



## Sammlung der Rechtsprechung

URTEIL DES GERICHTSHOFS (Zehnte Kammer)

8. Oktober 2020\*

„Vorlage zur Vorabentscheidung – Marken – Richtlinie 2008/95/EG – Art. 3 Abs. 1 Buchst. b – Markenformen – Unterscheidungskraft – Anmeldung eines Zeichens, das aus farbigen Motiven zusammengesetzt ist und auf die für die Erbringung einer Dienstleistung bestimmten Gegenstände aufgebracht werden soll, zur Eintragung als Marke für diese Dienstleistung – Beurteilung der Unterscheidungskraft dieses Zeichens – Kriterien“

In der Rechtssache C-456/19

betreffend ein Vorabentscheidungsersuchen nach Art. 267 AEUV, eingereicht vom Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Berufungsgericht, Patent- und Marktgericht, Stockholm, Schweden) mit Entscheidung vom 14. Juni 2019, beim Gerichtshof eingegangen am 14. Juni 2019, in dem Verfahren

**Aktiebolaget Östgötatrafiken**

gegen

**Patent- och registreringsverket**

erlässt

DER GERICHTSHOF (Zehnte Kammer)

unter Mitwirkung des Kammerpräsidenten M. Ilešič sowie der Richter E. Juhász (Berichterstatter) und I. Jarukaitis,

Generalanwalt: G. Pitruzzella,

Kanzler: A. Calot Escobar,

aufgrund des schriftlichen Verfahrens,

unter Berücksichtigung der Erklärungen

- der Aktiebolaget Östgötatrafiken, vertreten durch R. Berzelius und F. Weyde als Bevollmächtigte,
- der Europäischen Kommission, vertreten durch É. Gippini Fournier, K. Simonsson und G. Tolstoy als Bevollmächtigte,

aufgrund des nach Anhörung des Generalanwalts ergangenen Beschlusses, ohne Schlussanträge über die Rechtssache zu entscheiden,

\* Verfahrenssprache: Schwedisch.

folgendes

### Urteil

- 1 Das Vorabentscheidungsersuchen betrifft im Wesentlichen die Auslegung von Art. 3 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie 2008/95/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2008 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. 2008, L 299, S. 25).
- 2 Dieses Ersuchen ergeht im Rahmen eines Rechtsstreits zwischen Aktiebolaget Östgötatrafiken und dem Patent- und registreringsverk (Amt für geistiges Eigentum, Schweden, im Folgenden: PRV) wegen der Zurückweisung einer Markenmeldung.

### Rechtlicher Rahmen

#### *Richtlinie 2008/95*

- 3 Art. 2 („Markenformen“) der Richtlinie 2008/95 bestimmte:

„Marken können alle Zeichen sein, die sich grafisch darstellen lassen, insbesondere ... Abbildungen, ... und die Form oder Aufmachung der Ware, soweit solche Zeichen geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.“

- 4 In Art. 3 („Eintragungshindernisse – Ungültigkeitsgründe“) der Richtlinie hieß es:

„(1) Folgende Zeichen oder Marken sind von der Eintragung ausgeschlossen oder unterliegen im Falle der Eintragung der Ungültigerklärung:

...

b) Marken, die keine Unterscheidungskraft haben;

...

(3) Eine Marke wird nicht gemäß Absatz 1 Buchstabe b, c oder d von der Eintragung ausgeschlossen oder für ungültig erklärt, wenn sie vor der Anmeldung infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erworben hat. Die Mitgliedstaaten können darüber hinaus vorsehen, dass die vorliegende Bestimmung auch dann gilt, wenn die Unterscheidungskraft erst nach der Anmeldung oder Eintragung erworben wurde.

...“

- 5 Die Richtlinie 2008/95 wurde mit Wirkung vom 15. Januar 2019 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 (ABl. 2015, L 336, S. 1) aufgehoben.

#### *Richtlinie 2015/2436*

- 6 In Art. 3 („Markenformen“) der Richtlinie 2015/2436 heißt es:

„Marken können Zeichen aller Art sein, insbesondere ... Abbildungen, ... Farben, die Form oder Verpackung der Ware ..., soweit solche Zeichen geeignet sind,

a) Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden ...

