URTEIL DES GERICHTS (Zweite Kammer)

19. September 2001 *

In der Rechtssache T-118/00

Procter & Gamble Company, Cincinnati, Ohio (Vereinigte Staaten von Amerika), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte C. J. J. C. van Nispen und G. Kuipers, Zustellungsanschrift in Luxemburg,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM), vertreten durch A. von Mühlendahl, D. Schennen und C. Røhl Søberg als Bevollmächtigte,

Beklagter,

* Verfahrenssprache: Englisch.

betreffend eine Klage gegen die der Klägerin am 7. März 2000 mitgeteilte Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) vom 3. März 2000 (Sache R-516/1999-1)

erlässt

DAS GERICHT ERSTER INSTANZ
DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN (Zweite Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten A. W. H. Meij sowie der Richter A. Potocki und J. Pirrung,

Kanzler: D. Christensen, Verwaltungsrätin

aufgrund der am 3. Mai 2000 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 28. Juli 2000 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

auf die mündliche Verhandlung vom 5. April 2001,

folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Die Klägerin reichte am 13. Oktober 1998 gemäß der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. 1994, L 11, S. 1) in ihrer geänderten Fassung die Anmeldung einer Gemeinschaftsmarke beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (im Folgenden: Amt) ein.

2 Die angemeldete dreidimensionale Marke weist nach ihrer von der Klägerin vorgelegten Wiedergabe die Form einer quadratischen Tablette mit leicht abgerundeten Kanten und Ecken auf, die aus zwei Schichten besteht, von denen die eine weiß und mit grünen Sprenkeln versehen (oberer Teil) und die andere zartgrün ist (unterer Teil), wobei die Farben ebenfalls beansprucht werden.

3 Die Waren, für die die Eintragung der Marke begehrt wird, gehören zu Klasse 3 im Sinne des Abkommens von Nizza über die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken vom 15. Juni 1957 in seiner revidierten und geänderten Fassung und entsprechen folgender Beschreibung: „Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Mittel zum Waschen, Reinigen und Pflegen von Geschirr; Seifen".

4 Mit Entscheidung vom 17. Juni 1999 wies der Prüfer die Anmeldung nach Artikel 38 der Verordnung Nr. 40/94 mit der Begründung zurück, der angemeldeten Marke fehle die Unterscheidungskraft.

5 Am 13. August 1999 legte die Klägerin gemäß Artikel 59 der Verordnung Nr. 40/94 Beschwerde gegen die Entscheidung des Prüfers beim Amt ein.

6 Die Beschwerde wurde mit Entscheidung vom 3. März 2000 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) zurückgewiesen.

7 Die Beschwerdekammer vertrat im Wesentlichen die Auffassung, der angemeldeten Marke fehle jegliche Unterscheidungskraft. Aus Artikel 4 der Verordnung Nr. 40/94 ergebe sich, dass die Form einer Ware als Gemeinschaftsmarke eintragungsfähig sei, sofern sie hinreichend ungewöhnliche und schöpferische Merkmale aufweise, die es den betreffenden Verbrauchern ermöglichten, die Ware allein aufgrund ihres äußeren Erscheinungsbilds als von einem bestimmten Unternehmen stammend zu erkennen. Angesichts der Vorteile, die mit der Darreichung von Wasch- und Geschirrspülmitteln in Tablettenform verbunden seien, müsse es den Wettbewerbern der Klägerin freistehen, sie unter Verwendung der einfachsten geometrischen Formen ebenfalls zu verwenden. Im Anschluss an eine Beschreibung der angemeldeten Marke stellte die Beschwerdekammer fest, dass die quadratischen Form der Tablette ihr keine Unterscheidungskraft verleihe. Ihrer Ansicht nach stellen die geometrischen Grundformen (quadratisch, rund, dreieckig oder rechteckig) die ersichtlichsten Formen für solche Tabletten dar, und die Wahl einer quadratischen Tablette für die Herstellung fester Reinigungsmittel sei in keiner Weise schöpferisch oder phantasievoll. Die Farben der angemeldeten Marke verliehen dieser keine Unterscheidungskraft, denn die Farbe Weiß, mit der makellose Sauberkeit assoziiert werde, sei eine herkömmliche Farbe für Waschpulver, und die Verwendung von farbigen Sprenkeln habe sich im

Verkehr durchgesetzt. Solche farbigen Sprenkel gäben der Ware nicht nur ein angenehmes Aussehen, sondern könnten zugleich auf das Vorhandensein von Wirkstoffen hinweisen, so dass ihre Verwendung zu diesem Zweck auch den übrigen Wirtschaftsteilnehmern freistehen müsse. Das gelte auch für Grün, eine Grundfarbe, die den Blick auf sich ziehe und positiv besetzt sei, da sie mit Umweltschutz assoziiert werde. Überdies könne das Amt zwar Entscheidungen der nationalen Behörden berücksichtigen, es sei an sie jedoch nicht gebunden.

Anträge der Parteien

8 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— dem Amt die Kosten aufzuerlegen.

9 Das Amt beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

Zur Zulässigkeit

Vorbringen der Parteien

10 In der Sitzung hat die Klägerin ausgeführt, mit der vorliegenden Klage sowie den in den parallelen Rechtssachen T-117/00, T-119/00 bis T-121/00, T-128/00 und T-129/00 erhobenen Klagen solle im Wesentlichen eine Klärung der Rechtslage im Hinblick auf die Möglichkeit einer Eintragung der angemeldeten Marken herbeigeführt werden. Diese verdienten den Schutz nach der Verordnung Nr. 40/94 nicht. Da jedoch zur Erreichung dieses Schutzes bestimmte auf dem Markt tätige Unternehmen Markenanmeldungen für Formen eingereicht hätten, die den im vorliegenden Fall und in den genannten parallelen Rechtssachen beanspruchten ähnelten, seien alle Hersteller gezwungen, den Versuch zu unternehmen, für ihre eigenen Erzeugnisse einen entsprechenden Schutz zu erwirken.

