Sammlung der Rechtsprechung

URTEIL DES GERICHTS (Sechste Kammer)

17. September 2015 *

„Gemeinschaftsmarke — Anmeldung der Gemeinschaftswortmarke COMPETITION — Absolutes Eintragungshindernis — Fehlende Unterscheidungskraft — Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung (EG) Nr. 207/2009“

In der Rechtssache T-550/14

Volkswagen AG mit Sitz in Wolfsburg (Deutschland), Prozessbevollmächtigter: Rechtsanwalt U. Sander,

Klägerin,

gegen

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM), vertreten durch M. Fischer als Bevollmächtigten,

Beklagter,

betreffend eine Klage gegen die Entscheidung der Ersten Beschwerdekammer des HABM vom 15. Mai 2014 (Sache R 2082/2013-1) über die Anmeldung des Wortzeichens COMPETITION als Gemeinschaftsmarke

erlässt

DAS GERICHT (Sechste Kammer)

unter Mitwirkung des Präsidenten S. Frimodt Nielsen sowie der Richter F. Dehousse und A. M. Collins (Berichterstatter),

Kanzler: E. Coulon,

aufgrund der am 23. Juli 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klageschrift,

aufgrund der am 7. Oktober 2014 bei der Kanzlei des Gerichts eingegangenen Klagebeantwortung,

aufgrund des Umstands, dass keine der Parteien binnen der Frist von einem Monat nach der Mitteilung, dass das schriftliche Verfahren abgeschlossen ist, die Anberaumung einer mündlichen Verhandlung beantragt hat, und des daher auf Bericht des Berichterstatters gemäß Art. 135a der Verfahrensordnung des Gerichts ergangenen Beschlusses, ohne mündliche Verhandlung zu entscheiden,

* Verfahrenssprache: Deutsch.

folgendes

Urteil

Der dem Rechtsstreit zugrunde liegende Sachverhalt

1 Am 11. April 2013 meldete die Klägerin, die Volkswagen AG, nach der Verordnung (EG) Nr. 207/2009 des Rates vom 26. Februar 2009 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. L 78, S. 1) beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) eine Gemeinschaftsmarke an.

2 Bei der angemeldeten Marke handelt es sich um das Wortzeichen COMPETITION.

3 Die Marke wurde für folgende Waren und Dienstleistungen der Klassen 12, 28, 35 und 37 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 12: „Motorisierte Landfahrzeuge sowie deren Teile; Motoren und Antriebssysteme für Landfahrzeuge, Antriebe für Landfahrzeuge sowie deren Teile; Kupplungen für Landfahrzeuge; Fahrwerke für Landfahrzeuge; Chassis für Fahrzeuge; Karosserien für Fahrzeuge; Reifen (Pneus), Schläuche für Reifen, Gleitschutzvorrichtungen für Fahrzeugreifen, Flickzeug für Reifenschläuche, selbstklebende Flickgummis für die Reparatur von Reifenschläuchen, Reifen für Fahrzeugräder, Spikes für Reifen, Gleitschutzketten, Schneeketten, Felgen für Fahrzeugräder, Vollgummireifen für Fahrzeugräder, Fahrzeugräder, Radnaben von Automobilen; Stoßdämpfer für Fahrzeuge, Stoßdämpferfedern für Fahrzeuge; Kopfstützen für Fahrzeugsitze; Fahrzeugsitze; Rückspiegel; Alarmanlagen für Fahrzeuge, Diebstahlsicherungen für Fahrzeuge; Zigarettenanzünder für Automobile; Kraftfahrzeuge, Automobile und deren Teile; Autobusse; Lastkraftwagen; Wohnwagen; Anhänger und Sattelauflieger für Fahrzeuge, Anhängerkupplungen für Fahrzeuge; Traktoren; Motorräder; Mopeds; Omnibusse“;

— Klasse 28: „Verkleinerte Fahrzeugmodelle, Modellautos und Spielzeugautos; Modellbausätze [Spielwaren]; Fahrzeuge für Kinder (soweit in Klasse 28 enthalten), Roller (Kinderfahrzeuge); Spielkarten; Plüschtiere und sonstige Plüschspielzeugartikel; Spielgeräte, Videospielgeräte, tragbare Spiele mit LCD-Display“;

— Klasse 35: „Einzel- und Großhandelsdienstleistungen bezüglich Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; Einzel- und Großhandelsdienstleistungen für den Versandhandel bezüglich Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; Dienstleistungen des Einzel- und Großhandels über das Internet bezüglich Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; Einzel- und Großhandelsdienstleistungen mittels Teleshopping-Sendungen bezüglich Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; das Zusammenstellen (ausgenommen deren Transport) verschiedener Kraftfahrzeuge oder Kraftfahrzeugteile oder verschiedenen Kraftfahrzeugzubehörs für Dritte, um den Verbrauchern Ansicht und Erwerb dieser Waren in einer Einzelhandelsverkaufsstelle zu erleichtern; Vermittlung von Verträgen für Dritte über den An- und Verkauf von Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; Unternehmensverwaltung und organisatorische Verwaltung von Kraftfahrzeug-Fuhrparks für Dritte“;

— Klasse 37: „Umbau, Reparatur, Instandhaltung, Demontage, Wartung, Pflege, Reinigung und Lackieren von Fahrzeugen, Motoren und deren jeweiligen Teilen, Montage von Fahrzeugen, Motoren und deren jeweiligen Teilen für Dritte, Reparatur von Fahrzeugen im Rahmen der Pannenhilfe; kundenspezifische Durchführung von Umbauten an Karosserie, Fahrwerk und Motor von Kraftfahrzeugen (Tuning), soweit in Klasse 37 enthalten“.

