

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Hoppla: Nichtigkeit einer bestimmten 3-Streifen-Marke von adidas von EuG bestätigt

Es trifft auch mal die Großen: adidas hat nicht nachgewiesen, dass eine ganze bestimmte Marke des Unternehmens im gesamten Gebiet der Union infolge ihrer Benutzung Unterscheidungskraft erlangt hat. Das bedeutet aber natürlich nicht das Ende der klassischen 3-Streifen-Marke von adidas.

Im Jahr 2014 hat das Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) zugunsten von adidas eine ihrer Unionsmarke für Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Kopfbedeckungen eingetragen (3 schwarze Streifen).

In ihrer Anmeldung hatte adidas angegeben, dass die Marke aus drei parallelen und im gleichen Abstand zueinander angeordneten Streifen einheitlicher Breite bestehe, die in beliebiger Richtung an der Ware angebracht seien

Im Jahr 2016 erklärte das EUIPO nach einem Antrag auf Nichtigkeitsklärung durch das belgische Unternehmen Shoe Branding Europe BVBA die Eintragung dieser Marke mit der Begründung für nichtig, dass sie weder originäre noch durch Benutzung erlangte Unterscheidungskraft habe. Die Marke hätte nach Ansicht des EUIPO nicht eingetragen werden dürfen. Insbesondere habe adidas nicht nachgewiesen, dass die Marke in der gesamten Europäischen Union infolge von Benutzung Unterscheidungskraft erlangt habe. Mit dem heutigen Urteil bestätigt das Gericht der Europäischen Union die Nichtigkeitsentscheidung und weist die Klage von adidas gegen die Entscheidung des EUIPO ab. Das Gericht weist zunächst darauf hin, dass es sich bei der fraglichen Marke nicht um eine Mustermarke handelt, die aus einer Reihe von Elementen bestehen würde, die regelmäßig wiederholt werden, sondern um eine gewöhnliche Bildmarke. Das Gericht stellt sodann fest, dass Benutzungsformen, die von den wesentlichen Merkmalen der Marke, wie beispielsweise ihrem Farbschema (schwarze Streifen auf weißem Hintergrund), abweichen, nicht berücksichtigt werden.

Die Unterscheidungskraft einer Marke bedeutet, dass sie in der Lage ist, die Waren, für die die Eintragung beantragt wird, als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu identifizieren und damit diese Waren von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden. können. Das EUIPO hat daher zu Recht viele von adidas vorgelegte Beweise mit der Begründung zurückgewiesen, dass sie andere Zeichen betrafen, wie insbesondere Zeichen, bei denen das Farbschema umgekehrt war (weiße Streifen auf schwarzem Hintergrund).

Schließlich stellt das Gericht fest, dass das EUIPO mit seiner Feststellung, dass adidas nicht nachgewiesen habe, dass die fragliche Marke im gesamten Gebiet der Union benutzt worden sei und dass sie infolge ihrer Benutzung in diesem Gebiet Unterscheidungskraft erlangt habe, keinen Beurteilungsfehler begangen hat. Von den von adidas vorgelegten Beweisen bezogen sich nämlich die einzigen, die von gewisser Relevanz waren, nur auf fünf Mitgliedstaaten und konnten im vorliegenden Fall nicht auf das gesamte Gebiet der Union hochgerechnet werden.

Quelle: Pressemitteilung Gericht der Europäischen Union 76/19 vom 19.06.2019

Veröffentlicht von:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement