

URTEIL DES GERICHTSHOFS (Vierte Kammer)

22. Oktober 2020(*)

„Vorlage zur Vorabentscheidung – Rechtsangleichung – Marken – Richtlinie 2008/95/EG – Art. 12 Abs. 1 – Ernsthafte Benutzung einer Marke – Beweislast – Art. 13 – Beweis der Benutzung ‚für einen Teil der Waren oder Dienstleistungen‘ – Marke, die ein Automobilmodell bezeichnet, dessen Produktion eingestellt wurde – Benutzung der Marke für Teile sowie Dienstleistungen für dieses Modell – Benutzung der Marke für Gebrauchtfahrzeuge – Art. 351 AEUV – Übereinkommen zwischen der Bundesrepublik Deutschland und der Schweizerischen Eidgenossenschaft – Gegenseitiger Patent-, Muster- und Markenschutz“

In den verbundenen Rechtssachen C-720/18 und C-721/18

betreffend Vorabentscheidungsersuchen nach Art. 267 AEUV, eingereicht vom Oberlandesgericht Düsseldorf (Deutschland) mit Entscheidungen vom 8. November 2018, beim Gerichtshof eingegangen am 16. November 2018, in den Verfahren

Ferrari SpA

gegen

DU

erlässt

DER GERICHTSHOF (Vierte Kammer)

unter Mitwirkung des Kammerpräsidenten M. Vilaras (Berichterstatler), der Richter N. Piçarra, D. Šváby und S. Rodin sowie der Richterin K. Jürimäe,

Generalanwalt: E. Tanchev,

Kanzler: A. Calot Escobar,

aufgrund des schriftlichen Verfahrens,

unter Berücksichtigung der Erklärungen

- der Ferrari SpA, vertreten durch die Rechtsanwälte R. Pansch, S. Klopschinski, A. Sabellek und H. Hilge,
- von DU, vertreten durch Rechtsanwalt M. Krogmann,
- der Europäischen Kommission, vertreten durch É. Gippini Fournier, W. Mölls und M. Šimerdová als Bevollmächtigte,

aufgrund des nach Anhörung des Generalanwalts ergangenen Beschlusses, ohne Schlussanträge über die Rechtssache zu entscheiden,

folgendes

Urteil

1 Die Vorabentscheidungsersuchen betreffen die Auslegung von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2008 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. 2008, L 299, S. 25).

2 Sie ergehen im Rahmen von zwei Rechtsstreitigkeiten zwischen der Ferrari SpA und DU über die Löschung von zwei Marken, deren Inhaberin Ferrari ist, wegen mangelnder ernsthafter Benutzung.

Rechtlicher Rahmen

Unionsrecht

3 Die Erwägungsgründe 6 und 10 der Richtlinie 2008/95 lauteten:

„(6) Den Mitgliedstaaten sollte es weiterhin freistehen, Verfahrensbestimmungen für die Eintragung, den Verfall oder die Ungültigkeit der durch Eintragung erworbenen Marken zu erlassen. Es steht ihnen beispielsweise zu, die Form der Verfahren für die Eintragung und die Ungültigerklärung festzulegen, zu bestimmen, ob ältere Rechte im Eintragungsverfahren oder im Verfahren zur Ungültigerklärung oder in beiden Verfahren geltend gemacht werden müssen, und – wenn ältere Rechte im Eintragungsverfahren geltend gemacht werden dürfen – ein Widerspruchsverfahren oder eine Prüfung von Amts wegen oder beides vorzusehen. Die Mitgliedstaaten sollen weiterhin festlegen können, welche Rechtswirkung dem Verfall oder der Ungültigerklärung einer Marke zukommt.“

...