4 Mit Entscheidung vom 26. August 2013 wies die Prüferin die Anmeldung für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 und Art. 7 Abs. 2 dieser Verordnung zurück.

5 Am 25. Oktober 2013 legte die Klägerin beim HABM gegen die Entscheidung der Prüferin nach den Art. 58 bis 64 der Verordnung Nr. 207/2009 Beschwerde ein, soweit mit der Entscheidung die Anmeldung für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen zurückgewiesen wurde.

6 Mit Entscheidung vom 15. Mai 2014 (im Folgenden: angefochtene Entscheidung) wies die Erste Beschwerdekammer des HABM die Beschwerde mit der Begründung zurück, dass das angemeldete Zeichen für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen nicht unterscheidungskräftig im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 sei. Sie ging insbesondere davon aus, dass dieses Zeichen als eine Angabe für eine bestimmte Kategorie von Waren, nämlich solche, die den Anforderungen an einen Wettbewerb, also unter härtesten Bedingungen, gewachsen seien, und Dienstleistungen, mit denen Fahrzeuge für Wettbewerbe vorbereitet würden, aufgefasst werde.

Anträge der Parteien

7 Die Klägerin beantragt,

— die angefochtene Entscheidung aufzuheben;

— dem HABM die Kosten aufzuerlegen.

8 Das HABM beantragt,

— die Klage abzuweisen;

— der Klägerin die Kosten aufzuerlegen.

Rechtliche Würdigung

9 Die Klägerin stützt ihre Klage auf einen einzigen Klagegrund, mit dem sie einen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 rügt. Sie macht geltend, die Beschwerdekammer hätte zu dem Schluss gelangen müssen, dass das Zeichen COMPETITION hinreichende Unterscheidungskraft besitze, um als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen zu dienen.

10 Das HABM tritt diesem Vorbringen entgegen.

11 Gemäß Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 sind Marken, die keine Unterscheidungskraft haben, von der Eintragung ausgeschlossen.

12 Nach ständiger Rechtsprechung sind die von Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 erfassten Marken diejenigen, die als ungeeignet gelten, die wesentliche Funktion der Marke zu erfüllen, nämlich die, auf die betriebliche Herkunft der fraglichen Ware oder Dienstleistung

hinzuweisen, um es dem Verbraucher, der die mit der Marke gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung erwirbt, zu ermöglichen, bei einem späteren Erwerb seine Entscheidung davon abhängig zu machen, ob er beim ersten Erwerb gute oder schlechte Erfahrungen gemacht hat (Urteile 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. 33, und vom 21. Januar 2011, BSH/HABM [executive edition], T-310/08, EU:T:2011:16, Rn. 23).

13 Die Unterscheidungskraft eines Zeichens ist zum einen im Hinblick auf die Waren oder Dienstleistungen, für die es angemeldet worden ist, und zum anderen im Hinblick auf die Wahrnehmung durch die maßgeblichen Verkehrskreise zu beurteilen (Urteile vom 21. Januar 2010, Audi/HABM, C-398/08 P, Slg, EU:C:2010:29, Rn. 34, und vom 9. September 2010, HABM/Borco-Marken-Import Matthiesen, C-265/09 P, Slg, EU:C:2010:508, Rn. 32).

14 Die Eintragung einer Marke, die aus Zeichen oder Angaben besteht, die sonst als Werbeslogans, Qualitätshinweise oder Aufforderungen zum Kauf der Waren oder Dienstleistungen, auf die sich diese Marke bezieht, verwendet werden, ist nicht schon wegen einer solchen Verwendung ausgeschlossen (Urteile Audi/HABM, oben in Rn. 13 angeführt, EU:C:2010:29, Rn. 35, und vom 11. Dezember 2012, Fomanu/HABM [Qualität hat Zukunft], T-22/12, EU:T:2012:663, Rn. 15).

15 An solche Marken sind hinsichtlich der Beurteilung ihrer Unterscheidungskraft keine strengeren Maßstäbe anzulegen als an sonstige Zeichen (Urteile Audi/HABM, oben in Rn. 13 angeführt, EU:C:2010:29, Rn. 36, und Qualität hat Zukunft, oben in Rn. 14 angeführt, EU:T:2012:663, Rn. 16).

