Sammlung der Rechtsprechung

URTEIL DES GERICHTS (Erste Kammer)

18. März 2016*

„Gemeinschaftsmarke — Nichtigkeitsverfahren — Gemeinschaftswortmarke WINNETOU — Absolutes Eintragungshindernis — Beschreibender Charakter — Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung (EG) Nr. 207/2009 — Art. 52 Abs. 1 und 2 der Verordnung Nr. 207/2009 — Grundsätze der Autonomie und Unabhängigkeit der Gemeinschaftsmarke — Begründungspflicht“

In der Rechtssache T-501/13

Karl-May-Verlag GmbH, vormals Karl May Verwaltungs- und Vertriebs-GmbH, mit Sitz in Bamberg (Deutschland), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte M. Pejman und M. Brenner,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM), zunächst vertreten durch A. Pohlmann, dann durch M. Fischer als Bevollmächtigte,

Beklagter,

andere Beteiligte im Verfahren vor der Beschwerdekammer des HABM und Streithelferin im Verfahren vor dem Gericht:

Constantin Film Produktion GmbH mit Sitz in München (Deutschland), Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwalt P. Baronikians und Rechtsanwältin S. Schmidt,

betreffend eine Klage gegen die Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des HABM vom 9. Juli 2013 (Sache R 125/2012-1) zu einem Nichtigkeitsverfahren zwischen der Constantin Film Produktion GmbH und der Karl May Verwaltungs- und Vertriebs- GmbH

erlässt

DAS GERICHT (Erste Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten H. Kanninen, der Richterin I. Pelikánová und des Richters E. Buttigieg (Berichterstatter),

Kanzler: M. Marescaux, Verwaltungsrätin,

aufgrund der am 18. September 2013 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

* Verfahrenssprache: Deutsch.

aufgrund der am 30. Januar 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung des HABM,

aufgrund der am 27. Januar 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung der Streithelferin,

aufgrund der am 25. April 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Erwiderung,

aufgrund der am 3. Juli 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Gegenerwiderung,

auf die mündliche Verhandlung vom 30. September 2015

folgendes

Urteil

Vorgeschichte des Rechtsstreits

1 Die Klägerin, die Karl-May-Verlag GmbH, vormals Karl May Verwaltungs- und Vertriebs- GmbH, ist Inhaberin der am 14. Juni 2002 beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) angemeldeten, am 16. September 2003 unter der Nr. 2735017 eingetragenen und am 10. Juni 2012 verlängerten Gemeinschaftswortmarke WINNETOU.

2 Die Marke wurde für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 3, 9, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 39, 41, 42 und 43 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 angemeldet:

— Klasse 3: „Parfümeriewaren, ätherische Öle, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege, Haarwässer“;

— Klasse 9: „Filme, insbesondere Trickfilme, Videofilme; fotografische, Film-, optische, Wäge-, Signal-, Kontroll- und Unterrichtsapparate und -geräte, elektrische Apparate und Instrumente (soweit in Klasse 9 enthalten); Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton, Bild und Daten und Aufzeichnungsträger hierfür, bespielt und unbespielt; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte, Computer, Datenverarbeitungsprogramme, belichtete Filme, auch für kinematografische Zwecke“;

— Klasse 14: „Edelmetalle und deren Legierungen sowie daraus hergestellte oder damit plattierte Waren (soweit in Klasse 14 enthalten); Nussknacker aus Edelmetall; Juwelierwaren, Schmuckwaren, Edelsteine; Modeschmuck, Buttons; Uhren und Zeitmessinstrumente“;

— Klasse 16: „Papier, Pappe (Karton) und Waren aus diesen Materialien (soweit in Klasse 16 enthalten); Aufkleber, Etiketten; Druckereierzeugnisse; Briefmarken; Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfsartikel; Pinsel; Büroartikel (ausgenommen Möbel); Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Verpackungsmaterial aus Kunststoff (soweit in Klasse 16 enthalten); Drucklettern; Druckstöcke“;

— Klasse 18: „Waren aus Leder und Lederimitationen, nämlich Taschen und andere, nicht an die aufzunehmenden Gegenstände angepasste Behältnisse sowie Kleinlederwaren, insbesondere Geldbeutel, Brieftaschen, Schlüsseltaschen und weitere Waren daraus (soweit in Klasse 18 enthalten); Reise- und Handkoffer; Regenschirme, Sonnenschirme und Spazierstöcke“;

— Klasse 21: „Behälter für Haushalt und Küche (nicht aus Edelmetall oder plattiert); Geräte (soweit in Klasse 21 enthalten); Kämme und Schwämme; Bürsten (mit Ausnahme von Pinseln); Bürstenmachermaterial; Putzzeug; Waren aus Glas, Porzellan und Steingut für Haushalt und Küche, Kunstgegenstände aus Glas, Porzellan und Steingut“;

— Klasse 24: „Webstoffe und Textilwaren (soweit in Klasse 24 enthalten, nicht jedoch für Bettwaren, nämlich Kissen, Decken, Steppdecken und Schlafsäcke); Bett- und Tischdecken“;

— Klasse 25: „Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen“;

— Klasse 28: „Spiele, Spielkarten, Spielzeug, auch elektronischer Art, Christbaumschmuck; Turn- und Sportartikel, soweit in Klasse 28 enthalten“;

— Klasse 29: „Fleisch, Fisch, Geflügel und Wild und Waren hieraus; konserviertes, getrocknetes und gekochtes Obst und Gemüse; Gallerten (Gelees), Konfitüren, Fruchtsoßen“;

— Klasse 30: „Kaffee, Tee, Kakao, Brot, feine Backwaren und Konditorwaren, insbesondere Lebkuchen, Früchtebrot, Speiseeis, Honig; Gewürze, Süßwaren und Schokoladewaren“;

— Klasse 39: „Transport von Personen“;

— Klasse 41: „Veranstaltungen für unterhaltende, kulturelle und sportliche Zwecke, Vermietung von Filmen und Tonaufnahmen; Filmproduktion und -vorführung; Fotografieren; Unterhaltung; Veranstaltungen innerhalb eines Freizeit- und Ferienparks; Betrieb von Feriencamps; Betrieb von Campingplätzen“;

— Klasse 42: „Verwertung gewerblicher Schutzrechte“;

— Klasse 43: „Verpflegung und Beherbergung von Gästen“.

3 Am 14. Juni 2010 stellte die Streithelferin, die Constantin Film Produktion GmbH, wegen des Vorliegens absoluter Nichtigkeitsgründe einen Antrag gemäß Art. 52 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung (EG) Nr. 207/2009 des Rates vom 26. Februar 2009 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. L 78, S. 1) in Verbindung mit Art. 7 dieser Verordnung auf Nichtigerklärung der angegriffenen Marke in Bezug auf alle Waren, für die sie eingetragen war.

4 Mit Entscheidung vom 13. Dezember 2011 wies die Nichtigkeitsabteilung diesen Antrag zurück.

5 Am 17. Januar 2012 legte die Streithelferin gegen die Entscheidung der Nichtigkeitsabteilung Beschwerde beim HABM ein.

6 Mit Entscheidung vom 9. Juli 2013 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) gab die Erste Beschwerdekammer des HABM der Beschwerde teilweise statt, indem sie die Entscheidung der Nichtigkeitsabteilung aufhob und die Löschung der angefochtenen Marke außer für „Drucklettern“ und „Druckstöcke“ in Klasse 16 anordnete.