11 Nach Ansicht des Amtes begehrt die Klägerin demnach letztlich die Abweisung ihrer Klage. Es wirft daher die Frage auf, ob die Klägerin unter diesen Umständen ein Rechtsschutzbedürfnis habe.

Würdigung durch das Gericht

12 Nach ständiger Rechtsprechung ist die Nichtigkeitsklage einer natürlichen oder juristischen Person nur zulässig, wenn der Kläger ein Interesse an der Aufhebung der betreffenden Handlung hat. Ein solches Interesse setzt voraus, dass die Nichtigerklärung dieser Handlung als solche Rechtswirkungen zeitigen kann

(Urteil des Gerichts vom 14. September 1995 in den Rechtssachen T-480/93 und T-483/93, Antillean Rice Mills u. a./Kommission, Slg. 1995, II-2305, Randnr. 59, und die dort angeführte Rechtsprechung). Gleiches gilt für eine Klage nach Artikel 63 der Verordnung Nr. 40/94.

13 Im vorliegenden Fall meldete die Klägerin die Eintragung einer dreidimensionalen Marke in Form einer Tablette an, diese Anmeldung wurde vom Prüfer zurückgewiesen, und die Zurückweisung wurde von der Beschwerdekammer bestätigt. Dem Interesse der Klägerin daran, dass die ihrem Begehren nicht stattgebende Entscheidung der Beschwerdekammer aufgehoben wird, steht nicht ihre Auffassung darüber entgegen, ob für die Form, die für die angemeldete dreidimensionale Marke gewählt wurde, ein markenrechtlicher Schutz wünschenswert ist. Ihr Rechtsschutzbedürfnis kann somit im vorliegenden Fall nicht verneint werden.

Zur Begründetheit

14 Die Klägerin macht im Wesentlichen zwei Klagegründe geltend. Der erste Klagegrund wird auf einen Verstoß gegen Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 und der zweite auf eine Verletzung der Begründungspflicht gestützt. Da diese beiden Klagegründe im vorliegenden Fall eng miteinander verknüpft sind, sind sie zusammen zu prüfen.

Vorbringen der Parteien

15 Die Klägerin trägt zunächst vor, die angemeldete Marke sei insgesamt ungewöhnlich und phantasievoll und weise das für eine Eintragung erforderliche Mindestmaß an Unterscheidungskraft auf.

16 Sie äußert sich sodann zum einen zu der Form, dem Muster und den Farben der angemeldeten Marke und führt zum anderen aus, dass die Markenanmeldung bei ihrer Prüfung einer Gesamtbeurteilung zu unterziehen sei. Schließlich äußert sie sich zur Frage der Notwendigkeit einer einheitlichen Anwendung der Verordnung Nr. 40/94.

17 Hinsichtlich der Form der Marke ergebe sich aus Artikel 4 der Verordnung Nr. 40/94, dass es nicht untersagt sei, dass eine Marke in der Form der Ware bestehe.

18 Die Beschwerdekammer habe sich zu Unrecht auf das Interesse aller Wirtschaftsteilnehmer an einer Freihaltung der beanspruchten Form bezogen. Auf eine Berücksichtigung dieses Interesses komme es dafür, ob einer Marke die Unterscheidungskraft im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 fehle, nicht an, sondern nur im Rahmen der Prüfung der Markenanmeldung im Hinblick auf Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe e dieser Verordnung.

19 Soweit die Beschwerdekammer bei der Erörterung des Artikels 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 das Eintragungshindernis des Artikels 7 Absatz 1 Buchstabe e dieser Verordnung erwähnt habe, kämen für die Tabletten andere Formen, wie die rechteckige oder die runde Form, in Betracht, die vielleicht sogar den Vorzug verdienten. Außerdem existierten für Reinigungsmittel andere Darreichungsformen, wie Pulver oder Flüssigkeiten.

20 Bei Tabletten könne nicht nur durch die Verwendung unterschiedlicher Grundformen und — im Fall der Rechteckform — durch Veränderung des Verhältnisses zwischen Länge und Breite ein unterschiedliches äußeres Erscheinungsbild erreicht werden, sondern auch durch eine Veränderung der Dicke der Tablette.

Daher könne im vorliegenden Fall allein schon die quadratische Form der Tablette als für ein Reinigungsmittel ungewöhnlich und phantasievoll im Vergleich zu den Tabletten angesehen werden, die bei der Einreichung der Markenanmeldung auf dem Markt gewesen seien.

21 Was das Muster der Tablette angehe, so seien die Erwägungen zur Funktion der Sprenkel als Hinweis auf das Vorhandensein bestimmter Wirkstoffe — unterstellt, sie träfen zu — im Rahmen der Beurteilung der Unterscheidungskraft im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 unerheblich. Diese Erwägungen könnten nur bei der Anwendung des Eintragungshindernisses des Artikels 7 Absatz 1 Buchstabe c der Verordnung Nr. 40/94 eine Rolle spielen, auf das es im Rahmen der vorliegenden Klage nicht ankomme. Es sei unverständlich, inwiefern das angeblich angenehme Aussehen eines Bestandteils der angemeldeten Marke deren Eintragung nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 solle verhindern können. Zu den beiden Schichten habe sich die Beschwerdekammer überhaupt nicht geäußert, so dass die Klägerin nicht erkennen könne, aus welchen Gründen die Beschwerdekammer einem solchen Muster die Unterscheidungskraft abspreche. Sowohl die Sprenkel als auch das Vorhandensein der beiden Schichten, einschließlich des sich aus deren jeweiliger Dicke ergebenden besonderen Verhältnisses zwischen ihnen, fügten der Darstellung der Marke insgesamt ein schöpferisches, ungewöhnliches und phantasievolles Element hinzu. Sowohl die Sprenkelung als auch das Muster aus zwei Schichten seien charakteristisch für das äußere Erscheinungsbild der Marke und geeignet, die Waren eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