(10) Zur Erleichterung des freien Waren- und Dienstleistungsverkehrs ist es von wesentlicher Bedeutung, zu erreichen, dass die eingetragenen Marken im Recht aller Mitgliedstaaten einen einheitlichen Schutz genießen. Hiervon bleibt jedoch die Möglichkeit der Mitgliedstaaten unberührt, bekannten Marken einen weiter gehenden Schutz zu gewähren.“

4 Art. 7 („Erschöpfung des Rechts aus der Marke“) der Richtlinie sah in Abs. 1 vor:

„Die Marke gewährt ihrem Inhaber nicht das Recht, einem Dritten zu verbieten, die Marke für Waren zu benutzen, die unter dieser Marke von ihm oder mit seiner Zustimmung in der [Europäischen Union] in den Verkehr gebracht worden sind.“

5 Art. 10 („Benutzung der Marke“) der Richtlinie bestimmte in Abs. 1 Unterabs. 1:

„Hat der Inhaber der Marke diese für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, innerhalb von fünf Jahren nach dem Tag des Abschlusses des Eintragungsverfahrens nicht ernsthaft in dem betreffenden Mitgliedstaat benutzt oder wurde eine solche Benutzung während eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren ausgesetzt, so unterliegt die Marke den in dieser Richtlinie vorgesehenen Sanktionen, es sei denn, dass berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung vorliegen.“

6 Art. 12 („Verfallsgründe“) der Richtlinie bestimmte in Abs. 1:

„Eine Marke wird für verfallen erklärt, wenn sie innerhalb eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren in dem betreffenden Mitgliedstaat für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, nicht ernsthaft benutzt worden ist und keine berechtigten Gründe für die Nichtbenutzung vorliegen.

Der Verfall einer Marke kann jedoch nicht geltend gemacht werden, wenn nach Ende dieses Zeitraums und vor Stellung des Antrags auf Verfallserklärung die Benutzung der Marke ernsthaft begonnen oder wieder aufgenommen worden ist.

Wird die Benutzung innerhalb eines nicht vor Ablauf des ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren der Nichtbenutzung beginnenden Zeitraums von drei Monaten vor Stellung des Antrags auf Verfallserklärung begonnen oder wieder aufgenommen, so bleibt sie unberücksichtigt, sofern die Vorbereitungen für die erstmalige oder die erneute Benutzung erst stattgefunden haben, nachdem der Inhaber Kenntnis davon erhalten hat, dass der Antrag auf Verfallserklärung gestellt werden könnte.“

7 Art. 13 („Zurückweisung, Verfall oder Ungültigkeit nur für einen Teil der Waren oder Dienstleistungen“) der Richtlinie 2008/95 lautete:

„Liegt ein Grund für die Zurückweisung einer Marke von der Eintragung oder für ihre Verfalls- oder Ungültigerklärung nur für einen Teil der Waren oder Dienstleistungen vor, für die die Marke angemeldet oder eingetragen ist, so wird sie nur für diese Waren oder Dienstleistungen zurückgewiesen, für verfallen oder für ungültig erklärt.“

Deutsches Recht

8 § 26 („Benutzung der Marke“) des Gesetzes über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (Markengesetz) vom 25. Oktober 1994 (BGBl. 1994 I S. 3082) sieht vor:

„(1) Soweit die Geltendmachung von Ansprüchen aus einer eingetragenen Marke oder die Aufrechterhaltung der Eintragung davon abhängig ist, dass die Marke benutzt worden ist, muss sie von ihrem Inhaber für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, im Inland ernsthaft benutzt worden sein, es sei denn, dass berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung vorliegen.

(2) Die Benutzung der Marke mit Zustimmung des Inhabers gilt als Benutzung durch den Inhaber.

(3) Als Benutzung einer eingetragenen Marke gilt auch die Benutzung der Marke in einer Form, die von der Eintragung abweicht, soweit die Abweichung den kennzeichnenden Charakter der Marke nicht verändert. Satz 1 ist auch dann anzuwenden, wenn die Marke in der Form, in der sie benutzt worden ist, ebenfalls eingetragen ist.