7 Die Beschwerdekammer stellte insbesondere fest, dass sich die Waren und Dienstleistungen der Klassen 3, 9, 14, 16, 18, 21, 24, 25, 28, 29, 30, 39, 41 und 43 an den Durchschnittskonsumenten und die Dienstleistungen der Klasse 42 an Gewerbetreibende richteten. Alle diese Waren und Dienstleistungen könnten sich auch an spezialisierte Verbraucher, wie z. B. Zwischenhändler, richten. Die Aufmerksamkeit sei bei den Verbrauchern je nach Art der Waren oder Dienstleistungen hoch bzw. die von Durchschnittsverbrauchern und bei den Gewerbetreibenden hoch (Rn. 18 und 19 der angefochtenen Entscheidung). Der Begriff „Winnetou“ könne keiner Sprache der Europäischen Union

zugeordnet werden. Da speziell der beschreibende Charakter der Marke in Deutschland geltend gemacht worden sei, sei bei der Untersuchung in erster Linie auf die Sicht des deutschsprachigen Verbrauchers abzustellen (Rn. 20 der angefochtenen Entscheidung).

8 Hinsichtlich des beschreibenden Charakters der angegriffenen Marke führte die Beschwerdekammer aus, dass Winnetou die Hauptfigur einer Romanreihe des Schriftstellers Karl May sowie der Protagonist in Filmen, Theater- oder Radioaufführungen sei. Nach den von der Streithelferin angeführten Beschlüssen des Bundesgerichtshofs und des Bundespatentgerichts (im Folgenden: Entscheidungen der deutschen Gerichte) verstehe der deutsche Verbraucher unter dem Begriff „Winnetou“ einen fiktiven, edlen und guten Indianerhäuptling. Nach dem Bundesgerichtshof sei die Bezeichnung Winnetou in Deutschland beschreibend für Druckereierzeugnisse, Filmproduktion sowie die Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern und Zeitschriften (Rn. 22 bis 25 der angefochtenen Entscheidung). Die Beschwerdekammer wies zwar darauf hin, dass sie an die Rechtsprechung nationaler Gerichte nicht gebunden sei. Da jedoch vorliegend ein oberstes nationales Gericht entschieden habe, dass der Begriff „Winnetou“ in Deutschland beschreibend sei, sei auch die angegriffene Marke nach Art. 7 Abs. 2 der Verordnung Nr. 207/2009 als nicht schutzfähig für Waren und Dienstleistungen zu beurteilen, die im Zusammenhang mit Büchern, Rundfunk und Fernsehen stünden (Rn. 27 der angefochtenen Entscheidung). In Bezug auf „Filme, insbesondere Trickfilme, Videofilme“, „Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten“, „belichtete Filme, auch für kinematografische Zwecke“ der Klasse 9, „Druckereierzeugnisse“, „Buchbinderartikel“, „Fotografien“ der Klasse 16, „Veranstaltungen für unterhaltende, kulturelle und sportliche Zwecke, Vermietung von Filmen und Tonaufnahmen“, „Filmproduktion und -vorführung“, „Fotografieren“, „Unterhaltung“, „Veranstaltungen innerhalb eines Freizeit- und Ferienparks“, „Betrieb von Feriencamps“, „Betrieb von Campingplätzen“ und „Verwertung gewerblicher Schutzrechte“ der Klassen 41 und 42 beschreibe die Bezeichnung WINNETOU den Inhalt dieser Waren und Dienstleistungen bzw. weise direkt auf diesen hin, da der Verbraucher einfach davon ausgehen werde, dass es sich dabei um Waren oder Dienstleistungen mit Winnetou oder über das Thema Winnetou handele (Rn. 28 bis 31 der angefochtenen Entscheidung). Was die anderen Waren oder Dienstleistungen anbelange, so könnten die anderen Waren – mit Ausnahme der „Drucklettern“ und „Druckstöcke“ in Klasse 16, die keine Verbindung zu der Figur Winnetou, den Büchern, Filmen oder Festspielen aufwiesen – als Merchandising-Produkte eingestuft werden, die direkt mit Winnetou in Zusammenhang stünden; bestimmte Waren oder Dienstleistungen, wie die Lebensmittel oder die Dienstleistungen auf den Gebieten „Transport“ und „Verpflegung und Beherbergung von Gästen“, stünden direkt mit den Festspielen in Zusammenhang (Rn. 32 bis 46 der angefochtenen Entscheidung). Angesichts dessen hat die Beschwerdekammer entschieden, dass die angegriffene Marke für alle diese Waren und Dienstleistungen beschreibend sei.

9 Schließlich fehle es der angegriffenen Marke für die Waren und Dienstleistungen, die in Verbindung mit einem edelmütigen Indianerhäuptling oder mit der Romanfigur stünden, an Unterscheidungskraft im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009, da der Verbraucher davon ausgehen werde, dass die Marke den Inhalt bzw. den Zweck der Waren und Dienstleistungen beschreibe. Hingegen weise die angegriffene Marke für „Drucklettern“ und „Druckstöcke“ in Klasse 16 Unterscheidungskraft auf, da die Verbraucher in der angegriffenen Marke für diese Waren eine Phantasiebezeichnung sähen (Rn. 48 bis 52 der angefochtenen Entscheidung).

Verfahren und Anträge der Parteien

10 Mit Klageschrift, die am 18. September 2013 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangen ist, hat die Klägerin die vorliegende Klage erhoben.

11 Im Rahmen prozessleitender Maßnahmen nach Art. 89 der Verfahrensordnung des Gerichts sind die Parteien zur schriftlichen Beantwortung von Fragen aufgefordert worden. Das HABM und die Streithelferin haben diese fristgerecht beantwortet. Die Klägerin ist der Aufforderung nicht innerhalb der gesetzten Frist nachgekommen; ihre Antworten sind aber durch Beschluss des Präsidenten der Ersten Kammer des Gerichts zu den Akten genommen worden.

12 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— dem HABM die Kosten aufzuerlegen.

13 Das HABM und die Streithelferin beantragen,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

14 In der mündlichen Verhandlung hat die Klägerin klargestellt, dass ihr erster Klageantrag auf Aufhebung der angefochtenen Entscheidung gerichtet ist, soweit darin dem Antrag auf Nichtigerklärung stattgegeben wurde.

Rechtliche Würdigung

Zur Zulässigkeit

15 Die Streithelferin rügt, dass die Anlagen A.12 bis A.17 der Klageschrift unzulässig seien, da diese Unterlagen erstmals im Verfahren vor dem Gericht eingereicht worden seien. Die Klägerin und das HABM haben zu dieser Behauptung nicht Stellung genommen.

16 Bei diesen Anlagen handelt es sich um die Ergebnisse von in den Registern des HABM durchgeführten Suchvorgängen (Anlage A.12), einen Auszug aus einem Handbuch über die Verfahren vor dem HABM (Anlage A.13), Beschlüsse des Bundespatentgerichts (Anlagen A.14 und A.15), einen Auszug aus dem Kommentar von Ingerl/Rohnke, *Markengesetz*, 3. Auflage (Anlage A.16), und einen Presseartikel aus dem *Weser-Kurier* vom 1. Juli 2013 (Anlage A.17).

17 In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Klage beim Gericht auf die Kontrolle der Rechtmäßigkeit der von den Beschwerdekammern des HABM erlassenen Entscheidungen im Sinne von Art. 65 der Verordnung Nr. 207/2009 gerichtet ist, so dass es nicht Aufgabe des Gerichts ist, im Licht erstmals bei ihm eingereichter Unterlagen den Sachverhalt zu überprüfen. Somit sind die Anlagen A.12 und A.17 der Klageschrift zurückzuweisen, ohne dass ihre Beweiskraft geprüft zu werden braucht (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 24. November 2005, Sadas/HABM – LTJ Diffusion [ARTHUR ET FELICIE], T-346/04, Slg, EU:T:2005:420, Rn. 19 und die dort angeführte Rechtsprechung).