22 Was die Farben der angemeldeten Marke angehe, so sei anerkannt, dass ein aus einer Kombination von Farben bestehendes Zeichen eine ihm eigene Unterscheidungskraft haben könne und dass in bestimmten Fällen sogar eine einzige Farbe Unterscheidungskraft bewirken könne. Marken mit einer Kombination aus zwei oder drei Farben, die zusammen mit einer spezifischen Form (quadratische Tablette bestimmter Dicke) und einem spezifischen Muster (hier: zwei Schichten) eingesetzt würden, wiesen daher mit Sicherheit ein Mindestmaß an Unterscheidungskraft auf. Diese Schlussfolgerung dränge sich selbst dann auf, wenn die Behauptung der Beschwerdekammer als zutreffend angesehen werde, dass die

Farbe Weiß, mit der makellose Sauberkeit assoziiert werde, die herkömmliche Farbe für Waschpulver sei und dass Grün den Blick auf sich ziehe und positiv besetzt sei. Im Übrigen bestreitet die Klägerin diese Behauptung, die durch kein Beweismittel gestützt sei. Die angemeldete Marke habe jedenfalls deshalb Unterscheidungskraft, weil eine der in der Anmeldung beschriebenen Farben Zartgrün sei.

23 Im Rahmen der Beurteilung der Marke sei die Unterscheidungskraft anhand einer Gesamtbetrachtung der Marke zu prüfen. Selbst wenn die einzelnen Bestandteile der Marke für sich genommen als nicht ungewöhnlich oder phantasievoll genug anzusehen sein sollten, um ihr Unterscheidungskraft zu verleihen, werde doch durch die spezifische Kombination der Bestandteile (Form, Muster und Farbe) ein unterscheidungskräftiges, eintragungsfähiges Zeichen geschaffen.

24 Das gegen eine Eintragung der angemeldeten Marke vorgebrachte Argument der Beschwerdekammer, für die Bestandteile dieser Marke bestehe ein Freihaltebedürfnis, damit diese Bestandteile von allen Wirtschaftsteilnehmern benutzt werden könnten, sei daher zurückzuweisen. Selbst wenn dieses Argument — entgegen der Ansicht der Klägerin — im Rahmen einer Beanstandung nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 als erheblich angesehen werden sollte, müsste bei der Prüfung dieser Beanstandung doch die Marke insgesamt und dürften nicht ihre Bestandteile jeweils einzeln beurteilt werden.

25 Nur für die besondere Kombination der Merkmale jeder einzelnen Marke (Form, Muster und Farben) begehre die Klägerin mit ihren Markenanmeldungen die Gewährung von Ausschließlichkeitsrechten; diese Anmeldungen bezweckten jedoch nicht, etwa die übrigen Wirtschaftsteilnehmer an der Benutzung der Farbe Grün für ihre Reinigungsmitteln zu hindern. Sie sei bereit, insoweit Verzichtserklärungen abzugeben, falls das Gericht dies für erforderlich halte. Außerdem ergebe sich aus den zahlreichen beim Amt eingereichten Anmeldungen dreidimensionaler Marken für Reinigungsmittel in der Darreichungsform von Tabletten, dass die Vielfalt des äußeren Erscheinungsbilds dieser Tabletten fast unbegrenzt sei.

26 Zu den Erwägungen betreffend die Notwendigkeit einer einheitlichen Anwendung der Verordnung Nr. 40/94 schließlich sei zu sagen, dass dreidimensionale Marken, die der ihren ähnlich seien, in einer Reihe von Mitgliedstaaten, darunter Frankreich, das Vereinigte Königreich, Belgien, die Niederlande und Luxemburg, akzeptiert worden seien, deren Markenrecht auf der Grundlage 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) harmonisiert worden sei, wobei die genannten Markeneintragungen in den drei letztgenannten Staaten vom Benelux-Markenamt vorgenommen worden sei. Das Amt selbst habe folgende Markenanmeldungen veröffentlicht:

— die Anmeldung Nr. 809 830 der Firma Benckiser N. V. für eine Marke in Form einer runden Tablette mit zwei Schichten in Blau und Weiß;

— die Anmeldung Nr. 924 829 der Klägerin für eine Marke in Form einer rechteckigen Tablette mit den Farben Blau, Grün und Weiß.

27 In diesem Zusammenhang weist die Klägerin darauf hin, dass das Amt bestimmte dreidimensionale Marken für farbige Zahncremes akzeptiert habe, obwohl hinsichtlich der Form, des Musters und der Farbe gegen jede einzelne dieser Marken gleichartige Beanstandungen wie die hätten vorgebracht werden können, die im vorliegenden Fall gegen ihre Markenanmeldung erhoben worden seien. Die angemeldete Marke hätte gleich behandelt werden müssen. Sie habe zudem gegenüber den genannten Markenanmeldungen Beanstandungen vorgebracht, mit denen sie insbesondere auf die unterschiedliche Anwendung der Bestimmungen der Verordnung Nr. 40/94 bei dreidimensionalen Marken durch das Amt hingewiesen habe.

28 Das Amt führt aus, die angemeldete dreidimensionale Marke betreffe Wasch- oder Geschirrspülmittel in Tablettenform und bestehe in der Ware selbst.

29 Zur Prüfung der Frage, ob die angemeldete Gemeinschaftsmarke für diese neue Ware zuzulassen ist, beschreibt das Amt erstens die Entwicklung der verschiedenen Darreichungsformen für Wasch- und Geschirrspülmittel auf dem Markt sowie die Vorteile ihrer Darreichung in Tablettenform.

30 Das Amt legt zweitens die für die Eintragung dreidimensionaler Marken geltenden Grundsätze dar, wobei es auf die verschiedenen Eintragungshindernisse Bezug nimmt, die in diesem Zusammenhang von Bedeutung sein können.

