



Sammlung der Rechtsprechung

Verbundene Rechtssachen C-673/15 P bis C-676/15 P

The Tea Board gegen Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO)

„Rechtsmittel – Unionsmarke – Verordnung (EG) Nr. 207/2009 – Art. 8 Abs. 1 Buchst. b – Wort- und Bildmarken mit dem Wortbestandteil ‚Darjeeling‘ oder ‚Darjeeling collection de lingerie‘ – Widerspruch des Inhabers von Unionskollektivmarken – Kollektivmarken, die aus der geografischen Angabe ‚Darjeeling‘ bestehen – Art. 66 Abs. 2 – Wesentliche Funktion – Kollision mit angemeldeten Individualmarken – Verwechslungsgefahr – Begriff – Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen – Beurteilungskriterien – Art. 8 Abs. 5“

Leitsätze – Urteil des Gerichtshofs (Zweite Kammer) vom 20. September 2017

- 1. Unionsmarke – Definition und Erwerb der Unionsmarke – Relative Eintragungshindernisse – Widerspruch des Inhabers einer für identische oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen eingetragenen identischen oder ähnlichen älteren Marke – Gefahr der Verwechslung mit der älteren Marke – Beurteilungskriterien*

(Verordnung Nr. 207/2009, Art. 8 Abs. 1 Buchst. b)
- 2. Unionsmarke – Definition und Erwerb der Unionsmarke – Relative Eintragungshindernisse – Widerspruch des Inhabers einer für identische oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen eingetragenen identischen oder ähnlichen älteren Marke – Ähnlichkeit der betreffenden Waren oder Dienstleistungen – Beurteilungskriterien*

(Verordnung Nr. 207/2009, Art. 8 Abs. 1 Buchst. b)
- 3. Unionsmarke – Unionskollektivmarken – Unter Art. 66 Abs. 2 der Verordnung Nr. 207/2009 fallende Unionskollektivmarken – Wesentliche Funktion – Garantie der kollektiven Herkunft der unter der Unionskollektivmarke verkauften Waren – Geografische Angabe als Name, der zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendet wird, dessen Ursprung in einer bestimmten Gegend liegt*

(Verordnung Nr. 207/2009, Art. 4, Art. 7 Abs. 1 Buchst. c und Art. 66; Verordnung Nr. 1151/2012 der Kommission, Art. 5 Abs. 2)
- 4. Unionsmarke – Definition und Erwerb der Unionsmarke – Absolute Eintragungshindernisse – Marken, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, die zur Bezeichnung der Merkmale einer Ware oder einer Dienstleistung dienen können – Ziel – Freihaltebedürfnis – Unter Art. 66 Abs. 2 der Verordnung Nr. 207/2009 fallende Unionskollektivmarken*

(Verordnung Nr. 207/2009, Art. 7 Abs. 1 Buchst. c, Art. 66 Abs. 2 und Art. 67 Abs. 2)

5. *Unionsmarke – Definition und Erwerb der Unionsmarke – Relative Eintragungshindernisse – Widerspruch des Inhabers einer für identische oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen eingetragenen identischen oder ähnlichen älteren Marke – Auf nichtähnliche Waren oder Dienstleistungen erweiterter Schutz der bekannten älteren Marke – Bildmarken Darjeeling und Darjeeling collection de lingerie – Kollektivwort- und -bildmarken DARJEELING*

(Verordnung Nr. 207/2009, Art. 8 Abs. 5)

1. Siehe Text der Entscheidung.

(vgl. Rn. 47)

2. Siehe Text der Entscheidung.

(vgl. Rn. 48)

3. Erstens stellen Unionskollektivmarken, die aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der geografischen Herkunft der Waren oder Dienstleistungen dienen können, wie unmittelbar aus dem Wortlaut von Art. 66 Abs. 2 der Verordnung Nr. 207/2009 über die Unionsmarke hervorgeht, Unionskollektivmarken im Sinne von Abs. 1 dieses Artikels dar. Nach diesem Abs. 1 können aber nur solche Zeichen Unionskollektivmarken sein, die dazu dienen können, Waren und Dienstleistungen der Mitglieder des Verbands, der Markeninhaber ist, von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

Außerdem sieht Art. 4 der Verordnung Nr. 207/2009, der nach Art. 66 Abs. 3 dieser Verordnung auf Kollektivmarken anwendbar ist, im Wesentlichen vor, dass nur solche Zeichen Unionsmarken sein können, die geeignet sind, die betriebliche Herkunft der mit ihnen gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen erkennen zu lassen.