(4) Als Benutzung im Inland gilt auch das Anbringen der Marke auf Waren oder deren Aufmachung oder Verpackung im Inland, wenn die Waren ausschließlich für die Ausfuhr bestimmt sind.

(5) Soweit die Benutzung innerhalb von fünf Jahren ab dem Zeitpunkt der Eintragung erforderlich ist, tritt in den Fällen, in denen gegen die Eintragung Widerspruch erhoben worden ist, an die Stelle des Zeitpunkts der Eintragung der Zeitpunkt des Abschlusses des Widerspruchsverfahrens.“

9 § 49 („Verfall“) des Markengesetzes bestimmt:

„(1) Die Eintragung einer Marke wird auf Antrag wegen Verfalls gelöscht, wenn die Marke nach dem Tag der Eintragung innerhalb eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren nicht gemäß § 26 benutzt worden ist. Der Verfall einer Marke kann jedoch nicht geltend gemacht werden, wenn nach Ende dieses Zeitraums und vor Stellung des Löschungsantrags eine Benutzung der Marke gemäß § 26 begonnen oder wieder aufgenommen worden ist. Wird die Benutzung jedoch im Anschluss an einen ununterbrochenen Zeitraum von fünf Jahren der Nichtbenutzung innerhalb von drei Monaten vor der Stellung des Löschungsantrags begonnen oder wieder aufgenommen, so bleibt sie unberücksichtigt, sofern die Vorbereitungen für die erstmalige oder die erneute Benutzung erst stattgefunden haben, nachdem der Inhaber der Marke Kenntnis davon erhalten hat, dass Antrag auf Löschung gestellt werden könnte. ...

...
(3) Liegt ein Verfallsgrund nur für einen Teil der Waren oder Dienstleistungen vor, für die die Marke eingetragen ist, so wird die Eintragung nur für diese Waren oder Dienstleistungen gelöscht.“

10 § 115 („Nachträgliche Schutzentziehung“) des Markengesetzes lautet:

„(1) An die Stelle des Antrags oder der Klage auf Löschung einer Marke wegen Verfalls (§ 49) ... tritt für international registrierte Marken der Antrag oder die Klage auf Schutzentziehung.

(2) Wird ein Antrag auf Schutzentziehung nach § 49 Absatz 1 wegen mangelnder Benutzung gestellt, so tritt an die Stelle des Tages der Eintragung in das Register der Tag,

1. an dem die Mitteilung über die Schutzbewilligung dem Internationalen Büro der Weltorganisation für geistiges Eigentum zugegangen ist, oder

2. an dem die Frist des Artikels 5 Absatz 2 des Madrider Markenabkommens abgelaufen ist, sofern zu diesem Zeitpunkt weder die Mitteilung nach Nummer 1 noch eine Mitteilung über die vorläufige Schutzverweigerung zugegangen ist.“

11 § 124 („Entsprechende Anwendung der Vorschriften über die Wirkung der nach dem Madrider Markenabkommen international registrierten Marken“) des Markengesetzes bestimmt:

„Die §§ 112 bis 117 sind auf international registrierte Marken, deren Schutz nach Artikel 3 des Protokolls zum Madrider Markenabkommen auf das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland erstreckt worden ist, entsprechend anzuwenden mit der Maßgabe, dass an die Stelle der in den §§ 112 bis 117 aufgeführten Vorschriften des Madrider Markenabkommens die entsprechenden Vorschriften des Protokolls zum Madrider Markenabkommen treten.“

Übereinkommen von 1892

12 Nach Art. 5 Abs. 1 des am 13. April 1892 in Berlin unterzeichneten Übereinkommens zwischen der Schweiz und Deutschland betreffend den gegenseitigen Patent-, Muster- und Markenschutz in geänderter Fassung (im Folgenden: Übereinkommen von 1892) sollen die Rechtsnachteile, welche nach den Gesetzen der vertragschließenden Teile eintreten, wenn eine Handels- oder Fabrikmarke nicht innerhalb einer bestimmten Frist angewendet wird, dadurch ausgeschlossen werden, dass die Anwendung in dem Gebiet des anderen Teiles erfolgt.