16 So hat der Gerichtshof entschieden, dass bei einem Werbeslogan für die Annahme des nach Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 erforderlichen Minimums an Unterscheidungskraft nicht verlangt werden kann, dass der Werbeslogan „phantasievoll“ sei und „ein begriffliches Spannungsfeld, das einen Überraschungs- und damit Merkeffekt zur Folge hat“, aufweise (Urteile Audi/HABM, oben in Rn. 13 angeführt, EU:C:2010:29, Rn. 39, und vom 21. Oktober 2004, HABM/Erpo Möbelwerk, C-64/02 P, Slg, EU:C:2004:645, Rn. 31 und 32).

17 Daraus folgt, dass eine aus einem Werbeslogan bestehende Marke keine Unterscheidungskraft hat, wenn sie von den maßgeblichen Verkehrskreisen nur als bloßer Werbespruch wahrgenommen werden kann. Dagegen muss einer solchen Marke Unterscheidungskraft zuerkannt werden, wenn sie über ihre Werbefunktion hinaus von den maßgeblichen Verkehrskreisen ohne weiteres als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der betreffenden Waren und Dienstleistungen aufgefasst werden kann (Beschluss vom 12. Juni 2014, Delphi Technologies/HABM, C-448/13 P, EU:C:2014:1746, Rn. 37; Urteile Qualität hat Zukunft, oben in Rn. 14 angeführt, EU:T:2012:663, Rn. 22, und vom 6. Juni 2013, Interroll/HABM [Inspired by efficiency], T-126/12, EU:T:2013:303, Rn. 24).

18 Im Licht dieser Erwägungen ist zu prüfen, ob die Beschwerdekammer, wie die Klägerin geltend macht, mit ihrer Feststellung, dass die Anmeldemarke keine Unterscheidungskraft habe, gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 verstoßen hat.

19 Erstens ist die Beschwerdekammer in Bezug auf die maßgeblichen Verkehrskreise davon ausgegangen, dass die von der Anmeldung des Zeichens COMPETITION erfassten Waren und Dienstleistungen nicht nur für Fachverkehrskreise bestimmt seien, die an Automobilwettbewerben teilnähmen, sondern auch für allgemeinere Verkehrskreise, die beispielsweise an Fahrzeugen oder Fahrzeugteilen für Wettbewerbe interessiert seien. Bei den letztgenannten Verkehrskreisen, die sich aus Durchschnittsverbrauchern zusammensetzten, handele es sich um ein normal informiertes und angemessen aufmerksames und verständiges Publikum. Die Klägerin tritt dieser Beurteilung, die im Übrigen fehlerfrei und zu bestätigen ist, nicht entgegen.

20 Die Klägerin wendet sich auch nicht gegen die Feststellung der Beschwerdekammer, wonach die maßgeblichen Verkehrskreise das englischsprachige und französischsprachige Publikum innerhalb der Europäischen Union seien. Dieser Feststellung ist beizupflichten, und gemäß Art. 7 Abs. 2 der Verordnung Nr. 207/2009 ist das absolute Eintragungshindernis im Hinblick auf die englischsprachigen und die französischsprachigen Verkehrskreise zu prüfen. Denn da das fragliche Zeichen in Gänze aus einem Wort der englischen Sprache besteht, wird es sowohl von einem englischsprachigen Publikum als auch von einem französischsprachigen Publikum leicht im Sinne von „Wettbewerb“ verstanden werden (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 7. Juli 2011, Cree/HABM [TRUEWHITE], T-208/10, EU:T:2011:340, Rn. 18 und die dort angeführte Rechtsprechung).

21 Zweitens ist die Beschwerdekammer in Bezug auf die Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke davon ausgegangen, dass für die Fahrzeuge und Fahrzeugteile in Klasse 12 die maßgeblichen Verkehrskreise die Angabe einer eigenen Kategorie für die Anforderungen von Rennen geeigneter Fahrzeuge und Fahrzeugteile erkennen würden. Sie hat ferner angenommen, dass die angemeldete Marke als ein Hinweis darauf verstanden werde, dass die Dienstleistungen in Klasse 37 Fahrzeuge für Wettbewerbe vorbereiteten. Sodann sei diese Marke, was die Spielwaren in Klasse 28 angehe, weder für Spielwaren unterscheidungskräftig, mit denen Wettbewerbe ausgetragen werden könnten, noch für Waren, die „[Artikel] für Wettbewerbe nachbilden“. Schließlich wiesen die Dienstleistungen in Klasse 35 einen Bezug zu den beanspruchten Waren in Klasse 12 auf, für die das fragliche Zeichen keine Unterscheidungskraft habe.

22 Im vorliegenden Fall bestreitet die Klägerin die von der Beschwerdekammer zwischen dem Begriff „competition“ und den beanspruchten Waren und Dienstleistungen hergestellte Verbindung. Eine solche Verbindung bedürfe eines gewissen Interpretationsaufwands und sei an der Grenze der Bedeutung des Zeichens. Da dem Zeichen weder ein beschreibender noch ein rein werbender Inhalt zukomme, habe es eine adäquate Unterscheidungskraft und könne als Gemeinschaftsmarke fungieren.