Insoweit hat der Gerichtshof wiederholt entschieden, dass die Hauptfunktion der Marke darin besteht, den Verbrauchern die Herkunft der Ware zu garantieren, indem sie es ermöglicht, die mit der Marke gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu identifizieren und damit von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

Zwar hat der Gerichtshof darüber hinaus bereits anerkannt, dass eine Marke andere Funktionen als den Herkunftshinweis erfüllen kann, die ebenfalls des Schutzes vor Beeinträchtigungen durch Dritte würdig sind, wie die Gewährleistung der Qualität der mit ihr gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung oder die Kommunikations-, Investitions- oder Werbefunktionen, jedoch hat er dabei stets betont, dass die Hauptfunktion der Marke weiterhin in ihrer herkunftshinweisenden Funktion besteht.

Es würde also diese Hauptfunktion verkennen, wenn man annähme, dass die wesentliche Funktion einer Unionskollektivmarke nach Art. 66 Abs. 2 der Verordnung Nr. 207/2009 darin besteht, als Hinweis auf die geografische Herkunft der unter einer solchen Marke angebotenen Waren oder Dienstleistungen und nicht als Hinweis auf ihre betriebliche Herkunft zu dienen.

Zweitens ist Art. 66 Abs. 2 der Verordnung Nr. 207/2009 zwar eine Ausnahme gegenüber dem absoluten Eintragungshindernis nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. c dieser Verordnung, jedoch kann dies nicht in Frage stellen, dass die wesentliche Funktion einer unter Art. 66 Abs. 2 der Verordnung fallenden Unionskollektivmarke darin besteht, die kollektive betriebliche Herkunft der unter dieser Marke verkauften Waren, und nicht ihre kollektive geografische Herkunft zu garantieren.

Im Übrigen erklärt sich die in Art. 66 Abs. 2 der Verordnung Nr. 207/2009 geregelte Abweichung von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c dieser Verordnung durch die Natur des von den Kollektivmarken im Sinne dieses Abs. 2 erfassten Zeichens.

Drittens sind diese geografischen Angaben auf der einen Seite und die Unionskollektivmarken, die aus Zeichen oder Angaben bestehen, die im Verkehr zur Bezeichnung der geografischen Herkunft der Waren und Dienstleistungen dienen können, auf der anderen Seite Zeichen, die unterschiedlichen rechtlichen Regelungen unterliegen und verschiedene Ziele verfolgen. Während die Unionsmarke gemäß Art. 4 der Verordnung Nr. 207/2009 ein Zeichen ist, das zur Unterscheidung der Waren oder Dienstleistungen nach ihrer betrieblichen Herkunft geeignet ist, ist eine geografische Angabe gemäß Art. 5 Abs. 2 der Verordnung Nr. 1151/2012 über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel ein Name, der zur Bezeichnung eines Erzeugnisses verwendet wird, dessen Ursprung in einer bestimmten Gegend liegt, dessen Qualität, Ansehen oder eine andere Eigenschaft wesentlich auf diesen geografischen Ursprung zurückzuführen ist und bei dem wenigstens einer der Produktionsschritte in dem abgegrenzten geografischen Gebiet erfolgt.

(vgl. Rn. 50-54, 57, 58, 62)

4. Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 verfolgt das im Allgemeininteresse liegende Ziel, dass Zeichen oder Angaben, die die Waren- oder Dienstleistungsgruppen beschreiben, für die die Eintragung beantragt wird, von allen frei verwendet werden können, und zwar auch als Kollektivmarken oder in Kombinationsmarken oder Bildmarken. Diese Vorschrift erlaubt daher nicht, dass solche Zeichen oder Angaben aufgrund ihrer Eintragung als Marke einem Unternehmen vorbehalten werden.

Eine Unionskollektivmarke im Sinne von Art. 66 Abs. 2 der Verordnung Nr. 207/2009 läuft diesem im Allgemeininteresse liegenden Ziel nicht zuwider, da zum einen nach dem letzten Satz dieses Abs. 2 eine solche Marke ihrem Inhaber nicht das Recht gewährt, einem Dritten zu verbieten, solche Zeichen oder Angaben im geschäftlichen Verkehr zu benutzen, sofern die Benutzung den anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel entspricht, und zum anderen Art. 67 Abs. 2 dieser Verordnung vorschreibt, dass die Satzung einer Marke nach Art. 66 Abs. 2 es jeder Person, deren Waren oder Dienstleistungen aus dem betreffenden geografischen Gebiet stammen, gestatten muss, Mitglied des Verbands zu werden, der Inhaber der Marke ist.

(vgl. Rn. 59, 60)

5. Siehe Text der Entscheidung.

(vgl. Rn. 86-95)