Ausgangsverfahren und Vorlagefragen

13 Ferrari ist Inhaberin folgender Marke:



14 Diese Marke wurde am 22. Juli 1987 bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum als internationale Marke Nr. 515 107 für folgende Waren der Klasse 12 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 eingetragen:

„Véhicules; appareils de locomotion par terre, par air ou par eau, notamment automobiles et leurs parties“ (Fahrzeuge; Fortbewegungsvorrichtungen zu Land, Luft oder Wasser, insbesondere Automobile und Teile davon).

15 Die gleiche Marke wurde ferner am 7. Mai 1990 beim Deutschen Patent- und Markenamt (Deutschland) unter der Nr. [11158448](#) für folgende Waren der Klasse 12 eingetragen:

„Land-, Luft- und Wasserfahrzeuge sowie Teile davon; Motoren für Landfahrzeuge; Autozubehör, nämlich Anhängerkupplungen, Gepäckträger, Skiträger, Schmutzfänger, Schneeketten, Windabweiser, Kopfstützen, Sicherheitsgurte, Sicherheitskindersitze“.

16 Das Landgericht Düsseldorf (Deutschland) hat Ferrari verurteilt, in die Schutzentziehung bzw. die Löschung ihrer beiden in den Rn. 14 und 15 des vorliegenden Urteils genannten Marken (im Folgenden gemeinsam: streitige Marken) einzuwilligen. Zur Begründung hat es ausgeführt, Ferrari habe diese Marken innerhalb eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren in Deutschland und der Schweiz nicht ernsthaft für die Waren genutzt, für die sie eingetragen seien. Ferrari hat gegen diese Entscheidungen Berufung beim Oberlandesgericht Düsseldorf (Deutschland) eingelegt.

17 Nach den Angaben des vorliegenden Gerichts vertrieb Ferrari von 1984 bis 1991 ein Sportwagenmodell unter der Bezeichnung „Testarossa“ und bis 1996 die Nachfolgemodelle 512 TR und F512 M. Im Jahr 2014 habe Ferrari ein Einzelstück mit der Modellbezeichnung „Ferrari F12 TRS“ produziert. In dem für die Beurteilung der Benutzung der streitigen Marken relevanten Zeitraum habe Ferrari sie zur Kennzeichnung von Ersatz- und Zubehöerteilen für die unter diesen Marken zuvor vertriebenen, sehr hochpreisigen Luxusportwagen benutzt.

18 In Anbetracht dessen, dass eine Benutzung, um ernsthaft zu sein, nicht immer umfangreich sein muss und dass Ferrari die streitigen Marken für hochpreisige, typischerweise nur in geringer Stückzahl produzierte Luxusfahrzeuge benutzte, teilt das vorlegende Gericht nicht die Auffassung des erstinstanzlichen Gerichts, dass der von Ferrari dargelegte Benutzungsumfang zum Nachweis einer ernsthaften Benutzung der Marken nicht ausreiche.

19 Es sei jedoch zweifelhaft, ob im Fall der streitigen Marken auf diese Besonderheiten abgestellt werden könne, denn sie seien nicht für hochpreisige Luxusportwagen eingetragen worden, sondern allgemein für Automobile und Teile davon. Stelle man aber darauf ab, ob die streitigen Marken auf dem Massenmarkt für Automobile und Teile davon ernsthaft benutzt worden seien, dürfte eine solche Benutzung ohne Weiteres zu verneinen sein.