31 Nach Ansicht des Amtes hat eine Marke dann Unterscheidungskraft im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94, wenn sie die Waren oder Dienstleistungen, für die sie angemeldet worden ist, nach ihrer Herkunft und nicht nach ihrer Beschaffenheit oder sonstigen Merkmalen unterscheidbar macht.

32 In der Regel bringe aber der Verbraucher die Form der Ware nicht mit ihrer Herkunft in Verbindung. Damit er die Form der Ware selbst als herkunftskennzeichnend wahrnehmen könne, müsse diese Form eine wie auch immer geartete „Besonderheit" aufweisen, die die Aufmerksamkeit der Verbraucher errege.

33 Diese Beurteilung der Unterscheidungskraft der Form einer Ware müsse in drei Schritten erfolgen. Zunächst sei zu prüfen, welche Formen es für die betreffende Ware gebe, sodann, ob sich die angemeldete Form daraus für den Verbraucher erkennbar heraushebe, und schließlich, ob diese besondere Gestaltung die Herkunft der Ware erkennen lasse.

34 Im Rahmen des dritten Prüfungsschritts seien die Art der Ware und die Art und Weise ihrer Verwendung durch den Verbraucher von Bedeutung. Tabletten für Wasch- oder Geschirrspülmaschinen würden vom Verbraucher aus ihrer Verpackung genommen, um sofort in diese Maschinen eingefüllt zu werden; der Verbraucher richte sein Augenmerk somit auf die Verpackung der Ware, die die Wortmarke des Herstellers trage, und nicht auf ihre genaue Form und Farbe, um sie bei einem späteren Einkauf wiederzuerkennen.

35 Die rechtlichen Kriterien für die Beurteilung der Unterscheidungskraft dreidimensionaler Marken, die, wie im vorliegenden Fall, aus der Form der Ware selbst bestünden, seien keine anderen und keine strengeren als die, die für andere Marken gälten. Die Form einer Ware weise indessen nicht in der gleichen Art und Weise auf deren Herkunft hin wie Wörter und Bildelemente, die auf der Ware oder ihrer Verpackung angebracht seien.

36 Drittens wendet sich das Amt der Prüfung der angemeldeten Marke zu.

37 Die rechteckige Form der angemeldeten Marke sei nicht ungewöhnlich und phantasievoll, sondern vielmehr banal und marktüblich.

38 Was die Farbgebung angehe, so verleihe die Hinzufügung einer zartgrünen Farbschicht dem angemeldeten Zeichen keine Unterscheidungskraft, und auch Sprenkel seien insoweit unerheblich. Eine Farbkombination liege nicht vor, wenn der Grundfarbe (weiß oder grau) des Wasch- oder Geschirrspülmittels eine einzige weitere Farbe hinzugefügt worden sei.

39 Die Verwendung von Farben für bestimmte Schichten oder Teile der Tabletten könne die Marke nicht insgesamt unterscheidungskräftig machen. Erstens seien Grundfarben, wie Grün oder Blau, im Reinigungsmittelsektor üblich und riefen bestimmte positive Gefühle hervor, insbesondere solche von Frische oder Waschkraft. Zweitens wiesen diese auf den einzelnen Schichten oder Teilen der Tabletten angebrachten Farben auf das Vorhandensein verschiedener Wirkstoffe hin und dienten somit der Information des Verbrauchers über die Eigenschaften der Ware, was durch die Werbung für die fraglichen Tabletten hervorgehoben werde. Drittens ergebe sich aus der Art und Weise der Verwendung der Tabletten, dass der Verbraucher deren Farben nicht als Hinweis auf die Herkunft der Ware ansehe, was insbesondere für Grundfarben und ihre Kombinationen gelte.

40 Die Verwendung von Farbsprenkeln sei üblich und geeignet, auf die Verwendung bestimmter aktiver Bestandteile hinzuweisen. Die Sprenkel gäben Auskunft über den Homogenitätsgrad des Ausgangsstoffs, aus dem das Waschpulver oder die Reinigungstablette bestünden, sagten jedoch nichts über die Herkunft der Ware aus. Im vorliegenden Fall könnten die Sprenkel keine „Struktur" darstellen. Die Sprenkel könnten wegen ihrer geringen Größe und ihrer wenig auffälligen Grüntönung nicht den von der Tablette hervorgerufenen visuellen Gesamteindruck beeinflussen.

41 Was die Prüfung der Marke als Ganzes betreffe, so werde dieser durch die Kombination all dieser nicht unterscheidungskräftigen Merkmale keine Unterscheidungskraft verliehen. Diese könne insbesondere nicht daraus hergeleitet werden, dass sich alle Tabletten voneinander unterschieden.

42 Daraus, dass die Wettbewerber der Klägerin für ihre Tabletten andere Farben gewählt hätten, lasse sich nicht herleiten, dass diese Farben es ermöglichten, diese Waren nach ihrer Herkunft zu unterscheiden. Die Wahl unterschiedlicher Farben erkläre sich aus den zahlreichen Markenanmeldungen, die für Wasch- und Geschirrspülmittel seit ihrer nur kurze Zeit zurückliegenden Einführung auf dem Markt bei den verschiedenen Markenämtern der Mitgliedstaaten und der Gemeinschaft eingereicht worden seien. Da einige nationale Markenämter Markenschutz gewährt hätten, sei es für einen Hersteller unangebracht, seine Ware vor einer gerichtlichen Klärung in einer Form darzubieten, die einer für einen Wettbewerber eingetragenen oder von diesem auch nur angemeldeten Marke entspreche.

43 Nach Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94 könnten Farben theoretisch durch ihre Benutzung Unterscheidungskraft erlangen; dies müsse jedoch nachgewiesen werden. Im vorliegenden Fall habe die Klägerin nie die Erlangung von Unterscheidungskraft durch Benutzung geltend gemacht.