...“

7 Art. 4 („Absolute Eintragungshindernisse oder Nichtigkeitsgründe“) der Richtlinie sieht vor:

„(1) Folgende Zeichen oder Marken sind von der Eintragung ausgeschlossen oder unterliegen im Falle der Eintragung der Nichtigkeitsklärung:

...

b) Marken, die keine Unterscheidungskraft haben;

...

(4) Eine Marke wird nicht gemäß Absatz 1 Buchstabe b, c oder d von der Eintragung ausgeschlossen, wenn sie vor der Anmeldung infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erworben hat. Eine Marke wird aus denselben Gründen nicht für nichtig erklärt, wenn sie vor dem Antrag auf Nichtigkeitsklärung infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erworben hat.

(5) Die Mitgliedstaaten können vorsehen, dass Absatz 4 auch dann zu gelten hat, wenn die Unterscheidungskraft nach der Anmeldung, aber vor der Eintragung erworben wurde.“

8 Gemäß Art. 54 („Umsetzung“) der Richtlinie waren die Mitgliedstaaten gehalten, bis zum 14. Januar 2019 u. a. die Art. 3 bis 6 der genannten Richtlinie umzusetzen.

### **Ausgangsrechtsstreit und Vorlagefragen**

9 Die Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens ist Inhaberin von Bildmarken, die beim PRV unter den Nrn. 363521 bis 363523 für Beförderungs- und Transportdienstleistungen der Klasse 39 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 eingetragen sind:

10 Diese Bildmarken werden wie folgt wiedergegeben:

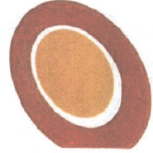
– Nr. 363521



– Nr. 363522

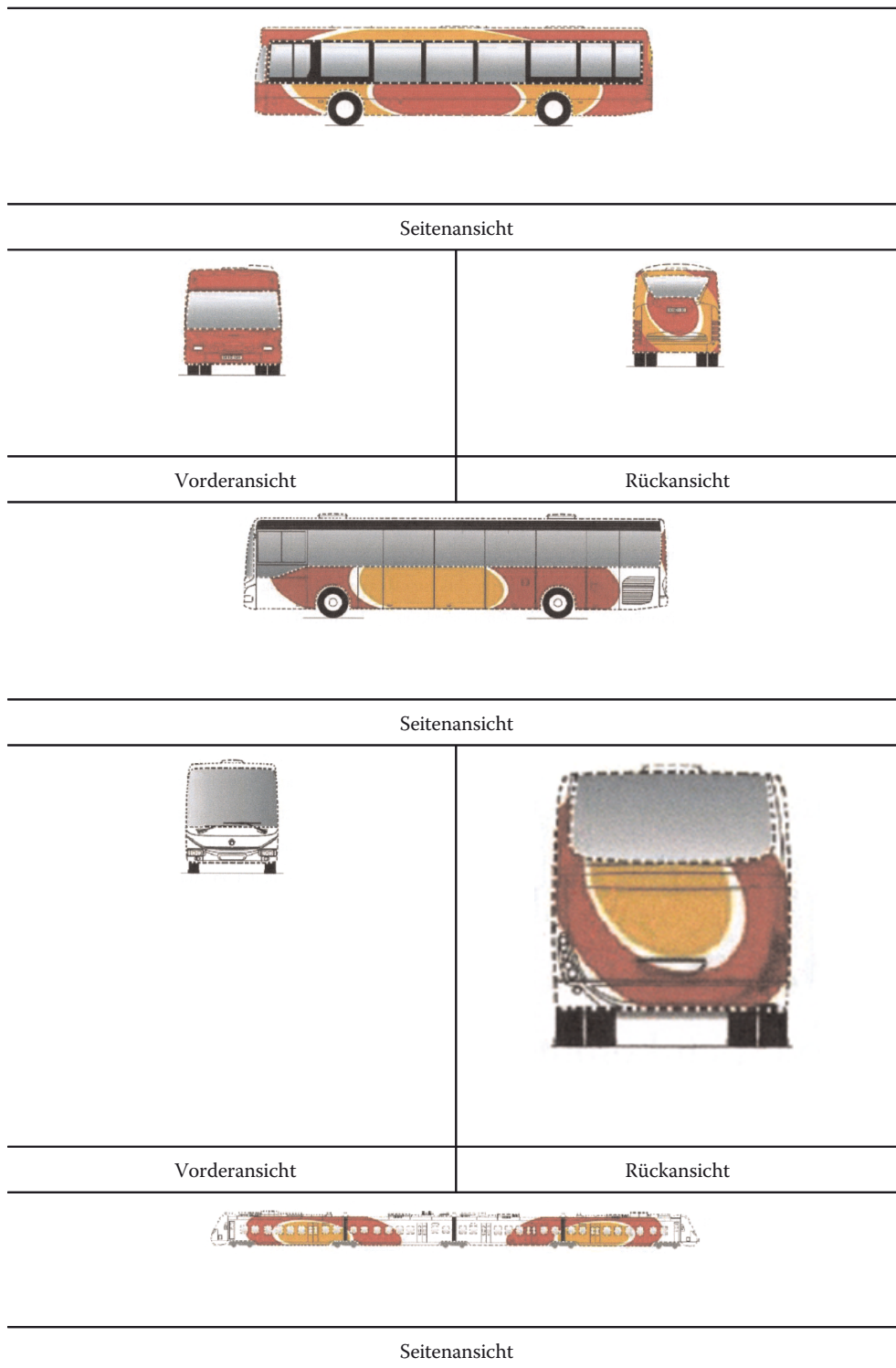


– Nr. 363523



- 11 Am 23. November 2016 beantragte die Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens beim PRV die Eintragung von drei Marken für verschiedene Beförderungs- und Transportdienstleistungen der Klasse 39 des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken.
- 12 Diesen drei Anmeldungen war folgende Beschreibung beigelegt: „Farbliche Gestaltung von Fahrzeugen in Rot, Weiß und Orange entsprechend der Abbildung“. Darüber hinaus stellte die Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens klar, dass diese Anmeldungen nicht die Form der Fahrzeuge als solche oder die schwarz oder grau dargestellten Flächen darauf betreffen.
- 13 Mit Bescheid vom 29. August 2017 lehnte das PRV die Eintragung ab und begründete dies damit, dass die nach dem Markenrecht angemeldeten Zeichen lediglich gestalterischen Charakter hätten, dass sie nicht als Kennzeichen für die beanspruchten Dienstleistungen verstanden werden könnten und dass ihnen somit die Unterscheidungskraft fehle.
- 14 Diesen Bescheid focht die Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens beim Patent- und marknadsdomstol (Patent- und Marktgericht, Schweden) an.
- 15 Zur Begründung ihrer Klage führte sie aus, dass es sich bei den angemeldeten Marken um „Positionsmarken“ handele, die aus Ellipsen unterschiedlicher Größe in Rot, Orange und Weiß bestünden und in einer bestimmten Position und Größe auf den für die Erbringung der Dienstleistungen verwendeten Bussen und Zügen aufgebracht würden.

- 16 Sie lege folgende Abbildungen der angemeldeten Marken vor, auf denen die Konturen der Fahrzeuge mit gestrichelten Linien wiedergegeben wurden, um zu verdeutlichen, dass die Form der Fahrzeuge nicht vom Markenschutz umfasst sein soll:





---

Front-/Rückansicht

---

- 17 Die Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens machte außerdem geltend, dass die Formensprache der angemeldeten Marken derjenigen entspreche, die bei den bereits unter den Nrn. 363521 bis 363523 eingetragenen Marken verwendet werde, und dass die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marken nicht allein deshalb anders beurteilt werden dürfe, weil sie an bestimmten Stellen auf Fahrzeugen aufgebracht werden sollten, die Beförderungszwecken dienten. In allgemeinerer Hinsicht führte sie aus, Verkehrsbetriebe gestalteten ihre Fahrzeuge grafisch oder farblich unterschiedlich, so dass die Nutzer der von ihnen erbrachten Dienstleistungen davon ausgingen, dass diese grafische oder farbliche Gestaltung auf eine bestimmte betriebliche Herkunft hindeute.
- 18 Das PRV macht seinerseits geltend, dass der Schutz für die Bildelemente der in Rede stehenden Marken nicht abstrakt beantragt worden sei, sondern für das Aufbringen dieser Bildelemente auf den von der Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens verwendeten Fahrzeugen. Da die Beurteilung der Unterscheidungskraft im Zuge einer Gesamtbetrachtung erfolgen müsse und auf gewerblichen Beförderungsmitteln oft dekorative farbige Motive angebracht seien, hielten die Verbraucher sie nicht, ohne sich vorher an sie gewöhnt zu haben, für eine Marke, und andernfalls nur für dekorative Elemente. Angesichts der bei Beförderungsmitteln in dem betreffenden Wirtschaftszweig verwendeten Vielfalt im Hinblick auf Farbgebung und Verzierungen könnten die im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Zeichen nur als Hinweis auf die betriebliche Herkunft wahrgenommen werden, wenn sie hinreichend von der Norm oder der Branchenüblichkeit abwichen, was aber nicht der Fall sei.
- 19 Mit Urteil vom 29. März 2018 wies der Patent- und marknadsdomstol (Patent- und Marktgericht) die Klage der Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens ab und begründete dies damit, dass die vorgelegten Nachweise nicht für die Annahme ausreichten, dass Farbe und Form der Zeichen, deren Schutz nach dem Markenrecht begehrt werde, in dem geforderten Maß von der Art der Fahrzeugdekorationen anderer Unternehmen abwichen, so dass nicht davon auszugehen sei, dass die maßgeblichen Verkehrskreise diese Zeichen als Hinweis auf die betriebliche Herkunft wahrnehmen.
- 20 Gegen dieses Urteil legte die Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens beim Svea hovrätt, Patent- och marknadsöverdomstolen (Berufungsgericht, Patent- und Marktgericht, Stockholm, Schweden) Rechtsmittel ein.
- 21 Das vorliegende Gericht weist darauf hin, dass gemäß Art. 3 der Richtlinie 2015/2436 die Grundvoraussetzung für eine Marke darin bestehe, dass das Zeichen Unterscheidungskraft haben müsse.
- 22 Nach ständiger Rechtsprechung des Gerichtshofs sei insoweit bei einer dreidimensionalen Marke, die aus dem Erscheinungsbild der Ware selbst bestehe, die Wahrnehmung der Unterscheidungskraft eines Zeichens durch die maßgeblichen Verkehrskreise nicht zwangsläufig die gleiche wie bei einer Wort- oder Bildmarke. Da die Durchschnittsverbraucher gewöhnlich nicht von der Form oder der Verpackung einer Ware auf deren Herkunft schließen, könne sich nämlich bei einer dreidimensionalen Marke der Nachweis der Unterscheidungskraft als schwieriger erweisen als bei einer

Wort- oder Bildmarke. Daher habe der Gerichtshof entschieden, dass ein Zeichen, das mit dem Erscheinungsbild der Ware identisch sei, nur als unterscheidungskräftig angesehen werden könne, wenn es hinreichend von der Norm oder der Branchenüblichkeit abweiche.

- 23 In Bezug auf Marken zur Kennzeichnung von Dienstleistungen verweist das vorlegende Gericht darauf, dass der Gerichtshof in Rn. 20 des Urteils vom 10. Juli 2014, *Apple* (C-421/13, EU:C:2014:2070), entschieden habe, dass die Ausstattung einer Verkaufsstätte geeignet sein könne, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden, wenn die abgebildete Ausstattung erheblich von der Norm oder der Branchenüblichkeit abweiche.
- 24 Das vorlegende Gericht weist jedoch darauf hin, dass der Gerichtshof in jenem Urteil nicht klargestellt habe, unter welchen Voraussetzungen das Erfordernis der erheblichen Abweichung von der Norm oder der Branchenüblichkeit auf Marken zur Kennzeichnung von Dienstleistungen anzuwenden sei.
- 25 Außerdem habe der Gerichtshof in dem Urteil nicht geprüft, ob die dort in Rede stehende Marke nicht unabhängig vom Erscheinungsbild der körperlichen Gegenstände sei, die die Ausführung derjenigen Dienstleistungen ermöglichten, für die die Marke eingetragen worden sei.
- 26 Daher möchte das vorlegende Gericht wissen, ob für die Beurteilung der Unterscheidungskraft von Zeichen, die auf bestimmten Teilen der Fahrzeuge eines Verkehrsunternehmens aufgebracht werden sollen, um Letzteres von anderen zu unterscheiden, diese Zeichen erheblich von der Norm oder der Branchenüblichkeit abweichen müssen.
- 27 Unter diesen Umständen hat das Svea hovrätt, Patent- und marknadsöverdomstolen (Berufungsgericht, Patent- und Marktgericht, Stockholm, Schweden) beschlossen, das Verfahren auszusetzen und dem Gerichtshof die folgenden Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen:
1. Ist Art. 4 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie 2015/2436 dahin auszulegen, dass bei der Anmeldung einer Marke für Dienstleistungen, bei der das Zeichen an einer bestimmten Stelle angebracht wird und große Teile des zur Erbringung der Dienstleistung verwendeten Gegenstands abdeckt, zu beurteilen ist, inwieweit die Marke vom Erscheinungsbild dieses Gegenstands unabhängig ist?
  2. Falls Frage 1 zu bejahen ist: Ist es für die Unterscheidungskraft dieser Marke erforderlich, dass sie erheblich von der Norm oder der Branchenüblichkeit abweicht?

### **Zu den Vorlagefragen**

- 28 Vorab ist darauf hinzuweisen, dass bei einer die Markeneintragung ablehnenden Entscheidung der Zeitpunkt der Markenanmeldung für die Bestimmung des anwendbaren materiellen Rechts maßgeblich ist (vgl. entsprechend Urteil vom 29. Januar 2020, *Sky* u. a., C-371/18, EU:C:2020:45, Rn. 49).
- 29 Da im vorliegenden Fall die im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Anmeldungen am 23. November 2016 erfolgten, also zu einem Zeitpunkt, als die Frist für die Umsetzung der Richtlinie 2015/2436 noch nicht abgelaufen und die Richtlinie 2008/95 noch nicht aufgehoben war, sind auf den Sachverhalt des Ausgangsverfahrens die Bestimmungen der Richtlinie 2008/95 und nicht die der Richtlinie 2015/2436 anwendbar.
- 30 Des Weiteren ist zu betonen, dass die farbigen Motive, um die es in den im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Anmeldungen geht, zwar dazu bestimmt sind, in einer bestimmten Weise auf einen großen Teil der zur Erbringung der Beförderungsdienstleistungen verwendeten Gegenstände aufgebracht zu werden, die Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens aber ausdrücklich angegeben hat, dass die Form dieser Gegenstände als solche nicht Gegenstand der Anmeldungen sei.

