

MESSI VS. MASSI

Bei der WM in Russland war für das argentinische Team mit seinem Superstar Lionel Messi nach dem Achtelfinale Schluss. Mehr Erfolg hatte der bekannte Fußballspieler in einem Markenstreit. Messi kann MESSI eintragen lassen.

Lionel Messi meldete im August 2011 beim EUIPO die Wort-/Bildmarke MESSI samt Logo u.a. für Bekleidungsstücke, Schuhwaren und Turn- und Sportartikel an.

Der Eintragung der Marke widersprach ein spanisches Unternehmen, das Inhaber der Marke MASSI ist. Eingetragen ist MASSI u.a. für Bekleidungsstücke und Schuhwaren. Das widersprechende Unternehmen berief sich auf Verwechslungsgefahr.

Das EUIPO gab ihm recht und gab dem Widerspruch statt.

Die Beschwerde des Fußballspielers gegen die Entscheidung wies das EUIPO zurück. Begründet hatte das Amt die Entscheidung mit der Bestätigung einer Verwechslungsgefahr. Die Marken seien einander ähnlich, da ihre dominierenden Elemente, die Begriffe MASSI und MESSI in bildlicher und klanglicher Hinsicht nahezu identisch seien und eine etwaige begriffliche Unterscheidung ggf. nur von einem Teil der maßgeblichen Verkehrskreise vorgenommen werde.

Auch gegen diese Entscheidung wendete sich Lionel Messi - nun mit Erfolg.

Die Entscheidung des Gerichts zu MESSI vs. MASSI

Das EuG hob die Entscheidung des EUIPO mit Urteil vom 26.04.2018 - Az. T-554/14 ([Pressemitteilung vom 26.04.2018](#)) auf.

Die sich gegenüberstehenden Marken sind nach Auffassung des Gerichts zwar bildlich und klanglich ähnlich. Das Gericht bemängelte jedoch die Bewertung der begrifflichen Ähnlichkeit. So könne nicht angenommen werden, dass Herr Messi nur dem Teil der Öffentlichkeit bekannt sei, der sich für Fußball und Sport im Allgemeinen interessiere. Denn er sei eine bekannte Person des öffentlichen Lebens, die man im Fernsehen sehen könne und über die im Fernsehen und Radio regelmäßig gesprochen werde. Ein wesentlicher Teil der maßgeblichen Verkehrskreise werde das Wort "Messi" mit dem Namen des berühmten Fußballers gedanklich in Verbindung bringen und daher das Wort "Massi" als begrifflich unterschiedlich wahrnehmen.

Fazit

Die Bekanntheit des Fußballspielers führt dazu, dass die bildliche und klangliche Ähnlichkeit der Marken neutralisiert und so eine Verwechslungsgefahr verneint wird.



KURZ PFITZER WOLF
& PARTNER

Kurz Pfitzer Wolf & Partner

Rechtsanwälte und Fachanwälte, Spezialisten für
Wettbewerbsrecht, Markenrecht, Urheberrecht, IT-Recht,
Medienrecht, Patentrecht, Designrecht und Datenschutzrecht
<https://www.kpw-law.de>