44 Das Argument, dass es der Klägerin nicht als einzigem Unternehmen erlaubt sein dürfe, Wasch- und Geschirrspülmittel in Tablettenform zu vertreiben, sei im Rahmen der Anwendung des Artikels 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 beachtlich. Der Rückgriff auf dieses Argument könne nicht so verstanden werden, dass die Beschwerdekammer im vorliegenden Fall ein eigenständiges Eintragungshindernis angewandt habe, das auf ein Freihaltebedürfnis abstelle. Dieses bedeute, dass das Amt, wenn es eine Markenanmeldung zurückweisen wolle, ein spezifisches und konkretes legitimes Interesse der Wettbewerber an der Benutzung derselben Marke nachweisen müsse. Im vorliegenden Fall habe die Beschwerdekammer lediglich hervorgehoben, dass eine Eintragung der als Gemeinschaftsmarke beanspruchten Form unerwünschte Folgen für das Funktionieren des Marktes hätte. Im Rahmen der Anwendung des Artikels 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 seien die Folgen einer Eintragung bestimmter einfacher und banaler Wörter, Zeichen oder Formen in Rechnung zu stellen, solle nicht der Hauptzweck des Systems der Marken und des gewerblichen Eigentums, den lauteren Wettbewerb zu fördern, geleugnet werden.

45 Was viertens die angebliche Inkohärenz der angefochtenen Entscheidung mit seinen anderen Entscheidungen angehe, habe das Amt alle Anmeldungen betreffend runde oder rechteckige Tabletten für Wasch- und Geschirrspülmaschinen zurückgewiesen, und die Beschwerdekammern hätten diese Zurückweisungen in allen Fällen bestätigt, in denen sie angerufen worden seien. Zwar seien die Markenanmeldungen Nrn. 809 830 und 924 829 im Blatt für Gemeinschaftsmarken veröffentlicht worden, die betreffenden Marken seien jedoch nicht eingetragen worden. Aber selbst wenn es diese Marken tatsächlich eingetragen hätte, wären solche Entscheidungen jedenfalls fehlerhaft und könnten von der Klägerin nicht herangezogen werden, um den Erlass einer Entscheidung zu verlangen, die eine Wiederholung des Fehlers darstellen würde.

46 Die im vorliegenden Fall angemeldete Marke sei mit den für Zahncremes eingetragenen Marken nicht vergleichbar, nicht nur weil letztere als Bildmarken angemeldet worden seien, sondern auch weil die Waren und ihre Benutzung sowie die Merkmale der Marken unterschiedlich seien.

47 Hinsichtlich der Praxis der nationalen Ämter sei einzuräumen, dass die Tatsache, dass in mehreren oder allen Mitgliedstaaten für die Klägerin die gleiche Marke wie die im vorliegenden Fall angemeldete eingetragen worden sei, einen Umstand darstelle, der für die Eintragung der Gemeinschaftsmarke berücksichtigt werden könne, jedoch nicht entscheidend sei. Die Klägerin habe auch nie geltend gemacht, dass sie die Eintragung der hier angemeldete Marke in den Mitgliedstaaten der Europäischen Gemeinschaft erlangt habe.

48 Was die Eintragung von Marken durch nationale Markenämter der Mitgliedstaaten angehe, die der im vorliegenden Fall angemeldeten Marke entsprächen, so sei die Praxis dieser Ämter nicht einheitlich.

49 Auch wenn die Klägerin die Erste gewesen sei, die Wasch- und Geschirrspülmittel in Tablettenform vertrieben habe, stehe doch fest, dass die rechteckige Form nunmehr üblich sei. Auch wenn diese Form erst nach Einreichung der Gemeinschaftsmarkenanmeldung üblich geworden sei, könne die fragliche Marke gleichwohl nicht eingetragen werden. Zum einen komme einer banalen oder üblichen Form nicht durch die erstmalige Benutzung als solche Unterscheidungskraft zu, zum anderen müsse die Unterscheidungskraft auch noch am Tag der Eintragung der Marke vorliegen.

Würdigung durch das Gericht

50 Die Unterscheidungskraft einer Marke ist im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen zu beurteilen, für die die Eintragung der Marke beantragt wurde.

51 Im vorliegenden Fall, in dem es um die von der Klägerin in ihrer Anmeldung einer Gemeinschaftsmarke bezeichneten Waren „Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Mittel zum Waschen, Reinigen und Pflegen von Geschirr; Seifen" geht, die zur Klasse 3 des Abkommens von Nizza gehören, besteht die angemeldete Marke, aus der Form und der Farbgebung der Ware selbst.

52 Aus Artikel 4 der Verordnung Nr. 40/94 ergibt sich, dass sowohl die Form der Ware als auch die Farben zu den Zeichen gehören, die eine Gemeinschaftsmarke sein können. Daraus, dass eine Kategorie von Zeichen allgemein geeignet ist, eine Marke auszumachen, folgt jedoch nicht, dass die zu dieser Kategorie gehörenden Zeichen im Hinblick auf eine bestimmte Ware oder Dienstleistung notwendig Unterscheidungskraft gemäß Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 haben.

53 Nach Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 sind „Marken, die keine Unterscheidungskraft haben", von der Eintragung ausgeschlossen. Bei Marken, die eine Unterscheidung der Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung der Marke begehrt wird, ihrer Herkunft nach zulassen, ist die Unterscheidungskraft zu bejahen. Dabei ist es nicht notwendig, dass die Marke genaue Angaben über die Identität des Herstellers der Ware oder des Erbringens der Dienstleistungen vermittelt. Es genügt vielmehr, dass sie den angeprochenen Verkehrskreisen eine Unterscheidung der mit ihr bezeichneten Ware oder Dienstleistung von den Waren oder Dienstleistungen anderer betrieblicher Herkunft ermöglicht und den Schluss zulässt, dass alle mit ihr bezeichneten Waren oder Dienstleistungen unter der Kontrolle des Inhabers dieser Marke hergestellt, vertrieben oder geliefert bzw. erbracht worden sind, der für ihre Qualität verantwortlich gemacht werden kann (vgl. in diesem Sinne Urteil des Gerichtshofes vom 29. September 1998 in der Rechtssache C-39/97, Slg. 1998, I-5507, Randnr. 28).