20 Ferrari habe geltend gemacht, gebrauchte und von ihr überprüfte Fahrzeuge, die mit den streitigen Marken versehen seien, vertrieben zu haben. Das erstinstanzliche Gericht habe darin keine erneute Benutzung der streitigen Marken gesehen, da nach dem ersten Inverkehrbringen der mit den Marken versehenen Produkte die Rechte von Ferrari an ihnen erschöpft gewesen seien und Ferrari den weiteren Vertrieb der Produkte nicht habe verbieten können.

21 Das erstinstanzliche Gericht habe ausgeführt, da der Begriff der rechtserhaltenden Benutzung einer Marke nicht weiter gehen könne als derjenige ihrer rechtsverletzenden Benutzung, könnten Benutzungshandlungen, die der Markeninhaber Dritten nicht verbieten könne, keine rechtserhaltende Benutzung darstellen. Dem habe Ferrari entgegengehalten, dass der Vertrieb gebrauchter, mit den streitigen Marken versehener Fahrzeuge durch sie ein erneutes Bekenntnis zu dem betreffenden Fahrzeug beinhalte, so dass er eine erneute rechtserhaltende Benutzung der streitigen Marken darstelle.

22 Überdies habe Ferrari im Rahmen der Ausgangsverfahren geltend gemacht, dass sie für die mit den streitigen Marken versehenen Fahrzeuge Ersatz- und Zubehörteile angeboten sowie Wartungsleistungen erbracht habe. Dazu habe das erstinstanzliche Gericht festgestellt, dass mit den von Ferrari zwischen 2011 und 2016 tatsächlich vertriebenen Ersatzteilen für die mit den streitigen Marken versehenen Fahrzeuge knapp 17 000 Euro umgesetzt worden seien, was für eine rechtserhaltende Benutzung der streitigen Marken nicht ausreiche. Von den mit den streitigen Marken versehenen Fahrzeugen gebe es zwar weltweit nur 7 000 Stück. Dies allein erkläre aber nicht die geringen Mengen der unter den streitigen Marken vertriebenen Ersatzteile.

23 Was die auf das Urteil vom 11. März 2003, *Ansul* (C-40/01, EU:C:2003:145), zurückgehende Rechtsprechung angehe, ergebe sich zum einen aus den „Prüfungsrichtlinien für Unionsmarken“ (Teil C, Abschnitt 6, Nr. 2.8) des Amtes der Europäischen Union für Geistiges Eigentum (EUIPO), dass die Anwendung dieser Rechtsprechung die Ausnahme bleiben müsse.

24 Zum anderen wiesen die Ausgangsverfahren eine zusätzliche Besonderheit auf, die darin bestehe, dass die streitigen Marken auch für Teile von Automobilen Schutz beanspruchten, so dass die Anwendung der auf das Urteil vom 11. März 2003, *Ansul* (C-40/01, EU:C:2003:145), zurückgehenden Rechtsprechung zur Folge hätte, dass die Benutzung der streitigen Marken für Teile von Automobilen als Benutzung dieser Marken für Automobile angesehen würde, obwohl Letztere seit mehr als 25 Jahren nicht mehr unter den streitigen Marken vertrieben würden. Zudem sei fraglich, ob sich eine ernsthafte Benutzung einer Marke daraus ergeben könne, dass ihr Inhaber für die zuvor unter dieser Marke vertriebenen Produkte weiterhin Ersatzteile und Dienstleistungen anbiete, ohne die Marke jedoch zur Bezeichnung dieser Teile oder Dienstleistungen zu verwenden.

25 In Bezug auf den örtlichen Umfang der Benutzung bestimme Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95, dass die Benutzung „in dem betreffenden Mitgliedstaat“ erfolgen müsse. Im Urteil vom 12. Dezember 2013, *Rivella International/HABM* (C-445/12 P, EU:C:2013:826, Rn. 49 und 50), habe der Gerichtshof entschieden, dass die Benutzung einer Marke in der Schweiz nicht zum Nachweis ihrer ernsthaften Benutzung in Deutschland geeignet sei. Nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (Deutschland) sei das Übereinkommen von 1892 jedoch weiterhin in Kraft und in Anbetracht von Art. 351 AEUV von den deutschen Gerichten anzuwenden. Seine Anwendung könnte allerdings zu Schwierigkeiten führen, wenn eine deutsche Marke nach deutschem Recht nicht gelöscht, der Eintragung einer Unionsmarke aber gleichwohl nicht entgegengehalten werden könne.

26 Schließlich stelle sich in den Ausgangsverfahren auch die Frage, welche Partei die Beweislast für die ernsthafte Benutzung einer Marke trage. Nach der deutschen Rechtsprechung seien die allgemeinen Grundsätze des Zivilprozessrechts anzuwenden. Das bedeute, dass die klagende Partei auch im Fall einer Löschungsklage wegen Nichtbenutzung einer eingetragenen Marke die anspruchsbegründenden Tatsachen beweisen müsse, selbst wenn es sich um negative Tatsachen wie die fehlende Benutzung einer Marke handele.

27 Um der Tatsache Rechnung zu tragen, dass sich die genauen Umstände der Benutzung einer Marke häufig der Kenntnis des die Löschung begehrenden Klägers entzögen, erlege die deutsche Rechtsprechung dem Markeninhaber eine sekundäre Darlegungslast auf, die darin bestehe, substantiiert und umfassend darzulegen, wie er die Marke genutzt habe. Komme er dieser Darlegungslast nach, sei es Sache des Klägers, diese Darlegungen zu widerlegen.

28 Wende man diese Grundsätze auf die Ausgangsverfahren an, könnte ohne Beweisaufnahme über die Klage entschieden werden, da Ferrari ihre Benutzungshandlungen ausreichend substantiiert dargelegt und auch Beweis angeboten habe, während DU sich darauf beschränkt habe, das Vorbringen von Ferrari zu bestreiten, ohne seinerseits Beweise vorzulegen. Deshalb wäre er als beweisfällig anzusehen. Träfe die Beweislast hingegen Ferrari als Inhaberin der streitigen Marken, müsste den von ihr angebotenen Beweisen nachgegangen werden.

29 Unter diesen Umständen hat das Oberlandesgericht Düsseldorf beschlossen, das Verfahren auszusetzen und dem Gerichtshof folgende Fragen zur Vorabentscheidung vorzulegen:

1. Ist bei der Beurteilung der Frage, ob eine Benutzung nach Art und Umfang ernsthaft im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 ist, bei einer Marke, die für eine breite Warenkategorie – hier Landfahrzeuge, insbesondere Automobile und Teile davon – eingetragen ist, die aber tatsächlich nur für ein besonderes Marktsegment – hier: hochpreisige Luxusportwagen und Teile davon – benutzt wird, auf den Markt für die eingetragene Warenkategorie insgesamt abzustellen oder kann auf das besondere Marktsegment abgestellt werden? Ist dann, wenn die Benutzung für das besondere Marktsegment ausreicht, die Marke im Lösungsverfahren wegen Verfalls in Bezug auf dieses Marktsegment aufrechtzuerhalten?
2. Stellt der Vertrieb von gebrauchten Waren, die bereits vom Markeninhaber im Europäischen Wirtschaftsraum in Verkehr gebracht worden sind, durch den Markeninhaber eine Benutzung der Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 dar?
3. Wird eine Marke, die nicht nur für eine Ware, sondern zudem auch für Teile dieser Ware eingetragen ist, rechtserhaltend auch für die Ware benutzt, wenn diese Ware nicht mehr vertrieben wird, wohl aber mit der Marke gekennzeichnete Zubehör- und Ersatzteile für die in der Vergangenheit vertriebene und mit der Marke gekennzeichnete Ware?
4. Ist bei der Beurteilung, ob eine ernsthafte Benutzung vorliegt, auch zu berücksichtigen, ob der Markeninhaber zwar nicht unter Verwendung der Marke, aber für die bereits vertriebenen Waren bestimmte Dienstleistungen anbietet?
5. Sind bei der Prüfung der Benutzung der Marke im betreffenden Mitgliedstaat (hier: Deutschland) im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 gemäß Art. 5 des Übereinkommens von 1892 auch Benutzungen der Marke in der Schweiz zu berücksichtigen?
6. Ist es mit der Richtlinie 2008/95 vereinbar, dem Markeninhaber, der wegen Verfalls der Marke in Anspruch genommen wird, zwar eine umfassende Darlegungslast für die Benutzung der Marke aufzuerlegen, das Risiko der Nichterweislichkeit aber dem Lösungskläger aufzuerlegen?

