

Markeninhaber muss kleinere Brötchen backen

Wenn ein Markeninhaber verhindern will, dass seine Marke zu einer Gattungsbezeichnung wird, muss er dies aktiv bekämpfen. Hierfür ist es u.U. erforderlich, dass der Hersteller eines Vorprodukts - hier Backmischungen - seine Abnehmer anhält, die Marke im Verkehr als solche zu benutzen. Eine ausgeklügelte Markenstrategie ist hierbei von unschätzbarem Wert.

Der österreichische Hersteller einer Backmischung hat für diese eine Wortmarke "KORNSPITZ" eingetragen (Klasse 30 - Getreidepräparate, Backwaren etc.). Die Backmischung wird von den abnehmenden Bäckern verarbeitet und mit einer speziellen Form als "Kornspitz" verkauft.

Den Abnehmern ist bekannt, dass es sich hierbei um eine Marke des Herstellers handelt, nicht aber den Endverbrauchern. Der Oberste Patent- und Markensenat hat zur Entscheidung über den Löschantrag den EuGH zu einzelnen Auslegungsfragen in Bezug auf die MarkenRL befragt, weil er erwägt, die Marke wegen Verfalls zu löschen.

Die Entscheidung des Gerichts

Der EuGH führt dazu aus, dass eine Marke für verfallen erklärt werden kann, wenn sie für die Waren, für die sie eingetragen ist, infolge des Verhaltens oder der Untätigkeit des Markeninhabers aus Sicht der Endverbraucher zu einer gebräuchlichen Bezeichnung für diese Warengattung geworden ist. Dies gelte unabhängig davon, ob sich die weiterverarbeitenden Abnehmer der Ware (die Bäcker) bewusst sind, dass der Begriff "Kornspitz" eine eingetragene Marke darstellt. Als "Untätigkeit" in diesem Sinne könne es nämlich auch angesehen werden, dass der Markinhaber es unterlässt, die Wiederverkäufer der Ware zu einer Benutzung des Zeichens als Marke, also als Herkunftshinweis, zu benutzen. Keine Rolle spielt es nach der Auffassung des Gerichts, dass für die (verfallene) Marke alternative Gattungsbezeichnungsmöglichkeiten existieren.

Fazit

Die Entscheidung konfrontiert die Hersteller von Vorprodukten mit erheblichen Problemen. Solange die Marke nur für das Vor-, nicht aber für das Endprodukt (Brötchen) geschützt ist, hat diese keine wirksame Handhabe, die Verwendung ihrer Marke im Endkundengeschäft durchzusetzen. Es bleibt damit nur die Eintragung der Marke auch für das Endprodukt und deren Benutzung im Wege der Vergabe von Lizenzen an die Abnehmer. Jedenfalls ist der Hersteller aufgerufen, die Verwendung der Marke aktiv zu forcieren, um keine Löschung wegen Verfalls zu riskieren.