

## **EuGH-Entscheidung: Marke „Kornspitz“ kann verfallen**

**Luxemburg/Stadt (mm) In einem Vorabentscheidungsverfahren hat der Europäische Gerichtshof entschieden, dass die österreichische Wortmarke „Kornspitz“ als Bezeichnung bestimmter Backwaren für „verfallen“ erklärt werden könne. Das wäre dann der Fall, wenn die Markeninhaberin, durch ihr Verhalten bzw. ihre Untätigkeit das Recht zum Führen dieser Marke verloren hätte. (Az.: C-409/12)**

Das Vorabentscheidungsersuchen betraf die Auslegung von Art. 12 Abs. 2 Buchst. a der Richtlinie 2008/95/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22.10.2008 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. EU L 299/25).

In der Hauptsache ging es um die Frage, ob die Bezeichnung „Kornspitz“ von den Endkunden als Marke eines bestimmten Herstellers wahrgenommen wird. Oder ob das Wort „Kornspitz“ vielmehr eine Gattungsbezeichnung für eine bestimmte Art von Gebäck darstellt, das aus dunklem Mehl gebacken wird und an den Enden spitz zuläuft. So hatte jedenfalls ein konkurrierender Backmittelhersteller argumentiert, der im laufenden Verfahren auf Löschung der Marke mangels Nutzung durch den Markeninhaber geklagt hatte.

Auf die Vorlagefrage, unter welchen Voraussetzungen die Marke für das Endprodukt verfallen kann, argumentierten die europäischen Richter, dass es vor allem auf die Einschätzung der Endabnehmer ankomme. Diese seien sich aber nicht des Umstandes bewusst, dass bestimmte Exemplare der Gattung Kornspitz aus einer Backmischung hergestellt würden, die von einem bestimmten Unternehmen unter der Marke „Kornspitz“ geliefert würden. Das liege daran, dass die Endverkäufer im Allgemeinen Ihre Kunden nicht darüber informieren würden, dass „Kornspitz“ eine - noch - eingetragene Marke sei. Auch würden Kunden beim Bäcker üblicherweise nicht über die Herkunft der Backwaren informiert. Diese Umstände führten dazu, dass die Marke „Kornspitz“ nicht ihre Hauptfunktion als Herkunftshinweis erfülle. Zumindest für das Endprodukt (etwas anderes gelte für bestimmte Roh- und Zwischenprodukte) könne sie daher für verfallen erklärt werden, wenn der Verlust der Unterscheidungskraft der Marke für dieses Produkt auf die Untätigkeit des Markeninhabers zurückzuführen sei. Als „Untätigkeit“ könne es angesehen werden, dass es der Inhaber einer Marke unterlässt, die Verkäufer dazu zu bewegen, die Marke für den Vertrieb einer Ware, für die die Marke eingetragen ist, mehr zu benutzen. Das vorlegende Gericht, das OLG Wien, muss nun prüfen, ob und in welchem Ausmaß der bisherige Markeninhaber Bäcker und Lebensmittelhändler dazu bewegte, im Kundenkontakt die Marke zu benutzen.

*Aus diesen Gründen hat die Dritte Kammer des Europäischen Gerichtshofes für Recht erkannt:*

- 1. Art. 12 Abs. 2 Buchst. a der Richtlinie 2008/95/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22.10.2008 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken ist dahin auszulegen, dass in einem Fall wie dem im Ausgangsverfahren streitigen eine Marke für eine Ware, für die sie eingetragen ist, für verfallen erklärt werden kann, wenn die Marke infolge des Verhaltens oder der Untätigkeit ihres Inhabers aus der Sicht allein der Endverbraucher dieser Ware zur gebräuchlichen Bezeichnung dieser Ware geworden ist.*
- 2. Art. 12 Abs. 2 Buchst. a der Richtlinie 2008/95 ist dahin auszulegen, dass es als „Untätigkeit“ im Sinne dieser Bestimmung angesehen werden kann, dass es der Inhaber einer Marke unterlässt, die Verkäufer dazu zu bewegen, die Marke für den Vertrieb einer Ware, für die die Marke eingetragen ist, mehr zu benutzen.*
- 3. Art. 12 Abs. 2 Buchst. a der Richtlinie 2008/95 ist dahin auszulegen, dass die Erklärung des Verfalls einer Marke nicht die Klärung der Frage voraussetzt, ob es für eine Ware, für die die Marke im geschäftlichen Verkehr zur gebräuchlichen Bezeichnung geworden ist, andere Bezeichnungen gibt.*

Die Entscheidung des EuGH vom 06.03.2014 ist rechtskräftig.