23 Es ist darauf hinzuweisen, dass das streitige Zeichen aus einem einzigen, im Englischen wie im Französischen geläufigen Wort besteht, das sowohl „Konkurrenz“ als auch „Wettbewerb“ bedeutet. Die Klägerin schließt sich dieser Beurteilung in der Klageschrift an.

24 Hinzuzufügen ist, dass der Begriff „competition“ ein banales, den maßgeblichen Verbrauchern, wie die Klägerin selbst geltend macht, „in vielerlei Zusammenhängen“ bekanntes Wort ist. Dieses Wort bezeichnet in offenkundiger Weise eine Ware oder eine Dienstleistung, die für den Wettbewerb bestimmt ist und daher eine hervorragende Qualität hat. Somit besitzt das Wort „competition“ einen anpreisenden und werbenden Charakter, der die positiven Eigenschaften der Waren und Dienstleistungen herausstellen soll, für deren Präsentation es verwendet wird (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 30. Juni 2004, Norma Lebensmittelfilialbetrieb/HABM [Mehr für Ihr Geld], T-281/02, Slg, EU:T:2004:198, Rn. 29 und die dort angeführte Rechtsprechung). Dieses Wort wird folglich von den maßgeblichen Verkehrskreisen sofort als Werbeformel aufgefasst, die darauf hinweist, dass die fraglichen Waren dem Verbraucher einen Qualitätsvorteil gegenüber den Konkurrenzprodukten und -dienstleistungen bieten (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 3. Juli 2003, Best Buy Concepts/HABM [BEST BUY], T-122/01, Slg, EU:T:2003:183, Rn. 29).

25 Was die „motorisierte[n] Landfahrzeuge; Kraftfahrzeuge, Automobile; Autobusse; Lastkraftwagen; Wohnwagen; Traktoren; Motorräder; Mopeds; Omnibusse“ in Klasse 12 angeht, ist davon auszugehen, dass das Zeichen COMPETITION eine Werbeaussage vermittelt, mit der die positiven Eigenschaften dieser Waren, wie ihre Leistungsfähigkeit, ihre Robustheit, wie für Wettbewerbe erforderlich, und mithin auch der Umstand, dass sie härtesten Verwendungsbedingungen gewachsen sind, hervorgehoben werden sollen. Wie die Beschwerdekammer in Rn. 11 der angefochtenen Entscheidung zutreffend ausgeführt hat, sind Fahrzeuge, die für den Wettbewerb, etwa in Autorennen, konstruiert sind, schneller und haltbarer als andere Fahrzeuge. Zudem enthält die angemeldete Marke keinen

Bestandteil, mit dem die maßgeblichen Verkehrskreise sie über ihre offensichtlich werbende Bedeutung hinaus leicht und unmittelbar als Marke erfassen könnten, die auf das Unternehmen hinweist, aus dem die betreffenden Fahrzeuge stammen.

26 Entgegen dem Vorbringen der Klägerin ist das Wort, aus dem die angemeldete Marke gebildet ist, nicht mehrdeutig und weist keine semantische Tiefe auf, die die Verkehrskreise daran hinderte, eine unmittelbare Verbindung zu den genannten Waren herzustellen (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 29. Januar 2015, Blackrock/HABM [INVESTING FOR A NEW WORLD], T-59/14, EU:T:2015:56, Rn. 33 und die dort angeführte Rechtsprechung). Die Klägerin macht zu Unrecht geltend, dass eine solche Verbindung nur dann bestehen könne, wenn die betreffenden Fahrzeuge unter Umständen auch im Rahmen eines Wettbewerbs eingesetzt werden könnten. Außerdem ist es unerheblich, dass das Wort „competition“, wie die Klägerin ausführt, in anderen Zusammenhängen als dem der Automobilbranche, beispielsweise im Wettbewerbsrecht, verwendet wird, da die Unterscheidungskraft im Hinblick auf die Waren zu prüfen ist, für die die Eintragung beantragt wird (siehe oben, Rn. 13).

27 Im Übrigen geht das Vorbringen der Klägerin, das Wort „competition“ könne im Unterschied zu Angaben wie Turbo, ABS oder 4x4 nicht unmittelbar zur Bezeichnung eines Motorlandfahrzeugs oder eines seiner wesentlichen Merkmale dienen, ins Leere, da sich die angefochtene Entscheidung auf Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 und nicht auf Art. 7 Abs. 1 Buchst. c dieser Verordnung stützt. In diesem Zusammenhang kann sich die Klägerin nicht mit Erfolg auf das Urteil vom 2. Dezember 2008, Ford Motor/HABM (FUN) (T-67/07, Slg, EU:T:2008:542), berufen, da in der diesem Urteil zugrunde liegenden Rechtssache die von der Beschwerdekammer vorgenommene Untersuchung der Unterscheidungskraft des in Rede stehenden Zeichens vollständig auf einer fehlerhaften Analyse seiner Unterscheidungskraft im Sinne von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung beruhte (Urteil FUN, EU:T:2008:542, Rn. 53 und 54).