- 31 Folglich möchte das vorliegende Gericht mit seinen beiden Fragen, die zusammen zu prüfen sind, im Wesentlichen wissen, ob Art. 3 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen ist, dass die Unterscheidungskraft eines als Marke für eine Dienstleistung angemeldeten Zeichens, das aus farbigen Motiven zusammengesetzt ist und das ausschließlich und systematisch auf bestimmte Weise auf einen großen Teil der für die Erbringung dieser Dienstleistung verwendeten Gegenstände aufgebracht werden soll, im Zusammenhang mit diesen Gegenständen zu beurteilen und dabei zu prüfen ist, ob dieses Zeichen erheblich von der Norm oder der Branchenüblichkeit abweicht.
- 32 Insoweit geht aus der ständigen Rechtsprechung des Gerichtshofs hervor, dass die Hauptfunktion der Marke darin besteht, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der betreffenden Ware oder Dienstleistung zu garantieren, indem sie ihm ermöglicht, diese Ware oder Dienstleistung ohne Verwechslungsgefahr von Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden (Urteil vom 12. Juni 2019, Hansson, C-705/17, EU:C:2019:481, Rn. 31 und die dort angeführte Rechtsprechung). Diese Unterscheidungskraft im Sinne von Art. 3 der Richtlinie 2008/95 ist zum einen im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen, für die sie angemeldet worden ist, und zum anderen im Hinblick auf die Wahrnehmung der maßgeblichen Verkehrskreise zu beurteilen, die aus den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchern der Waren oder Dienstleistungen bestehen (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 12. Februar 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, EU:C:2004:86, Rn. 34, sowie vom 12. September 2019, Deutsches Patent- und Markenamt [#darferdas?], C-541/18, EU:C:2019:725, Rn. 20).
- 33 Im Hinblick auf die Beurteilung der Frage, ob ein Zeichen Unterscheidungskraft im Sinne von Art. 3 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie 2008/95 hat, muss die zuständige Behörde außerdem eine konkrete Prüfung unter Berücksichtigung aller maßgeblichen Umstände des Einzelfalls, zu denen gegebenenfalls auch die Benutzung dieses Zeichens gehört, vornehmen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 27. März 2019, Hartwall, C-578/17, EU:C:2019:261, Rn. 26 und die dort angeführte Rechtsprechung).
- 34 Betrifft die Markenmeldung wie im Ausgangsverfahren ein Zeichen, das ausschließlich und systematisch auf bestimmte Weise auf einem großen Teil der für die Erbringung dieser Dienstleistung verwendeten Gegenstände aufgebracht werden soll, kann die Unterscheidungskraft dieses Zeichens nicht unabhängig von der Wahrnehmung beurteilt werden, die die maßgeblichen Verkehrskreise von dem auf diesen Gegenständen aufgebrachten Zeichen haben.
- 35 Selbst wenn sich die Markenmeldung nicht auf die zur Erbringung dieser Dienstleistung verwendeten Gegenstände erstreckt, werden die maßgeblichen Verkehrskreise die farbigen Motive, aus denen sich das fragliche Zeichen zusammensetzt, als auf Gegenstände aufgebracht wahrnehmen, die ihnen ausschließlich als Untergrund dienen.
- 36 Folglich hat die Beurteilung der Unterscheidungskraft eines Zeichens, das sich aus farbigen Motiven zusammensetzt, die dazu bestimmt sind, ausschließlich und systematisch auf für die Erbringung von Dienstleistungen verwendete Gegenstände aufgebracht zu werden, insbesondere unter Berücksichtigung dieser Wahrnehmung zu erfolgen.
- 37 Im vorliegenden Fall ist es Sache des vorliegenden Gerichts, im Rahmen der von ihm vorzunehmenden konkreten Gesamtbeurteilung der Unterscheidungskraft zu bestimmen, ob die systematisch angeordneten Farbkombinationen, wie sie in den Markenmeldungen angegeben sind, den fraglichen Zeichen inhärente Unterscheidungskraft verleihen können (vgl. entsprechend Urteil vom 27. März 2019, Hartwall, C-578/17, EU:C:2019:261, Rn. 34). Diese Voraussetzung ist als erfüllt anzusehen, wenn die genannte Beurteilung zu dem Ergebnis führt, dass die Farbkombinationen auf den Beförderungsmitteln der Rechtsmittelführerin des Ausgangsverfahrens es dem Durchschnittsverbraucher ermöglichen, die von diesem Dienstleistungsunternehmen erbrachten Beförderungsleistungen ohne Verwechslungsgefahr von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden.



- 38 Falls sich erweist, dass diese Farbkombinationen keine inhärente Unterscheidungskraft für die in Rede stehenden Dienstleistungen aufweisen, wird dadurch nicht ausgeschlossen, dass sie eine solche Unterscheidungskraft infolge ihrer Benutzung erwerben können.
- 39 Im Rahmen dieser Beurteilung ist nicht zu prüfen, ob die als Marke angemeldeten Zeichen erheblich von der Norm oder der Branchenüblichkeit abweichen.
- 40 Wie sich aus ständiger Rechtsprechung des Gerichtshofs ergibt, ist nämlich das Beurteilungskriterium einer erheblichen Abweichung von der Norm oder der Branchenüblichkeit auf diejenigen Fälle anzuwenden, in denen das Zeichen im Erscheinungsbild der Ware selbst, für die die Marke angemeldet wurde, besteht, da der Durchschnittsverbraucher aus der Form der Waren oder der ihrer Verpackung, wenn grafische oder Wortelemente fehlen, gewöhnlich nicht auf die Herkunft dieser Waren schließt (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 29. April 2004, Henkel/HABM, C-456/01 P und C-457/01 P, EU:C:2004:258 Rn. 39, vom 22. Juni 2006, Storck/HABM, C-25/05 P, EU:C:2006:422, Rn. 27 bis 29, sowie vom 7. Mai 2015, Voss of Norway/HABM, C-445/13 P, EU:C:2015:303, Rn. 90 und 91).
- 41 Dieses Beurteilungskriterium findet auch Anwendung, wenn das Zeichen in der Darstellung der Ausstattung der räumlichen Umgebung besteht, in der die Dienstleistungen erbracht werden, für die die Marke angemeldet wird (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 10. Juli 2014, Apple, C-421/13, EU:C:2014:2070, Rn. 20).
- 42 Eine solche Fallgestaltung liegt aber nicht vor, wenn – wie im vorliegenden Fall – die in Rede stehenden Zeichen aus grafischen Elementen bestehen, die auf die Gegenstände aufgebracht werden sollen, die zur Erbringung der mit der Anmeldung beanspruchten Dienstleistungen verwendet werden.
- 43 Zwar sind diese zur Erbringung der im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Dienstleistungen verwendeten Gegenstände, d. h. die Beförderungsmittel, in den Anmeldungen mit gestrichelten Linien wiedergegeben, um sowohl die Stellen anzugeben, an denen die angemeldeten Marken aufgebracht werden sollen, als auch die Umrisslinien derselben darzustellen, doch die als Marke angemeldeten Zeichen können weder mit der Form oder der Verpackung dieser Gegenstände verwechselt werden, noch soll durch sie die räumliche Umgebung, in der die mit der Anmeldung beanspruchten Dienstleistungen erbracht werden, dargestellt werden. Die Zeichen bestehen nämlich aus systematisch zusammengefügt und räumlich abgegrenzten Farbkombinationen. Die Anmeldungen betreffen also ganz bestimmte grafische Elemente, die im Gegensatz zu den Zeichen der in den Rn. 40 und 41 des vorliegenden Urteils angeführten Rechtsprechung nicht durch die bloße Wiedergabe ihrer Umrisslinien eine Ware oder eine der Erbringung von Dienstleistungen dienende Umgebung darstellen sollen.
- 44 Nach alledem ist auf die Vorlagefragen zu antworten, dass Art. 3 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen ist, dass bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft eines als Marke für eine Dienstleistung angemeldeten Zeichens, das aus farbigen Motiven zusammengesetzt ist und das ausschließlich und systematisch auf bestimmte Weise auf einen großen Teil der für die Erbringung dieser Dienstleistung verwendeten Gegenstände aufgebracht werden soll, die Wahrnehmung der maßgeblichen Verkehrskreise vom Aufbringen dieses Zeichens auf diesen Gegenständen zu berücksichtigen ist; ob dieses Zeichen erheblich von der Norm oder der Branchenüblichkeit abweicht, muss nicht geprüft werden.

## **Kosten**

- 45 Für die Parteien des Ausgangsverfahrens ist das Verfahren ein Zwischenstreit in dem beim vorlegenden Gericht anhängigen Rechtsstreit; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts. Die Auslagen anderer Beteiligter für die Abgabe von Erklärungen vor dem Gerichtshof sind nicht erstattungsfähig.

Aus diesen Gründen hat der Gerichtshof (Zehnte Kammer) für Recht erkannt:

**Art. 3 Abs. 1 Buchst. b der Richtlinie 2008/95/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2008 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken ist dahin auszulegen, dass bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft eines als Marke für eine Dienstleistung angemeldeten Zeichens, das aus farbigen Motiven zusammengesetzt ist und das ausschließlich und systematisch auf bestimmte Weise auf einen großen Teil der für die Erbringung dieser Dienstleistung verwendeten Gegenstände aufgebracht werden soll, die Wahrnehmung der maßgeblichen Verkehrskreise vom Aufbringen dieses Zeichens auf diesen Gegenständen zu berücksichtigen ist; ob dieses Zeichen erheblich von der Norm oder der Branchenüblichkeit abweicht, muss nicht geprüft werden.**

Unterschriften