18 Hinsichtlich der Anlagen A.13 bis A.16 ist hingegen festzustellen, dass die Klägerin berechtigt ist, sich darauf zu berufen, auch wenn sie diese Unterlagen erstmals beim Gericht vorlegt. Nach der Rechtsprechung sind nämlich weder die Parteien noch das Gericht selbst daran gehindert, Elemente einzubeziehen, die sich aus der nationalen Gesetzgebung, Rechtsprechung oder Literatur ergeben, da es nicht darum geht, der Beschwerdekammer vorzuwerfen, sie habe in einem bestimmten nationalen Urteil genannte Tatsachen außer Betracht gelassen, sondern darum, Rechtsprechung oder Literatur zur Untermauerung der Rüge, dass sie eine Bestimmung der Verordnung Nr. 207/2009 fehlerhaft

angewandt habe, heranzuziehen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 12. Juli 2006, Vitakraft-Werke Wührmann/HABM – Johnson's Veterinary Products [VITACOAT], T-277/04, Slg, EU:T:2006:202, Rn. 71). Außerdem stellen die in der Anlage A.13 vorgelegten Unterlagen keine Beweismittel im eigentlichen Sinne dar, sondern sind Teil der Entscheidungspraxis des HABM, auf die sich eine Partei berufen kann (Urteil ARTHUR ET FELICIE, oben in Rn. 17 angeführt, EU:T:2005:420, Rn. 20).

19 Nach alledem sind die Anlagen A.12 und A.17 der Klageschrift unzulässig.

Zur Begründetheit

20 Die Klägerin stützt ihre Klage auf fünf Klagegründe: erstens, Verstoß gegen die Grundsätze der Autonomie und Unabhängigkeit der Gemeinschaftsmarke und des Gemeinschaftsmarkenrechts, zweitens, Verstoß gegen Art. 76 der Verordnung Nr. 207/2009, drittens, Berücksichtigung von Nichtigkeitsgründen, die nicht mit dem Antrag auf Erklärung der Nichtigkeit vorgebracht wurden, viertens, Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 und fünftens, Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009.

21 Das Gericht hält es für angebracht, zuerst den dritten und sodann den ersten Klagegrund zu prüfen, bevor es von Amts wegen den Rechtsgrund einer unzureichenden Begründung der angefochtenen Entscheidung prüft.

Zum dritten Klagegrund: Berücksichtigung von Nichtigkeitsgründen, die nicht mit dem Antrag auf Erklärung der Nichtigkeit vorgebracht wurden

22 Mit ihrem dritten Klagegrund, mit dem die Klägerin die Berücksichtigung von Nichtigkeitsgründen, die nicht mit dem Antrag auf Erklärung der Nichtigkeit vorgebracht wurden, rügt, macht sie sinngemäß geltend, dass die Beschwerdekammer *ultra petita* entschieden und ihre Zuständigkeiten überschritten habe, indem sie die Löschung der angegriffenen Marke auf den Nichtigkeitsgrund des Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 gegründet habe, während der Antrag auf Nichtigerklärung der Streithelferin nur auf die fehlende Unterscheidungskraft der angegriffenen Marke nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 gestützt gewesen sei.

23 Das HABM und die Streithelferin treten dem Vorbringen der Klägerin entgegen.

24 Die Nichtigkeitsabteilung hatte die Auffassung vertreten, dass der auf Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 gestützte Antrag unberücksichtigt bleibe, da er zum einen in der Replik formuliert worden sei und es zum anderen keine Unterschiede in der Prüfung zwischen den Schutzhindernissen nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. b und c der Verordnung Nr. 207/2009 gebe. Hingegen wies die Beschwerdekammer zunächst darauf hin, dass sich der Antrag auf Erklärung der Nichtigkeit im Formular auf Art. 52 Abs. 1 Buchst. a in Verbindung mit Art. 7 der Verordnung Nr. 207/2009 stütze. Sodann führte sie aus, dass sich die Streithelferin in ihrer Antragsbegründung auf die Eintragungshindernisse des Art. 7 Abs. 1 Buchst. b und c der Verordnung Nr. 207/2009 berufen habe, ohne diese beiden Eintragungshindernisse deutlich voneinander zu trennen. Schließlich kam sie – nach dem Hinweis, dass sich die Streithelferin ausdrücklich auf Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 bezogen habe und in ihrem Antrag zum beschreibenden Charakter der angegriffenen Marke Stellung genommen habe – zu dem Ergebnis, dass die Frage, ob die angegriffene Marke für nichtig zu erklären sei, anhand der absoluten Eintragungshindernisse des Art. 7 Abs. 1 Buchst. b und c der Verordnung Nr. 207/2009 zu prüfen sei.

25 Es ist zu prüfen, ob sich der Antrag auf Nichtigerklärung im vorliegenden Fall auch auf Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 bezogen hat, so dass die Beschwerdekammer ohne Überschreitung ihrer Zuständigkeiten prüfen konnte, ob die angegriffene Marke beschreibend ist.

26 In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass für die Bestimmung der Gründe, auf die sich ein Antrag auf Nichtigerklärung stützt, der Antrag in seiner Gesamtheit und insbesondere anhand der näheren Antragsbegründung zu prüfen ist (Urteil vom 24. März 2011, Cybergun/HABM – Umarex Sportwaffen [AK 47], T-419/09, EU:T:2011:121, Rn. 21).

27 Im vorliegenden Fall geht jedoch – wie das HABM zu Recht geltend macht – aus dem Inhalt des Antrags auf Nichtigerklärung und aus dem Begründungsvorbringen der Streithelferin im Rahmen des Verfahrens vor dem HABM deutlich hervor, dass der Antrag auf Nichtigerklärung nicht nur auf die fehlende Unterscheidungskraft der angegriffenen Marke gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 gestützt war, sondern auch auf den beschreibenden Charakter der Marke nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. c dieser Verordnung.

28 Es steht fest, dass die Streithelferin auf dem Antragsformular für die Erklärung der Nichtigkeit das Kästchen betreffend Art. 7 und Art. 52 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung Nr. 207/2009 angekreuzt hat. Außerdem hat die Streithelferin in der Begründung ihres Antrags auf Nichtigerklärung Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 ausdrücklich angeführt. Trotzdem hat sie, wie sich deutlich aus den Seiten 46 und 48 der dem Gericht vorgelegten Akte des Verfahrens vor dem HABM ergibt, auch Argumente in Bezug auf den beschreibenden Charakter der angefochtenen Marke vorgebracht.

29 Unter diesen Umständen ist davon auszugehen, dass sich der Antrag auf Nichtigerklärung – auch wenn die Streithelferin Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 erst in der Replik vor der Nichtigkeitsabteilung ausdrücklich angeführt hat – sowohl auf die fehlende Unterscheidungskraft der angegriffenen Marke gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 als auch auf ihren beschreibenden Charakter nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. c dieser Verordnung bezogen hat. Daher ist dieser Klagegrund zurückzuweisen.

Zum ersten Klagegrund: Verstoß gegen die Grundsätze der Autonomie und Unabhängigkeit der Gemeinschaftsmarke und des Gemeinschaftsmarkensystems

30 Nach Ansicht der Klägerin verstößt die angefochtene Entscheidung gegen die Grundsätze der Autonomie und Unabhängigkeit der Gemeinschaftsmarke und des Gemeinschaftsmarkensystems, soweit die Beschwerdekammer ihre Entscheidung ausschließlich auf Entscheidungen der deutschen Gerichte gestützt habe, ohne eine eigenständige Bewertung auf Grundlage der hierfür einschlägigen Kriterien des Unionsmarkenrechts durchzuführen. Dieser Ansatz verstoße gegen den Grundsatz, wonach das Unionsmarkensystem ein autonomes System sei, das aus einer Gesamtheit von ihm eigenen Zielsetzungen und Vorschriften bestehe und dessen Anwendung von jedem nationalen System unabhängig sei.

31 Das HABM und die Streithelferin treten dem Vorbringen der Klägerin entgegen.

32 Zunächst räumt das HABM ein, dass die Nichtigkeit einer Gemeinschaftsmarke allein auf der Grundlage der Unionsregelung zu beurteilen sei, macht aber geltend, dass die Beschwerdekammer eine eigenständige Beurteilung anhand der Bestimmungen der Verordnung Nr. 207/2009 und der sich darauf beziehenden Rechtsprechung vorgenommen habe. Die Beschwerdekammer sei nach dem Beschluss vom 12. Februar 2009, Bild digital und ZVS (C-39/08 und C-43/08, EU:C:2009:91), verpflichtet gewesen, die deutsche Rechtsprechung zu berücksichtigen, da sie sich auf dieselbe Marke beziehe, von einem obersten nationalen Gericht stamme, teilweise identische Waren und Dienstleistungen betreffe und sehr kurze Zeit nach der Anmeldung der angegriffenen Marke ergangen sei. Schließlich habe sich die Beschwerdekammer nicht nur auf ein einziges Urteil, sondern auf vier Entscheidungen der deutschen Gerichte gestützt, die somit von einer gefestigten Rechtsprechung zeugten.

33 Die Streithelferin ist der Auffassung, dass sich die Beschwerdekammer tatsächlich auf die deutsche Rechtsprechung gestützt habe, dies aber im Rahmen einer eigenständigen und ausführlichen Beurteilung der angegriffenen Marke anhand von Art. 7 der Verordnung Nr. 207/2009 erfolgt sei. Die Beschwerdekammer habe folglich eine eigene Beurteilung der Wahrnehmung des Zeichens WINNETOU durch die maßgeblichen Verkehrskreise im Hinblick auf die betroffenen Waren und Dienstleistungen vorgenommen.

34 Insoweit ist zunächst darauf hinzuweisen, dass nach ständiger Rechtsprechung die Regelung über Gemeinschaftsmarken ein autonomes System ist, das aus einer Gesamtheit von Vorschriften besteht und Zielsetzungen verfolgt, die ihm eigen sind, und dessen Anwendung von jedem nationalen System unabhängig ist (Urteile vom 12. Dezember 2013, Rivella International/HABM, C-445/12 P, Slg, EU:C:2013:826, Rn. 48, und vom 5. Dezember 2000, Messe München/HABM [electronica], T-32/00, Slg, EU:T:2000:283, Rn. 47).

35 Die Eintragungsfähigkeit eines Zeichens als Gemeinschaftsmarke ist folglich nur auf der Grundlage der einschlägigen Unionsregelung in ihrer Auslegung durch den Unionsrichter zu prüfen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 16. Juli 2009, American Clothing Associates/HABM und HABM/American Clothing Associates, C-202/08 P und C-208/08 P, Slg, EU:C:2009:477, Rn. 58). Das HABM ist daher an Entscheidungen, die in den Mitgliedstaaten ergangen sind, selbst dann nicht gebunden, wenn diese Entscheidungen in Anwendung einer gemäß 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) harmonisierten nationalen Regelung erlassen worden sind (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 16. März 2006, Telefon & Buch/HABM – Herold Business Data [WEISSE SEITEN], T-322/03, Slg, EU:T:2006:87, Rn. 30, vom 14. Juni 2007, Europig/HABM [EUROPIG], T-207/06, Slg, EU:T:2007:179, Rn. 42, und vom 14. November 2013, Efag Trade Mark Company/HABM [FICKEN], T-52/13, EU:T:2013:596, Rn. 42). Zudem verpflichtet keine Vorschrift der Verordnung Nr. 207/2009 das HABM oder im Fall einer Klage das Gericht, zu den gleichen Ergebnissen zu gelangen wie die nationalen Behörden oder Gerichte in einem gleichartigen Fall (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 12. Januar 2006, Deutsche SiSi-Werke/HABM, C-173/04 P, Slg, EU:C:2006:20, Rn. 49, vom 8. November 2007, MPDV Mikrolab/HABM [manufacturing score card], T-459/05, EU:T:2007:336, Rn. 27, und vom 10. September 2010, MPDV Mikrolab/HABM [ROI ANALYZER], T-233/08, EU:T:2010:382, Rn. 43).

36 Nach einer ebenfalls ständigen Rechtsprechung ist das HABM zwar durch die Entscheidungen der nationalen Behörden nicht gebunden, doch können diese Entscheidungen – ohne bindend oder gar ausschlaggebend zu sein – trotzdem vom HABM als Anhaltspunkte im Rahmen der Beurteilung des Sachverhalts berücksichtigt werden (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 21. April 2004, Concept/HABM [ECA], T-127/02, Slg, EU:T:2004:110, Rn. 70, vom 9. Juli 2008, Reber/HABM – Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli [Mozart], T-304/06, Slg, EU:T:2008:268, Rn. 45, und vom 25. Oktober 2012, riha/HABM – Lidl Stiftung [VITAL&FIT], T-552/10, EU:T:2012:576, Rn. 66).

37 Aus alledem ergibt sich, dass das HABM oder das Gericht außerhalb des Art. 8 Abs. 4 der Verordnung Nr. 207/2009, in dessen Rahmen das HABM zur Anwendung des nationalen Rechts einschließlich der damit im Zusammenhang stehenden nationalen Rechtsprechung verpflichtet ist, durch die Entscheidungen der nationalen Behörden oder Gerichte nicht gebunden sein können.

38 Im vorliegenden Fall geht zunächst aus der angefochtenen Entscheidung hervor, dass die Beschwerdekammer zwar in Rn. 27 dieser Entscheidung festgestellt hat, dass sie – entgegen dem Vorbringen des HABM – nicht an die Rechtsprechung nationaler Gerichte gebunden sei. Jedoch hat sie in derselben Randnummer weiter ausgeführt, dass, da vorliegend ein oberstes nationales Gericht entschieden habe, dass der Begriff „Winnetou“ in Deutschland beschreibend sei, auch die Gemeinschaftsmarke als nicht schutzfähig für Waren und Dienstleistungen zu beurteilen sei, die im Zusammenhang mit Büchern, Rundfunk und Fernsehen stünden.

39 Außerdem hat die Beschwerdekammer in Rn. 42 der angefochtenen Entscheidung bei der Untersuchung des beschreibenden Charakters der angegriffenen Marke hinsichtlich der Merchandising-Produkte ausgeführt, dass, da der Beschluss des Bundesgerichtshofs nur wenige Monate nach der Einreichung der Anmeldung ergangen sei, auch davon auszugehen sei, dass das Eintragungshindernis bereits zum Zeitpunkt der Anmeldung der Gemeinschaftsmarke vorgelegen habe.

40 Diesen Ausführungen, die durch die Rn. 23, 25, 26, 29 und 30 der angefochtenen Entscheidung untermauert werden, ist zu entnehmen, dass die Beschwerdekammer mit Ausnahme der Aufzählung der Winnetou gewidmeten Werke in Rn. 24 dieser Entscheidung die in der deutschen Rechtsprechung dargelegten Erwägungen hinsichtlich der Eintragungsfähigkeit des Zeichens WINNETOU, der Wahrnehmung dieses Zeichens und des beschreibenden Charakters der angegriffenen Marke bezüglich der betroffenen Waren und Dienstleistungen übernommen hat, ohne eine eigenständige Beurteilung im Licht der von den Parteien vorgebrachten Argumente und Beweismittel vorzunehmen.

41 Somit ergibt sich insbesondere aus den Rn. 25, 26, 29 und 30 der angefochtenen Entscheidung, dass die Beurteilung, wonach das in Rede stehende Zeichen direkt auf den Inhalt von „Filme[n], insbesondere Trickfilme[n]“, „Videofilme[n]“, „Magnetaufzeichnungsträger[n]“, „Schallplatten“, „belichtete[n] Filme[n], auch für kinematografische Zwecke“ der Klasse 9, von „Druckereierzeugnisse[n]“, „Buchbinderartikel[n]“, „Fotografien“ der Klasse 16, von „Veranstaltungen für unterhaltende, kulturelle und sportliche Zwecke“, „Vermietung von Filmen und Tonaufnahmen“, „Filmproduktion und -vorführung“, „Fotografieren“, „Unterhaltung“, „Veranstaltungen innerhalb eines Freizeit- und Ferienparks“, des „Betrieb[s] von Feriencamps“, des „Betrieb[s] von Campingplätzen“ und der „Verwertung gewerblicher Schutzrechte“ der Klassen 41 und 42 hinweise, nicht das Ergebnis einer eigenständigen Würdigung der Beschwerdekammer ist, da diese in Rn. 29 der angefochtenen Entscheidung ausführt, dass „[d]er deutsche Verbraucher … nach der deutschen Rechtsprechung davon ausgehen [wird], dass ‚WINNETOU‘ lediglich beschreibt, dass es sich um einen ‚WINNETOU‘-Film, ein ‚WINNETOU‘-Buch oder ähnliches handelt“.

42 Daher verstoßen diese Ausführungen gegen die oben in den Rn. 34 bis 36 genannte Rechtsprechung, soweit die Beschwerdekammer die Entscheidungen der deutschen Gerichte im Rahmen der Beurteilung des Sachverhalts der Angelegenheit nicht als Anhaltspunkte mit Hinweischarakter betrachtet hat, sondern sie hinsichtlich der Eintragungsfähigkeit der angegriffenen Marke als zwingend angesehen hat.

43 Diese Feststellung kann durch das auf den Beschluss Bild digital und ZVS (oben in Rn. 32 angeführt, EU:C:2009:91) gestützte Vorbringen des HABM, dass die Beschwerdekammer zur Berücksichtigung der deutschen Rechtsprechung verpflichtet sei, da diese sich auf dieselbe Marke beziehe, von einem obersten nationalen Gericht stamme, teilweise identische Waren und Dienstleistungen betreffe und sehr kurze Zeit nach der Anmeldung der angegriffenen Marke ergangen sei, nicht entkräftet werden.

44 Zunächst ist in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass der vom HABM angeführte Beschluss die Auslegung der Richtlinie 89/104 und spezifisch die Verpflichtungen der zuständigen nationalen Behörden betrifft, den Umstand, dass identisch oder vergleichbar gebildete Zeichen bereits als Marke eingetragen worden sind, zu berücksichtigen oder nicht zu berücksichtigen. Außerdem weist der Gerichtshof in diesem Beschluss darauf hin, dass, wenn die Anmeldung einer Marke in einem Mitgliedstaat darauf gestützt wird, dass eine ähnliche oder identische Marke bereits eingetragen worden sei, die für die Eintragung zuständige nationale Behörde zwar im Rahmen der Prüfung einer solchen Anmeldung, soweit sie in dieser Hinsicht über Informationen verfügt, die zu ähnlichen Anmeldungen ergangenen Entscheidungen berücksichtigen und besonderes Augenmerk auf die Frage richten muss, ob im gleichen Sinne zu entscheiden ist oder nicht, sie jedoch keinesfalls an diese Entscheidungen gebunden ist. Daher ist, auch wenn diese Erwägung entsprechend auf die von den

Stellen des HABM im Rahmen der Verordnung Nr. 207/2009 durchgeführte Prüfung anwendbar ist, darauf hinzuweisen, dass der Gerichtshof auch klargestellt hat, dass die betreffende Behörde keinesfalls an diese Entscheidungen über ähnliche Anmeldungen gebunden ist.

45 Auch wenn aus diesem Beschluss abgeleitet werden kann, dass die Beschwerdekammer die Entscheidungen der deutschen Gerichte bezüglich des Zeichens WINNETOU berücksichtigen und besonderes Augenmerk auf die Frage richten musste, ob im gleichen Sinne zu entscheiden war oder nicht, ist folglich festzustellen, dass aus dem Beschluss ebenfalls hervorgeht, dass die Beschwerdekammer an diese älteren Entscheidungen – auch wenn sie sich auf dasselbe Zeichen bezogen – nicht gebunden ist. Im vorliegenden Fall wird der Beschwerdekammer jedoch nicht vorgeworfen, dass sie die Entscheidungen der deutschen Gerichte berücksichtigt habe, sondern dass sie ihrer Ansicht nach an diese Entscheidungen gebunden gewesen sei, was im Widerspruch zu der oben in den Rn. 34 bis 36 angeführten Rechtsprechung steht und daher durch das Vorbringen des HABM nicht in Frage gestellt wird.

46 Infolgedessen ist dem ersten Klagegrund stattzugeben und die angefochtene Entscheidung aufzuheben, soweit sie dem Antrag auf Nichtigerklärung stattgegeben hat, da der oben in Rn. 42 aufgezeigte Rechtsfehler die Beurteilung der Beschwerdekammer sowohl hinsichtlich der Anwendung von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 als auch von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b dieser Verordnung beeinträchtigt. In den Rn. 50 und 51 der angefochtenen Entscheidung hat die Beschwerdekammer nämlich unter Bezugnahme auf ihre Beurteilungen hinsichtlich des beschreibenden Charakters dieser Marke im Hinblick auf Inhalt und Zweck der betroffenen Waren und Dienstleistungen festgestellt, dass die angegriffene Marke für andere Waren und Dienstleistungen als „Drucklettern“ und „Druckstöcke“ keine Unterscheidungskraft aufweise, da sie nicht geeignet sei, ihrer Hinweisfunktion auf die betriebliche Herkunft dieser Waren und Dienstleistungen nachzukommen.

47 Auch wenn sich aus dieser Feststellung zur sachlichen Richtigkeit der angefochtenen Entscheidung ergibt, dass diese aufzuheben ist, soweit darin dem Antrag auf Nichtigerklärung stattgegeben worden ist, hält es das Gericht im vorliegenden Fall außerdem für erforderlich, von Amts wegen zu prüfen, ob die Beschwerdekammer ihre Beurteilung des beschreibenden Charakters der angegriffenen Marke hinreichend begründet hat.

Zu dem vom Amts wegen zu prüfenden Rechtsgrund des Verstoßes gegen die Begründungspflicht

48 Nach ständiger Rechtsprechung stellt die Beachtung der Begründungspflicht eine Frage zwingenden Rechts dar, die gegebenenfalls von Amts wegen zu prüfen ist (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 20. Februar 1997, Kommission/Daffix, C-166/95 P, Slg, EU:C:1997:73, Rn. 24, und vom 23. Oktober 2002, Institut für Lernsysteme/HABM – Educational Services [ELS], T-388/00, Slg, EU:T:2002:260, Rn. 59). Im vorliegenden Fall ist es – obwohl sich die Klägerin nicht auf einen Begründungsmangel berufen hat – nach Auffassung des Gerichts erforderlich, von Amts wegen zu untersuchen, ob die angefochtene Entscheidung hinreichend begründet ist. Im Rahmen prozessleitender Maßnahmen sind die Parteien dazu befragt worden, ob die Begründung der angefochtenen Entscheidung ausreichend ist.

49 Die Klägerin vertritt insoweit zum einen die Ansicht, dass die angefochtene Entscheidung keine eigenständige Begründung enthalte, und zum anderen, dass die Wahrnehmung der verschiedenen Waren und Dienstleistungen durch die maßgeblichen Verkehrskreise und ihre Einstufung als Merchandising-Produkte nicht ausreichend begründet sei.

50 Das HABM und die Streithelferin treten dem Vorbringen der Klägerin entgegen.

51 Das HABM trägt vor, dass, selbst wenn die Beschwerdekammer nicht für jede einzelne der betroffenen Waren oder Dienstleistungen eine gesonderte Begründung des beschreibenden Gehalts des Zeichens WINNETOU gegeben habe, eine solche Begründung nicht erforderlich gewesen sei, da die vorgenommene Begründung für sämtliche betroffenen Waren und Dienstleistungen gelte. Zudem bedeute das Zeichen WINNETOU, was typische Merchandising-Produkte anbelange, dass es sich dabei um „Indianer-Produkte“ bzw. um Produkte im „Indianerlook“ handele, für die der Verbraucher zwischen dem als edler Indianerhäuptling wahrgenommenen Winnetou und den Waren eine Verbindung herstelle.

52 Nach Auffassung der Streithelferin ist die Begründung der angefochtenen Entscheidung ausreichend, da die Beschwerdekammer den Sachverhalt und die Beweismittel gewürdigt und daraus rechtliche Schlüsse nach dem Gemeinschaftsmarkenrecht gezogen habe. Außerdem sei die angefochtene Entscheidung ausreichend begründet, da die Beschwerdekammer die einzelnen Waren und Dienstleistungen untersucht habe sowie Begriff und Umfang des Merchandising durch den Verweis auf eine ältere Entscheidung ausreichend dargestellt habe.

53 Nach Art. 75 Satz 1 der Verordnung Nr. 207/2009 sind die Entscheidungen des HABM mit Gründen zu versehen. Diese Begründungspflicht hat den gleichen Umfang wie die nach Art. 296 AEUV, wonach die Begründung die Überlegungen des Urhebers des Rechtsakts so klar und eindeutig zum Ausdruck bringen muss, dass die Betroffenen ihr die Gründe für die erlassene Maßnahme entnehmen können und das zuständige Gericht seine Kontrolle ausüben kann. In der Begründung brauchen nicht alle tatsächlich oder rechtlich einschlägigen Gesichtspunkte genannt zu werden, da die Frage, ob die Begründung eines Rechtsakts den Erfordernissen des Art. 296 AEUV genügt, nicht nur anhand seines Wortlauts, sondern auch anhand seines Kontexts sowie sämtlicher Rechtsvorschriften auf dem betreffenden Gebiet zu beurteilen ist (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 21. Oktober 2004, KWS Saat/HABM, C-447/02 P, Slg, EU:C:2004:649, Rn. 63 bis 65).

54 Insbesondere muss das HABM, wenn es die Eintragung eines Zeichens als Gemeinschaftsmarke ablehnt, zur Begründung seiner Entscheidung das dieser Eintragung entgegenstehende absolute oder relative Eintragungshindernis sowie die Bestimmung, aus der es abgeleitet wird, angeben und darlegen, welchen Sachverhalt es als erwiesen zugrunde gelegt hat, der seiner Auffassung nach die Anwendung der herangezogenen Bestimmung rechtfertigt. Eine solche Begründung ist grundsätzlich ausreichend (Urteil Mozart, oben in Rn. 36 angeführt, EU:T:2008:268, Rn. 46).

55 Hinsichtlich des absoluten Eintragungshindernisses des Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 ist festzustellen, dass ein Zeichen unter das in dieser Bestimmung aufgestellte Verbot fällt, wenn es einen hinreichend direkten und konkreten Zusammenhang mit den fraglichen Waren oder Dienstleistungen aufweist, der es dem betreffenden Publikum ermöglicht, unmittelbar und ohne weitere Überlegung eine Beschreibung der in Rede stehenden Waren oder Dienstleistungen oder eines ihrer Merkmale zu erkennen (vgl. in diesem Sinne Urteile vom 22. Juni 2005, Metso Paper Automation/HABM [PAPERLAB], T-19/04, Slg, EU:T:2005:247, Rn. 25 und die dort angeführte Rechtsprechung, und vom 30. April 2013, ABC-One/HABM [SLIM BELLY], T-61/12, EU:T:2013:226, Rn. 17). Der beschreibende Charakter eines Zeichens lässt sich daher nur im Hinblick auf die betroffenen Waren oder Dienstleistungen und in Bezug auf seine Wahrnehmung durch die maßgeblichen Verkehrskreise, die aus dem Verbraucher dieser Waren oder Dienstleistungen bestehen, beurteilen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 27. Februar 2002, Eurocool Logistik/HABM [EUROCOOL], T-34/00, Slg, EU:T:2002:41, Rn. 38).

56 Im vorliegenden Fall ist jedoch festzustellen, dass das Gericht seine Kontrolle der Rechtmäßigkeit der von der Beschwerdekammer vorgenommenen Beurteilung des beschreibenden Charakters der angefochtenen Marke im Hinblick auf die betroffenen Waren und Dienstleistungen nicht ausüben kann.

57 Erstens hat die Beschwerdekammer hinsichtlich der Wahrnehmung des Zeichens WINNETOU in Rn. 22 der angefochtenen Entscheidung festgestellt, dass dieses Zeichen die Hauptfigur einer Romanreihe des Schriftstellers Karl May bezeichne, was zwischen den Parteien unstreitig sei. In Rn. 23 der angefochtenen Entscheidung hat sie hinzugefügt, dass der deutsche Verbraucher nach den Entscheidungen der deutschen Gerichte das Zeichen WINNETOU dahin verstehe, dass es sich auf einen fiktiven und edlen Indianerhäuptling beziehe. Des Weiteren hat die Beschwerdekammer in Rn. 24 der angefochtenen Entscheidung ausgeführt, dass die Figur Winnetou über die Bücher hinaus auch auf Schallplatten und Kassetten sowie in Filmen und Theateraufführungen die Hauptfigur sei. Diese Hörspiele oder Schauspiele seien „Adaptationen in einem bestimmten Genre“, in denen die Handlung im Wilden Westen und Winnetou als edler Indianer die Hauptrolle spiele.

58 Somit geht aus der angefochtenen Entscheidung und auch aus den Schriftsätzen des HABM und seinen Antworten auf die in der mündlichen Verhandlung gestellten Fragen hervor, dass das Zeichen WINNETOU nach Ansicht der Beschwerdekammer von den maßgeblichen Verkehrskreisen ganz allgemein als mit den Begriffen „Indianer“ und „Indianerhäuptling“ in Verbindung stehend wahrgenommen wird.