28 Obschon sie einräumt, dass das Wort „competition“ eine spezifische Angabe in Bezug auf Kraftfahrzeuge vermitteln könne, macht die Klägerin geltend, dass es von den maßgeblichen Verkehrskreisen nicht „allein“ als Information über die Art der Waren bzw. Dienstleistungen und nicht ihre Herkunft wahrgenommen werde. Sie macht geltend, dass der Informationsgehalt der Anmeldemarke in Bezug auf die beanspruchten Waren nicht so eindeutig und vordergründig sei, dass die Marke vom Verkehr nicht doch als Herkunftshinweis aufgefasst werden könne. Es ist festzustellen, dass es der Klägerin nicht gelingt, einen phantasievollen, überraschenden oder unerwarteten Bestandteil nachzuweisen, der geeignet wäre, der angemeldeten Marke in der Wahrnehmung der maßgeblichen Verkehrskreise eine Unterscheidungskraft zu verleihen, die den oben in Rn. 25 gezogenen Schluss in Frage stellen könnte.

29 Zu den Fahrzeugzubehörteilen und Fahrzeugteilen in Klasse 12, also „Teile [motorisierter Landfahrzeuge]; Motoren und Antriebssysteme für Landfahrzeuge, Antriebe für Landfahrzeuge sowie deren Teile; Kupplungen für Landfahrzeuge; Fahrwerke für Landfahrzeuge; Chassis für Fahrzeuge; Karosserien für Fahrzeuge; Reifen (Pneus), Schläuche für Reifen, Gleitschutzvorrichtungen für Fahrzeugreifen, Flickzeug für Reifenschläuche, selbstklebende Flickgummis für die Reparatur von Reifenschläuchen, Reifen für Fahrzeugräder, Spikes für Reifen, Gleitschutzketten, Schneeketten, Felgen für Fahrzeugräder, Vollgummireifen für Fahrzeugräder, Fahrzeugräder, Radnaben von Automobilen; Stoßdämpfer für Fahrzeuge, Stoßdämpferfedern für Fahrzeuge; Kopfstützen für Fahrzeugsitze; Fahrzeugsitze; Rückspiegel; Alarmanlagen für Fahrzeuge, Diebstahlsicherungen für Fahrzeuge; Zigarettenanzünder für Automobile; Teile [von Kraftfahrzeugen und Automobilen]; Anhänger und Sattelauflieger für Fahrzeuge; Anhängerkupplungen für Fahrzeuge“, ist festzustellen, dass, wie in Rn. 17 der angefochtenen Entscheidung zutreffend ausgeführt wird, das Zeichen COMPETITION insofern eine allgemeine Werbeaussage vermittelt, als es angibt, dass die beanspruchten Waren unter Wettbewerbsbedingungen oder bei Wettbewerben eingesetzt werden können und deshalb eine bessere Qualität als gewöhnliche Waren haben oder robuster als diese sind. Beispielsweise wurden im Motorsport Reifen entwickelt, um beim Zeittraining eine möglichst schnelle Rundenzeit zu erzielen

(vgl. in diesem Sinne und entsprechend Urteil vom 13. Dezember 2011, Goodyear Dunlop Tyres UK/HABM – Sportfive [QUALIFIER], T-424/09, EU:T:2011:735, Rn. 44). Daher stellt das Zeichen im Zusammenhang mit den beanspruchten Waren eine bloße anpreisende Angabe dar.

30 Insoweit ist darauf hinzuweisen, dass die maßgeblichen Verbraucher sich normalerweise die Frage stellen, ob diese Art von Waren mit ihren Kraftfahrzeugen kompatibel ist (vgl. in diesem Sinne und entsprechend Urteil vom 23. April 2013, Apollo Tyres/HABM – Endurance Technologies [ENDURACE], T-109/11, EU:T:2013:211, Rn. 54). Es besteht somit eine eindeutige und unmittelbare Verbindung zwischen den beanspruchten Waren und den Kraftfahrzeugen in Klasse 12, für die das Zeichen COMPETITION nicht unterscheidungskräftig ist, mit der Folge, dass dieses Zeichen auch für diese Waren keine Unterscheidungskraft besitzt.

31 Hinsichtlich der Dienstleistungen in Klasse 37 (siehe oben, Rn. 3) ist die Beschwerdekammer davon ausgegangen, die angemeldete Marke gebe nur an, dass diese Dienstleistungen die Fahrzeuge für den Wettbewerb vorbereiteten, und sei daher für sie nicht unterscheidungskräftig. Die Klägerin tritt dieser Feststellung entgegen und macht geltend, dass das Wort „competition“ in keinem logischen Zusammenhang mit den genannten Dienstleistungen stehe und dass die Interpretation der Beschwerdekammer über die Grenzen des Aussagegehalts dieser Marke hinausgehe. Ihrer Ansicht nach erinnert die angemeldete Marke die maßgeblichen Verkehrskreise im Zusammenhang mit den Dienstleistungen in Klasse 37 „nicht automatisch“ an Autorennen und Rallyes, und überdies gingen diese Verkehrskreise nicht davon aus, dass beispielsweise ein Reifenwechsel ihr Fahrzeug für einen derartigen Wettbewerb vorbereite.

32 Solche Argumente vermögen angesichts der Bedeutung des Wortes „competition“ und der Art und Weise, in der es von den maßgeblichen Verkehrskreisen verstanden würde, nicht zu überzeugen. Alle diese Dienstleistungen weisen nämlich ausdrücklich einen Bezug zu den streitigen Waren in Klasse 12 auf, für die das Fehlen der Unterscheidungskraft des Zeichens dargelegt worden ist. Das Gericht hatte bereits Gelegenheit zu der Feststellung, dass Dienstleistungen der Reparatur, Wartung und Pflege von Fahrzeugen in Klasse 37 im Verhältnis zu den Fahrzeugen in Klasse 12 als akzessorisch oder ergänzend angesehen werden können, da sie häufig von Unternehmen erbracht werden, die auch Kraftfahrzeuge vertreiben (Urteil vom 26. Januar 2006, Volkswagen/HABM – Nacional Motor [Variant], T-317/03, EU:T:2006:27, Rn. 44). Daher würden die maßgeblichen Verkehrskreise dieses Zeichen im Hinblick auf die Dienstleistungen in Klasse 37, insbesondere die Wartung von Fahrzeugen, Motoren und deren jeweiligen Teilen, als Anpreisung wahrnehmen, da diese Dienstleistungen die Fahrzeuge wettbewerbsfähig oder leistungsfähiger machen sollen. Der Sinngehalt des Begriffs „competition“, den die Klägerin nicht bestreitet (siehe oben, Rn. 23), ergibt sich unmittelbar und eindeutig aus dem Wortlaut und erfordert keinen Interpretationsaufwand seitens der maßgeblichen Verkehrskreise.

33 Hinsichtlich der Groß- und Einzelhandelsdienstleistungen in Klasse 35 (siehe oben, Rn. 3) ist die Beschwerdekammer in Rn. 22 der angefochtenen Entscheidung davon ausgegangen, dass sie explizit einen Bezug zu den beanspruchten Waren in Klasse 12 aufwiesen, für die das Zeichen COMPETITION nicht unterscheidungskräftig sei. Die Klägerin tritt dieser Würdigung entgegen und macht geltend, da die Beschwerdekammer die Unterscheidungskraft hinsichtlich der Waren in Klasse 12 falsch beurteilt habe, sei auch die Beurteilung in Bezug auf die genannten Dienstleistungen falsch. Die Klägerin bestreitet nicht die von der Beschwerdekammer dargelegte Verbindung zwischen den Waren in Klasse 12 und den Dienstleistungen in Klasse 35, darunter „Zusammenstellen (ausgenommen deren Transport) verschiedener Kraftfahrzeuge oder Kraftfahrzeugteile oder verschiedenen Kraftfahrzeugzubehörs für Dritte, um den Verbrauchern Ansicht und Erwerb dieser Waren in einer Einzelhandelsverkaufsstelle zu erleichtern; Vermittlung von Verträgen für Dritte über den An- und Verkauf von Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugteilen und Kraftfahrzeugzubehör; Unternehmensverwaltung und organisatorische Verwaltung von Kraftfahrzeug-Fuhrparks für Dritte“. Da das Gericht das Fehlen einer Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke für alle diese Waren festgestellt hat, ist davon auszugehen, dass das Wort für die maßgeblichen Verkehrskreise, die zum

Zeitpunkt der Kaufentscheidung für diese Waren mit der offenkundigen Bedeutung des Zeichens konfrontiert werden, für die Tätigkeit des Verkaufs dieser Waren ebenfalls nicht unterscheidungskräftig wäre, sei es im Einzelhandel, im Großhandel oder im Internet.

34 Hinsichtlich der Waren in Klasse 28 (siehe oben, Rn. 3) hat die Beschwerdekammer zwischen Spielwaren, mit denen Wettbewerbe ausgetragen werden können, darunter Kartenspiele und Videospiele, und anderen Waren unterschieden, die „[Artikel] für Wettbewerbe nachbilden“. Sie hat der angemeldeten Marke für keine dieser Waren Unterscheidungskraft beigemessen. Die Klägerin trägt kein Argument vor, mit dem dieser Schlussfolgerung, soweit sie die erste Warenkategorie betrifft, entgegengetreten werden könnte.