54 Dem Wortlaut des Artikels 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 ist zu entnehmen, dass das in diesem Artikel bezeichnete Eintragungshindernis schon bei einem Mindestmaß an Unterscheidungskraft nicht greift. Es ist daher — im Wege einer Prognose und ohne Berücksichtigung der etwaigen Benutzung des Zeichens im Sinne von Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94 — zu prüfen, ob die angemeldete Marke es den angesprochenen Verkehrskreisen zum Zeitpunkt der Kaufentscheidung ermöglicht, die fraglichen Waren von denjenigen anderer betrieblicher Herkunft zu unterscheiden.

55 Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 unterscheidet nicht zwischen verschiedenen Markenkategorien. Die Kriterien für die Beurteilung der Unterscheidungskraft dreidimensionaler Marken, die aus der Form der Ware selbst bestehen, sind somit keine anderen als die für die übrigen Markenkategorien geltenden.

56 Im Rahmen der Anwendung dieser Kriterien ist jedoch zu berücksichtigen, dass im Fall einer dreidimensionalen Marke, die aus der Form und den Farben der Ware selbst besteht, die Wahrnehmung durch die angesprochenen Verkehrskreise

nicht notwendig die gleiche ist wie bei einer Wort-, Bild- oder dreidimensionalen Marke, die nicht aus der Form der Ware besteht. Während nämlich diese Marken von den angesprochenen Verkehrskreisen gewöhnlich unmittelbar als herkunftskennzeichnende Zeichen wahrgenommen werden, gilt nicht notwendig das Gleiche für den Fall, dass das Zeichen mit dem äußeren Erscheinungsbild der Ware selbst übereinstimmt.

57 Die Waren, für die die Marke im vorliegenden Fall angemeldet worden ist, sind weit verbreitete Konsumgüter. Die von diesen Waren angesprochenen Verkehrskreise sind alle Verbraucher. Bei der Beurteilung der Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke ist daher auf die mutmaßliche Erwartung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers abzustellen (vgl. in diesem Sinn Urteil des Gerichtshofes vom 16. Juli 1998 in derRechtssache C-210/96, Gut Springenheide und Tusky, Slg. 1998, I-4657, Randnrn. 30 bis 32).

58 Die Wahrnehmung der Marke durch die angesprochenen Verkehrskreise wird durch den Grad der Aufmerksamkeit des durchschnittlichen Verbrauchers beeinflusst, der je nach Art der betreffenden Waren oder Dienstleistungen unterschiedlich hoch sein kann (vgl. Urteil des Gerichtshofes vom 22. Juli 1999 in der Rechtssache C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, Slg. 1999, I-3819, Randnr. 26). Hierzu ist festzustellen, dass der Grad der Aufmerksamkeit des durchschnittlichen Verbrauchers in Bezug auf Form und Farben von Tabellen für Wasch- und Geschirrspülmaschinen, bei denen es sich um Waren des täglichen Verbrauchs handelt, nicht hoch ist.

59 Um beurteilen zu können, ob die Kombination von Form und Farbgebung der streitigen Tabletten im Verkehr als Herkunftshinweis wahrgenommen werden kann, ist der von dieser Kombination hervorgerufene Gesamteindruck zu untersuchen (vgl. in diesem Sinn Urteil des Gerichtshofes vom 11. November 1997 in der Rechtssache C-251/95, SABEL, Slg. 1997, I-6191, Randnr. 23), was nicht

unvereinbar damit ist, die einzelnen verwendeten Gestaltungselemente nacheinander zu prüfen.

60 Die dreidimensionale Form, deren Eintragung beantragt worden ist, d. h. die einer quadratischen Tablette, zählt zu den geometrischen Grundformen und stellt für Tabletten für Wasch- und Geschirrspülmaschinen eine der nahe liegenden Formen dar. Die leicht abgerundeten Ecken der Tablette entsprechen praktischen Erwägungen und sind nicht geeignet, vom Durchschnittsverbraucher als Besonderheit der beanspruchten Form wahrgenommen zu werden, durch die sich die Tablette von anderen Wasch- oder Geschirrspülmitteltabletten unterscheiden könnte.

61 Was das Vorhandensein zweier Schichten, einer weißen und einer grünen, und von grünfarbigen Sprenkeln auf dem weißfarbigen Teil angeht, so sind die angesprochenen Verkehrskreise bei Reinigungsmitteln an das Vorliegen verschiedenfarbiger Bestandteile gewöhnt. Pulver, die der herkömmlichen Aufmachung dieser Waren entsprechen, sind meistens grau oder hellbeige und wirken fast weiß. Sie enthalten, wie die Klägerin selbst in der mündlichen Verhandlung ausgeführt hat, oft Teilchen von einer oder mehreren anderen Farben. Die Klägerin und die übrigen Reinigungsmittelhersteller stellen in ihrer Werbung heraus, dass diese Teilchen das Vorhandensein verschiedener Wirkstoffe verkörperten. Die farbigen Teilchen weisen somit, ohne dass sie deshalb als beschreibende Angabe im Sinne von Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe c der Verordnung Nr. 40/94 angesehen werden können, auf bestimmte Eigenschaften der Ware hin. Daraus, dass dieses Eintragungshindernis nicht greift, kann jedoch nicht geschlossen werden, dass die farbigen Bestandteile der angemeldeten Marke notwendig Unterscheidungskraft verliehen. Die Unterscheidungskraft ist nämlich zu verneinen, wenn die angesprochenen Verkehrskreise, wie im vorliegenden Fall, dazu veranlasst werden, das Vorhandensein der farbigen Elemente als Andeutung bestimmter Eigenschaften der Ware und nicht als Hinweis auf ihre Herkunft aufzufassen. Die Möglichkeit allein, dass es den Verbrauchern gleichwohl zur Gewohnheit wird, die Waren an ihren Farben zu erkennen, genügt nicht, um das

Eintragungshindernis des Artikels 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 aus dem Weg zu räumen. Eine solche Entwicklung der Wahrnehmung des Zeichens im Verkehr kann, sofern sie feststeht, nur im Rahmen von Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94 Berücksichtigung finden.