59 Die Beschwerdekammer hat jedoch keine spezifische Untersuchung dafür durchgeführt, dass das Zeichen WINNETOU – über seine konkrete Bedeutung als Bezeichnung einer fiktiven Figur hinaus – von den maßgeblichen Verkehrskreisen dahin wahrgenommen wird, dass es sich auf die Begriffe „Indianer“ und „Indianerhäuptling“ bezieht. Insoweit kann aus den Angaben in den Rn. 22 bis 24 der angefochtenen Entscheidung nicht darauf geschlossen werden, dass die Beschwerdekammer eine solche Wahrnehmung des Zeichens WINNETOU festgestellt hätte. Sie hat sich nämlich darauf beschränkt, die Winnetou als Figur eines fiktiven und edelmütigen Indianerhäuptlings gewidmeten Werke zu beschreiben. Daher ist festzustellen, dass die angefochtene Entscheidung weder eine Beurteilung noch eine Schlussfolgerung dahin enthält, dass sich die Wahrnehmung des Zeichens im Allgemeinen auf die Begriffe „Indianer“ und „Indianerhäuptling“ bezieht.

60 Diese unzureichende Begründung hinsichtlich einer Erwägung, der im inneren Aufbau der angefochtenen Entscheidung wesentliche Bedeutung zukommt, macht das klare und eindeutige Verständnis der Schlussfolgerung, die an die Überlegungen der Beschwerdekammer bei ihrer Beurteilung der Wahrnehmung des Zeichens anknüpft, unmöglich.

61 Der Hinweis des HABM in seinen Schriftsätzen und in der mündlichen Verhandlung darauf, dass die breite Öffentlichkeit „Winnetou“-Filme, -Bücher und -Theateraufführungen als Bücher oder Filme über Indianer verstehe, so dass das Zeichen WINNETOU als ganz allgemein mit den Themen „Indianer“ und „Indianerhäuptling“ zusammenhängend wahrgenommen werde, vermag zudem, selbst wenn dies als zutreffend unterstellt wird, den Begründungsmangel in der angefochtenen Entscheidung nicht zu heilen, da das HABM die Gründe einer Entscheidung, der ein Begründungsmangel im Sinne von Art. 296 AEUV anhaftet, nicht im gerichtlichen Verfahren ergänzen darf (vgl. Urteil vom 20. Mai 2009, CFCMCEE/HABM [P@YWEB CARD und PAYWEB CARD], T-405/07 und T-406/07, Slg, EU:T:2009:164, Rn. 69 und die dort angeführte Rechtsprechung).

62 Hieraus folgt, dass die angefochtene Entscheidung unzureichend begründet ist, was die Wahrnehmung des Zeichens WINNETOU über seine konkrete Bedeutung als Bezeichnung einer fiktiven Figur hinaus als sich ganz allgemein auf die Begriffe „Indianer“ und „Indianerhäuptling“ beziehend anbetrifft.

63 Zweitens hat die Beschwerdekammer zur Beziehung zwischen der angegriffenen Marke und den betroffenen Waren und Dienstleistungen ausgeführt, dass die angegriffene Marke zu löschen sei, außer für „Drucklettern“ und „Druckstöcke“ in Klasse 16, da diese Waren keinen Bezug zu der Figur Winnetou hätten. Bei bestimmten Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 41 und 42 ist die Beschwerdekammer davon ausgegangen, dass die angegriffene Marke als beschreibend anzusehen sei, da der Verbraucher annehme, dass das Zeichen WINNETOU lediglich den Umstand beschreibe, dass es sich um einen Winnetou-Film oder ein Winnetou-Buch oder eine andere Ware dieser Art handele

(Rn. 28 bis 31 der angefochtenen Entscheidung). In Bezug auf die anderen als Merchandising-Produkte eingestuften Waren hat die Beschwerdekammer ausgeführt, dass das Zeichen WINNETOU für die maßgeblichen Verkehrskreise lediglich den Umstand beschreibe, dass die Waren mit den Filmen oder der Romanfigur im Zusammenhang stünden, Waren im Indianerlook seien, mit den Festspielen in Verbindung stünden oder aber bei den Festspielen vertrieben oder verkauft würden (Rn. 32 bis 42 der angefochtenen Entscheidung). Was die Dienstleistungen „Transport von Personen“ der Klasse 39 und „Verpflegung und Beherbergung von Gästen“ der Klasse 43 betrifft, war die Beschwerdekammer der Auffassung, dass die angegriffene Marke auf ein Reiseziel in Deutschland, nämlich die Festspiele, hinweise (Rn. 43 der angefochtenen Entscheidung). Hinsichtlich der „Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate)“ der Klasse 16 und der „Unterrichtsapparate und -geräte“ der Klasse 9 weise die angegriffene Marke schließlich darauf hin, dass der Lehrstoff anhand von Winnetou-Geschichten vermittelt werde (Rn. 44 der angefochtenen Entscheidung).

64 Es ist offensichtlich, dass die Beschwerdekammer insbesondere für die Merchandising-Produkte eine pauschale Begründung vorgenommen hat.

65 In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass nach ständiger Rechtsprechung sich die Prüfung der absoluten Eintragungshindernisse auf alle Waren oder Dienstleistungen erstrecken muss, für die die Eintragung der Marke beantragt wird, und ferner die Entscheidung, mit der das HABM die Eintragung einer Marke ablehnt, grundsätzlich in Bezug auf jede dieser Waren oder Dienstleistungen zu begründen ist (vgl. Beschluss vom 18. März 2010, CFCMCEE/HABM, C-282/09 P, Slg, EU:C:2010:153, Rn. 37 und die dort angeführte Rechtsprechung).

66 Zwar kann sich das HABM auf eine pauschale Begründung für alle betroffenen Waren oder Dienstleistungen beschränken, wenn dasselbe Eintragungshindernis einer Kategorie oder einer Gruppe von Waren oder Dienstleistungen entgegengehalten wird (vgl. Beschluss CFCMCEE/HABM, oben in Rn. 65 angeführt, EU:C:2010:153, Rn. 38 und die dort angeführte Rechtsprechung).

67 Diese Befugnis darf jedoch die Erfüllung des grundlegenden Erfordernisses nicht beeinträchtigen, dass jede Entscheidung, mit der die Gewährung eines vom Unionsrecht eingeräumten Rechts verweigert wird, einer gerichtlichen Prüfung unterzogen werden kann, die einen effektiven Schutz des entsprechenden Rechts gewährleisten soll und sich somit auf die Rechtmäßigkeit der Begründung dieser Weigerung zu erstrecken hat (vgl. Beschluss CFCMCEE/HABM, oben in Rn. 65 angeführt, EU:C:2010:153, Rn. 39 und die dort angeführte Rechtsprechung).

68 Daher ist in Bezug auf eine Serie von Waren und Dienstleistungen eine pauschale Begründung der Beschwerdekammer nur für Waren und Dienstleistungen möglich, zwischen denen ein so hinreichend direkter und konkreter Zusammenhang besteht, dass sie eine Kategorie bilden, die so homogen ist, dass der gesamte Komplex der tatsächlichen und rechtlichen Erwägungen, die die Begründung der in Rede stehenden Entscheidung darstellen, zum einen die Erwägungen der Beschwerdekammer für jede Ware oder Dienstleistung dieser Kategorie hinreichend deutlich macht und zum anderen ohne Unterschied auf jede der betreffenden Waren oder Dienstleistungen angewandt werden kann (vgl. Urteil vom 2. April 2009, Zuffa/HABM [ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP], T-118/06, Slg, EU:T:2009:100, Rn. 28 und die dort angeführte Rechtsprechung).