35 Was die zweite Warenkategorie angeht, beschränkt sich die Klägerin im Wesentlichen auf den Vortrag, da die Beschwerdekammer die Unterscheidungskraft im Hinblick auf die Waren in Klasse 12 falsch beurteilt habe, sei auch die Beurteilung in Bezug auf diese Waren falsch. Die Klägerin bestreitet nicht die von der Beschwerdekammer dargelegte Verbindung zwischen den beiden Warenklassen. Da das Gericht die fehlende Unterscheidungskraft des streitigen Zeichens für alle Waren in Klasse 12 festgestellt hat, kann dem Vorbringen der Klägerin für die Waren in Klasse 28 nicht gefolgt werden. Jedenfalls vermittelt die angemeldete Marke eine entsprechende Werbeaussage für sämtliche in Klasse 28 enthaltenen Waren (siehe oben, Rn. 25), so dass sie nicht als Hinweis auf deren betriebliche Herkunft wahrgenommen würde.

36 Aus dem Vorstehenden folgt, dass die angemeldete Marke es den maßgeblichen Verkehrskreisen weder ermöglicht, die Herkunft der beanspruchten Waren und Dienstleistungen auszumachen, noch, sie von denen anderer Unternehmen zu unterscheiden, und dass sie demnach nicht unterscheidungskräftig ist. Folglich ermöglicht dieses Zeichen es den maßgeblichen Verkehrskreisen nicht, die Herkunft der genannten Waren und Dienstleistungen auszumachen. Unter diesen Umständen macht die Klägerin zu Unrecht einen Verstoß gegen Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 geltend.

37 Dieses Ergebnis wird durch das übrige Vorbringen der Klägerin nicht in Frage gestellt.

38 Erstens macht die Klägerin geltend, dass die maßgeblichen Verkehrskreise in der Automobilbranche mit Marken und Untermarken, die in mehr oder weniger großem Umfang werbenden Charakter hätten, vertraut seien. Daher werde der Verbraucher das Zeichen COMPETITION für sämtliche beanspruchten Waren und Dienstleistungen unproblematisch als Herkunftshinweis und damit auch als Unterscheidungszeichen wahrnehmen.

39 Dieses Vorbringen steht in direktem Widerspruch zu dem Vorbringen in Rn. 16 der Klageschrift, mit dem die Klägerin geltend macht, dass der Ausdruck „competition“ keinen werbenden Charakter habe. Zudem stellt die Klägerin weder die Bedeutung der angemeldeten Marke, von der die Beschwerdekammer ausgegangen ist, noch deren Schlussfolgerungen in Bezug auf die Identität und den Grad der Aufmerksamkeit der maßgeblichen Verkehrskreise in Frage. Wie sich aus den vorstehenden Erwägungen ergibt, ist das Zeichen COMPETITION auch als Werbeausdruck nicht so originell oder prägnant, dass die maßgeblichen Verkehrskreise minimale Interpretations-, Reflexions- oder Analyseanstrengungen aufbringen müssten, da sie auf Anhieb eine gedankliche Verbindung mit den beanspruchten Waren und Dienstleistungen herstellen werden. Die für diese Verkehrskreise vermittelte Aussage ist angesichts der oben in Rn. 23 angeführten Bedeutung des Zeichens nämlich anpreisender Art. Ihre Funktion besteht darin, die positiven Eigenschaften der angebotenen Waren und Dienstleistungen als den Anforderungen des Wettbewerbs gewachsen hervorzuheben. Da im Übrigen die maßgeblichen Verkehrskreise einem Zeichen, das ihnen keine für ihren Erwerbswunsch relevante Herkunfts- oder Bestimmungsangabe, sondern nur eine abstrakte Werbeaussage vermittelt, nur wenig Aufmerksamkeit entgegenbringen, werden sie sich weder damit aufhalten, den verschiedenen denkbaren Funktionen des fraglichen Wortes nachzugehen, noch damit, es sich als

Marke einzuprägen (vgl. Urteil Qualität hat Zukunft, oben in Rn. 14 angeführt, EU:T:2012:663, Rn. 30 und die dort angeführte Rechtsprechung). Daher ist das Vorbringen der Klägerin zu den anderen Marken in dieser Branche zurückzuweisen.

40 Das Gleiche gilt für das Vorbringen der Klägerin, das im Wesentlichen dahin geht, die Beschwerdekammer habe nicht mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit ausgeschlossen, dass die maßgeblichen Verkehrskreise die angemeldete Marke als im erforderlichen Maß unterscheidungskräftig wahrnehmen könnten. Es ist festzustellen, dass der Anmeldemarke keinerlei Unterscheidungskraft beigelegt werden kann, so dass die Beschwerdekammer mit der Zurückweisung der bei ihr eingelegten Beschwerde das in Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 207/2009 vorgesehene Kriterium nicht zu streng angewandt hat.

41 Zweitens ist hinsichtlich des Vorbringens der Klägerin, die Beschwerdekammer hätte nach ihrer eigenen Praxis in Bezug auf Eintragungen davon ausgehen müssen, dass die angemeldete Marke Unterscheidungskraft besitze, daran zu erinnern, dass das HABM verpflichtet ist, seine Befugnisse im Einklang mit den allgemeinen Grundsätzen des Unionsrechts, wie dem Grundsatz der Gleichbehandlung und dem Grundsatz der ordnungsgemäßen Verwaltung, auszuüben (Urteil vom 10. März 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/HABM, C-51/10 P, Slg, EU:C:2011:139, Rn. 73).