62 Hinsichtlich des Umstands, dass im vorliegenden Fall die farbigen Teilchen nicht nur als Sprenkel über die Tablette verteilt sind, sondern sich zum Teil konzentriert in ihrem unteren Teil befinden, ist zunächst die Rüge der Klägerin zu prüfen, die Beschwerdekammer habe ihre Feststellung nicht begründet, dass diese Farbverteilung der angemeldeten Marke keine Unterscheidungskraft verleihe. Hierzu ist zu sagen, dass die Beschwerdekammer das Vorhandensein zweier Schichten im Rahmen ihrer Beschreibung der Marke in Randnummer 15 der angefochtenen Entscheidung erwähnt hat. Diese Feststellung ist nicht ausdrücklich in den Randnummern 18 und 19 der angefochtenen Entscheidung wiederholt worden, die der Beurteilung der Unterscheidungskraft im Hinblick auf die Farbgebung der Tablette gewidmet sind. Zur Begründung ihrer Feststellung in Randnummer 19 der angefochtenen Entscheidung, dass die Verwendung von Tabletten mit verschiedenen Farbkombinationen für die in der Markenanmeldung bezeichneten Waren üblich sei, führt die Beschwerdekammer jedoch beispielhaft zwei in Form von Tabletten vermarktete Waren an, die jeweils zwei verschiedenfarbige Schichten aufweisen. Folglich war die Beschwerdekammer der Ansicht, eine Tablette mit zwei verschiedenfarbigen Schichten sei nicht unterscheidungskräftig, weil diese Darreichungsform üblich sei. Insoweit ist die angefochtene Entscheidung also hinreichend begründet.

63 Sodann ist die Würdigung der Beschwerdekammer, dass das Vorhandensein einer farbigen Schicht und einer Sprenkelung nicht für die Annahme genüge, dass das äußere Erscheinungsbild der Tablette als Hinweis auf die Herkunft der Ware wahrgenommen werden könne, gerechtfertigt. Bei der Kombination verschiedener Stoffe in einem tablettenförmigen Wasch- oder Geschirrspülmittel stellt nämlich die Hinzufügung von Sprenkeln und einer zusätzlichen Schicht eine der am nächsten liegenden Lösungen dar.

64 Zur grünen Farbe ist festzustellen, dass die Verwendung von Grundfarben wie Blau oder Grün bei Reinigungsmitteln üblich und sogar typisch ist. Der Rückgriff auf andere Grundfarben, wie Rot oder Gelb, gehört zu den nahe liegenden Abwandlungen der typischen Aufmachung dieser Waren. Gleiches gilt für die verschiedenen Abstufungen dieser Farben. Das Argument der Klägerin, dass die

angemeldete Marke deshalb Unterscheidungskraft habe, weil eine der Schichten der Tablette „zartgrün" sei, ist daher zurückzuweisen.

65 Daraus folgt, dass die angemeldete dreidimensionale Marke aus einer Kombination nahe liegender und für die fragliche Ware typischer Gestaltungselemente besteht.

66 Zudem sind andere Kombinationen dieser Gestaltungselemente möglich, die durch eine Abwandlung der geometrischen Grundformen oder dadurch erreicht werden können, dass der Grundfarbe der Ware eine weitere Grundfarbe hinzugefügt wird, die in einer Schicht der Tablette oder in Sprenkeln sichtbar wird. Aus den sich hieraus ergebenden Abweichungen des äußeren Erscheinungsbilds der verschiedenen Tabletten kann noch nicht geschlossen werden, dass jede einzelne dieser Tabletten einen Hinweis auf die Herkunft der Ware enthält, wenn es sich — wie im vorliegenden Fall — um nahe liegende Abwandlungen der Grundformen der Ware handelt.

67 Angesichts des durch die Form und die farbliche Gestaltung der streitgegenständlichen Tablette hervorgerufenen Gesamteindrucks ermöglicht die angemeldete Marke es den angesprochenen Verkehrskreisen zum Zeitpunkt der Kaufentscheidung nicht, die fraglichen Waren von solchen anderer betrieblicher Herkunft zu unterscheiden.

68 Zudem wird die im Wege einer Prognose und unabhängig von ihrer Benutzung im Sinne von Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94 festgestellte fehlende Eignung der angemeldeten Marke, auf die Herkunft der Ware hinzuweisen, auch nicht durch die mehr oder weniger große Zahl ähnlicher Tabletten beeinflusst, die es auf dem Markt bereits gibt. Im vorliegenden Fall braucht daher nicht ent-

schieden zu werden, ob die Unterscheidungskraft der Marke zum Zeitpunkt der Anmeldung oder zu dem der tatsächlichen Eintragung zu beurteilen ist.

69 Was sodann die Argumente angeht, die von der Klägerin auf die Entscheidungspraxis der nationalen Markenämter gestützt werden, so stellen die in den Mitgliedstaaten bereits vorliegenden Eintragungen nur einen Umstand dar, der für die Eintragung einer Gemeinschaftsmarke lediglich berücksichtigt werden kann, ohne entscheidend zu sein (Urteile des Gerichts vom 16. Februar 2000 in der Rechtssache T-122/99, Procter & Gamble/HABM [Form einer Seife], Slg. 2000, II-259, Randnr. 61, und vom 31. Januar 2001 in der Rechtssache T-24/00, Sunrider/HABM [VITALITE], Slg. 2001, II-449, Randnr. 33). Überdies ist den Antworten der Klägerin auf die Fragen des Gerichts zu entnehmen, dass nur das Benelux-Markenamt eine Marke wie diejenige, deren Eintragung begehrt wird, eingetragen hat, während ihre Eintragung in Deutschland abgelehnt worden ist. Im Vereinigten Königreich ist das Verfahren zur Eintragung der gleichen Marke bis zum Ausgang des vorliegenden Rechtsstreits ausgesetzt, in Frankreich eine entsprechende Anmeldung zurückgenommen worden. Allgemein ist, wie den Antworten des Amtes auf die Fragen des Gerichts zu entnehmen ist, die Entscheidungspraxis der nationalen Markenämter in Bezug auf dreidimensionale Marken, die aus Wasch- und Geschirrspülmitteltabletten bestehen, nicht einheitlich. Infolgedessen kann der Beschwerdekammer nicht vorgeworfen werden, diese Praxis und die nationale Rechtsprechung missachtet zu haben.