69 Im Licht dieser Erwägungen ist zu prüfen, ob die Begründung der angefochtenen Entscheidung im Hinblick auf den direkten und konkreten Zusammenhang ausreichend ist, den es zwischen den betroffenen Waren und Dienstleistungen und dem Zeichen WINNETOU darzulegen gilt, um auf den beschreibenden Charakter der angegriffenen Marke zu schließen.

70 Zunächst ist festzustellen, dass zwischen den als Merchandising-Produkten eingestuften Waren kein so hinreichend direkter und konkreter Zusammenhang besteht, dass sie eine homogene Kategorie im Sinne der Rechtsprechung bilden, für die die Beschwerdekammer eine pauschale Begründung vornehmen kann.

71 Die Beschwerdekammer hat unter der Kategorie der Merchandising-Produkte zahlreiche Waren aus elf verschiedenen Klassen zusammengefasst, u. a. „Parfümeriewaren“, „ätherische Öle“, „Mittel zur Körper- und Schönheitspflege“, „Edelmetalle und deren Legierungen“, „Juwelierwaren“, „Uhren“, „Zeitmessinstrumente“, „Papier“, „Aufkleber“, „Schreibwaren“, „Kleinlederwaren, insbesondere Geldbeutel“, „Spazierstöcke“, „Webstoffe und Textilwaren“, „Kopfbedeckungen“, „Spiele“, „Christbaumschmuck“, „Turn- und Sportartikel“, „Rechenmaschinen“, „Computer“, „fotografische Apparate und Geräte“, „Behälter für Haushalt und Küche“, „Kämme und Schwämme“, „Büroartikel“, „Verpackungsmaterial aus Kunststoff“, „Fleisch“, „Fisch“, „Konfitüren“, „Fruchtsoßen“, „Speiseeis“ und „Konditorwaren“.

72 Zwischen diesen Waren bestehen solche Unterschiede hinsichtlich ihrer Natur, ihrer Merkmale, ihrer Bestimmung und ihrer Vertriebsart, dass nicht angenommen werden kann, dass sie eine homogene Kategorie darstellen. Außerdem wird die Einstufung von Merchandising-Produkten in der angefochtenen Entscheidung, abgesehen von der Aussage, dass diese Produkte in allen denkbaren Bereichen üblich seien, nicht eigens begründet. Dies erlaubt jedoch nicht, festzustellen, aus welchen Gründen so heterogene Waren eine solche Homogenität aufweisen, dass sie trotz offensichtlicher Unterschiede eine Gruppe von Waren darstellen, für die eine pauschale Begründung vorgenommen werden kann.

73 Außerdem ist die in der angefochtenen Entscheidung enthaltene Begründung hinsichtlich des direkten und konkreten Zusammenhangs zwischen diesen Waren und dem Zeichen WINNETOU äußerst allgemein und abstrakt und erfüllt daher nicht die oben in den Rn. 66 bis 68 genannten Anforderungen.

74 Daher bestehen die einzigen Elemente zur Begründung des beschreibenden Charakters der angegriffenen Marke hinsichtlich dieser Waren in den Ausführungen, die in den Rn. 32 und 40 der angefochtenen Entscheidung enthalten sind, wonach das Zeichen WINNETOU für Merchandising-Produkte beschreibt, dass es sich um mit den Filmen oder der Romanfigur in Zusammenhang stehende Waren handelt, bei denen der Verbraucher davon ausgeht, dass es sich lediglich um „Winnetou“-Werbeprodukte handelt, ohne auf die Herkunft der Waren zu schließen.

75 Diese Begründung ist jedoch unzureichend und erlaubt es nicht, nachzuvollziehen, aufgrund welcher Überlegungen die Beschwerdekammer zu dem Schluss gelangt ist, dass die angegriffene Marke mit den in Rede stehenden Waren einen hinreichend direkten und konkreten Zusammenhang aufweise, der es dem betreffenden Publikum ermöglicht, unmittelbar und ohne weitere Überlegung eine Beschreibung dieser Waren oder eines ihrer Merkmale zu erkennen. Die Einstufung als Merchandising-Produkte und die Feststellungen in den Rn. 32 und 40 der angefochtenen Entscheidung sind nämlich allgemeine Behauptungen ohne jede spezifische Untersuchung hinsichtlich der Natur und der Merkmale der in Rede stehenden Waren, die zudem keine homogene Warenkategorie darstellen.

76 Folglich erfüllt die Begründung der angefochtenen Entscheidung nicht die Anforderungen von Art. 296 AEUV und Art. 75 der Verordnung Nr. 207/2009, da das Gericht anhand dieser Begründung keine effektive gerichtliche Prüfung der angefochtenen Entscheidung vornehmen kann.

77 Dieses Ergebnis kann durch die Beurteilungen der Beschwerdekammer hinsichtlich bestimmter Waren und Dienstleistungen in den Rn. 34, 36, 37 und 39 der angefochtenen Entscheidung nicht in Frage gestellt werden.

78 Darin hat sich die Beschwerdekammer nämlich darauf beschränkt, festzustellen, dass es sich bei diesen Waren um Waren im Indianerlook sowie um mit der Figur und dem Thema Winnetou oder auch mit den Festspielen in Zusammenhang stehende Waren handeln könnte.

79 Zunächst ist zu beachten, dass, wie das Gericht oben in Rn. 62 befunden hat, die Feststellung, wonach das Zeichen WINNETOU als mit den Begriffen „Indianer“ und „Indianerhäuptling“ in Zusammenhang stehend wahrgenommen werde, unzureichend begründet ist. Außerdem ermöglichen die Behauptungen, wonach es sich um in Souvenirgeschäften verkaufte Waren, um „Winnetou“-Bekleidung, also die Kleidung, die Winnetou trägt, oder die auf Winnetou Bezug nimmt, um Koffer mit dem Bild von Winnetou, um einen Nussknacker in der Form eines Indianerhäuptlings oder um bei Festspielen verkaufte Lebensmittel handelt, es ebenso wenig, die Überlegungen der Beschwerdekammer genau, klar und eindeutig nachzuvollziehen, die zu der Schlussfolgerung führen, wonach die angegriffene Marke, die zudem ein Wortzeichen und keine einen Indianer darstellende Bildmarke ist, für diese Waren beschreibend sein soll.

80 Daher ist davon auszugehen, dass die angefochtene Entscheidung unzureichend begründet ist.

81 Aus alledem ergibt sich, dass die angefochtene Entscheidung wegen Verstoßes gegen die Grundsätze der Autonomie und Unabhängigkeit der Gemeinschaftsmarke sowie wegen unzureichender Begründung aufzuheben ist, ohne dass über den zweiten, den vierten und den fünften Klagegrund entschieden zu werden braucht.

Kosten

82 Gemäß Art. 134 Abs. 1 der Verfahrensordnung ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Unterliegen mehrere Parteien, so entscheidet nach Art. 134 Abs. 2 der Verfahrensordnung das Gericht über die Verteilung der Kosten.

83 Im vorliegenden Fall ist zu entscheiden, dass das HABM neben seinen eigenen Kosten die Kosten der Klägerin trägt und die Streithelferin ihre eigenen Kosten trägt.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Erste Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. Die Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des Harmonisierungsamts für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) vom 9. Juli 2013 (Sache R 125/2012-1) wird aufgehoben, soweit mit ihr dem Antrag auf Nichtigerklärung stattgegeben worden ist.

2. Das HABM trägt neben seinen eigenen Kosten die Kosten der Karl-May-Verlag GmbH.

3. Die Constantin Film Produktion GmbH trägt ihre eigenen Kosten.

Kanninen Pelikánová Buttigieg

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 18. März 2016.

Unterschriften