42 Nach den beiden letztgenannten Grundsätzen muss das HABM im Rahmen der Prüfung der Anmeldung einer Gemeinschaftsmarke die bereits zu ähnlichen Anmeldungen ergangenen Entscheidungen berücksichtigen und besonderes Augenmerk auf die Frage richten, ob im gleichen Sinne zu entscheiden ist oder nicht (Urteil Agencja Wydawnicza Technopol/HABM, oben in Rn. 41 angeführt, EU:C:2011:139, Rn. 74).

43 Der Grundsatz der Gleichbehandlung und der Grundsatz der ordnungsgemäßen Verwaltung müssen aber mit dem Gebot rechtmäßigen Handelns in Einklang gebracht werden (Urteil Agencja Wydawnicza Technopol/HABM, oben in Rn. 41 angeführt, EU:C:2011:139, Rn. 75).

44 Wer ein Zeichen als Marke anmeldet, kann sich folglich nicht auf eine etwaige fehlerhafte Rechtsanwendung zugunsten eines anderen berufen, um eine identische Entscheidung zu erlangen (Urteil Agencja Wydawnicza Technopol/HABM, oben in Rn. 41 angeführt, EU:C:2011:139, Rn. 76).

45 Überdies muss aus Gründen der Rechtssicherheit und gerade auch der ordnungsgemäßen Verwaltung die Prüfung jeder Anmeldung streng und umfassend sein, um eine ungerechtfertigte Eintragung von Marken zu verhindern. Diese Prüfung muss in jedem Einzelfall erfolgen. Die Eintragung eines Zeichens als Marke hängt nämlich von besonderen, im Rahmen der tatsächlichen Umstände des Einzelfalls anwendbaren Kriterien ab, anhand deren ermittelt werden soll, ob das fragliche Zeichen nicht unter ein Eintragungshindernis fällt (Urteil Agencja Wydawnicza Technopol/HABM, oben in Rn. 41 angeführt, EU:C:2011:139, Rn. 77).

46 Im vorliegenden Fall hat sich ergeben, dass – anders als möglicherweise bei bestimmten früheren Zeichenanmeldungen – der beantragten Eintragung eines der absoluten Eintragungshindernisse des Art. 7 Abs. 1 der Verordnung Nr. 207/2009 entgegenstand.

47 Unter diesen Umständen kann sich die Klägerin angesichts der fehlenden Unterscheidungskraft der angemeldeten Marke nicht mit Erfolg auf frühere Entscheidungen des HABM berufen, wie die Beschwerdekammer in Rn. 24 der angefochtenen Entscheidung zu Recht festgestellt hat.

48 Drittens braucht das Vorbringen, das im Wesentlichen dahin geht, dass die angemeldete Marke weder beschreibend sei noch ein Freihaltebedürfnis bestehe, nicht geprüft zu werden. Da die Beschwerdekammer die angefochtene Entscheidung nicht auf das absolute Eintragungshindernis des Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 207/2009 gestützt hat und die Klägerin nur die Aufhebung dieser Entscheidung begehrt, ist die Anwendung von Art. 7 Abs. 1 Buchst. c der

Verordnung Nr. 207/2009 nicht Gegenstand des vorliegenden Rechtsstreits im Sinne von Art. 65 dieser Verordnung und damit der Rechtmäßigkeitskontrolle, die der Unionsrichter im vorliegenden Fall vorzunehmen hat (vgl. in diesem Sinne Urteil P@YWEB CARD und PAYWEB CARD, oben in Rn. 12 angeführt, EU:T:2009:164, Rn. 93 und die dort angeführte Rechtsprechung).

49 Nach gefestigter Rechtsprechung reicht es jedenfalls aus, dass eines der absoluten Eintragungshindernisse eingreift, um das streitige Zeichen von der Eintragung als Gemeinschaftsmarke auszuschließen (vgl. Urteil vom 16. März 2006, Telefon & Buch/HABM – Herold Business Data [WEISSE SEITEN], T-322/03, Slg, EU:T:2006:87, Rn. 110 und die dort angeführte Rechtsprechung).

50 Nach alledem ist die Klage insgesamt abzuweisen.

Kosten

51 Nach Art. 134 Abs. 1 der Verfahrensordnung des Gerichts ist die unterliegende Partei auf Antrag zur Tragung der Kosten zu verurteilen. Da die Klägerin unterlegen ist, sind ihr gemäß dem Antrag des HABM die Kosten aufzuerlegen.

Aus diesen Gründen hat

DAS GERICHT (Sechste Kammer)

für Recht erkannt und entschieden:

1. Die Klage wird abgewiesen.

2. Die Volkswagen AG trägt die Kosten.

Frimodt Nielsen Dehousse Collins

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 17. September 2015.

Unterschriften