeiten; Bearbeitung, Behandlung und Endbehandlung von Lederwaren, Leder, Pelzen und Textilien; Entwicklung von Filmen und Abzüge von Fotos; Arbeiten in Holz; Pressen von Früchten; Müllerei; Behandlung, Tauch- und Endbehandlung von Metalloberflächen“.

2. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

3. Jede Partei trägt ihre eigenen Kosten.

Vilaras

Dehousse

Šváby

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 28. Februar 2008.

Der Kanzler

Der Präsident

E. Coulon

M. Vilaras