70 Hinsichtlich der Praxis des Amtes selbst ergibt sich aus dessen Antworten auf die Fragen des Gerichts, dass die Gemeinschaftsmarkenanmeldungen, auf deren Veröffentlichung sich die Klägerin beruft, nicht zu Eintragungen geführt haben. Eine dieser Anmeldungen ist vom Prüfer nach Erhebung der vorliegenden Klage zurückgewiesen worden, und diese Entscheidung wird gegenwärtig von der Beschwerdekammer geprüft. Nach dem Vortrag des Amtes ist die Zurückweisung der anderen Anmeldung beabsichtigt. Unter diesen Umständen ist das auf die Veröffentlichung dieser Anmeldungen gestützte Argument jedenfalls gegenstandslos geworden. Soweit es weiter um die von der Klägerin angeführte Eintragung bestimmter Marken für Zahncremes geht, so unterscheiden sich diese

Marken und die Ware, für die sie angemeldet worden sind, von der Marke und der Ware, um die es sich im vorliegenden Fall handelt. Die Praxis des Amtes in Bezug auf diese Marken kann somit für die vorliegende Rechtssache nicht erheblich sein.

71 Infolgedessen sind die Argumente der Klägerin, die die Praxis des Amtes und einiger nationaler Markenämter betreffen, zurückzuweisen.

72 Demgemäß ist die Beschwerdekammer zu Recht zu dem Ergebnis gelangt, dass die angemeldete dreidimensionale Marke keine Unterscheidungskraft hat.

73 Zum Vorbringen der Klägerin, das sich auf ein von der Beschwerdekammer angenommenes Freihaltebedürfnis für Form und Farben der streitigen Tablette bezieht, ist zu sagen, dass sich in den absoluten Eintragungshindernissen des Artikels 7 Absatz 1 Buchstaben b bis e der Verordnung Nr. 40/94 das Bestreben des Gemeinschaftsgesetzgebers äußert, die Anerkennung ausschließlicher Rechte zugunsten eines Wirtschaftsteilnehmers zu verhindern, wenn hierdurch der Wettbewerb auf dem Markt der betreffenden Waren oder Dienstleistungen beeinträchtigt werden könnte (zu dem Eintragungshindernis im Zusammenhang mit dem beschreibenden Charakter des Zeichens vgl. Urteil des Gerichtshofes vom 4. Mai 1999 in den Rechtssachen C-108/97 und C-109/97, Windsurfing Chiemsee, Slg. 1999, I-2779, Randnr. 25). Das mögliche Interesse von Wettbewerbern des Anmelders einer in der Darstellung der Ware bestehenden dreidimensionalen Marke daran, Form und Farben ihrer eigenen Waren frei wählen zu können, reicht jedoch als Grund für eine Ablehnung der Eintragung einer solchen Marke oder als Beurteilungskriterium für die Unterscheidungskraft dieser Marke allein nicht aus. Mit dem Ausschluss der Eintragung von Zeichen ohne Unterscheidungskraft schützt Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 das Interesse an der Verfügbarkeit verschiedener Varianten der Darreichungsform einer Ware nur insoweit, als die Darstellung der Ware, deren Eintragung begehrt wird, nicht den Zweck einer Marke erfüllen kann, es den betroffenen Verkehrskreisen zu ermöglichen, die betreffende Ware von denjenigen anderer betrieblicher Herkunft zu unterscheiden; ob dies der Fall ist, ist im Wege einer Prognose und unabhängig von der Benutzung der Marke im Sinne von Artikel 7 Absatz 3 der Verordnung Nr. 40/94 festzustellen.

74 Die Beschwerdekammer hat zwar in der angefochtenen Entscheidung den Erwägungen hinsichtlich des Interesses daran, die Monopolisierung einer Ware über das Markenrecht zu verhindern, große Bedeutung beigemessen; daraus folgt jedoch nicht, dass sie die Kriterien für die Prüfung der Unterscheidungskraft der Marke im vorliegenden Fall verkannt hätte. In Randnummer 11 der angefochtenen Entscheidung hat sie nämlich ausgeführt, die Form einer Ware sei als Gemeinschaftsmarke eintragungsfähig, „sofern die Form Merkmale aufweist, die so ungewöhnlich und schöpferisch sind, dass die betreffenden Verbraucher die Ware allein aufgrund ihres äußeren Erscheinungsbilds als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennen können". Die Beschwerdekammer hat somit in der Sache ein Kriterium angewandt, dass den oben angeführten Grundsätzen entspricht.

75 Nach alledem ist die Klage abzuweisen.

Kosten

76 Nach Artikel 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. Da der Wortlaut der angefochtenen Entscheidung zu Zweifeln Anlass geben konnte, ob Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe b der Verordnung Nr. 40/94 im vorliegenden Fall von der Beschwerdekammer richtig angewendet worden ist, und damit zur Entstehung des Rechtsstreits beigetragen hat, sind jeder Partei ihre eigenen Kosten aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen

hat

DAS GERICHT (Zweite Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. Die Klage wird abgewiesen.

2. Jede Partei trägt ihre eigenen Kosten.

Meij Potocki Pirrung

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 19. September 2001.

Der Kanzler

H. Jung

Der Präsident

A. W. H. Meij