Zu den Vorlagefragen

Zur ersten und zur dritten Frage

- 30 Mit seiner ersten und seiner dritten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Art. 12 Abs. 1 und Art. 13 der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen sind, dass bei einer Marke, die für eine Gruppe von Waren und für deren Einzelteile – etwa für Automobile und Teile davon – eingetragen ist, davon auszugehen ist, dass sie für alle zu dieser Gruppe gehörenden Waren und für deren Einzelteile im Sinne von Art. 12 Abs. 1 „ernsthaft benutzt“ worden ist, wenn sie nur für bestimmte Waren – wie hochpreisige Luxusportwagen – oder nur für die Einzelteile oder das Zubehör einiger der genannten Waren benutzt worden ist.
- 31 Zum einen wird nach Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 eine Marke für verfallen erklärt, wenn sie innerhalb eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren in dem betreffenden Mitgliedstaat für die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen ist, nicht ernsthaft benutzt worden ist und keine berechtigten Gründe für ihre Nichtbenutzung vorliegen.
- 32 Der Gerichtshof hat entschieden, dass Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen ist, dass eine Marke „ernsthaft benutzt“ wird, wenn sie entsprechend ihrer Hauptfunktion – die Ursprungsidentität der Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen wurde, zu garantieren – benutzt wird, um für diese Waren und Dienstleistungen einen Absatzmarkt zu erschließen oder zu sichern, unter Ausschluss symbolischer Verwendungen, die allein der Wahrung der durch die Marke verliehenen Rechte dienen (Urteil vom 11. März 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, Rn. 43).
- 33 Ob die Marke ernsthaft benutzt wird, ist anhand sämtlicher Tatsachen und Umstände zu prüfen, die belegen können, dass sie tatsächlich geschäftlich verwertet wird; dazu gehören insbesondere Verwendungen, die im betreffenden Wirtschaftszweig als gerechtfertigt angesehen werden, um Marktanteile für die durch die Marke geschützten Waren oder Dienstleistungen zu behalten oder zu gewinnen, die Art dieser Waren oder Dienstleistungen, die Merkmale des Marktes sowie der Umfang und die Häufigkeit der Benutzung der Marke (Urteil vom 11. März 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, Rn. 43).
- 34 Der Umstand, dass die Benutzung der betreffenden Marke keine Waren betrifft, die auf dem Markt neu angeboten werden, sondern bereits vertriebene Waren, nimmt ihr nicht den Charakter der Ernsthaftigkeit, wenn dieselbe Marke von ihrem Inhaber für Einzelteile, die zur Zusammensetzung oder Struktur dieser Waren gehören, oder für Waren oder Dienstleistungen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit bereits vertriebenen Waren stehen und die Bedürfnisse der Abnehmer dieser Waren befriedigen sollen, tatsächlich benutzt wird (Urteil vom 11. März 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, Rn. 43).
- 35 Aus dieser Rechtsprechung geht hervor, dass die Benutzung einer eingetragenen Marke durch deren Inhaber für Einzelteile der von der Marke erfassten Waren eine „ernsthafte Benutzung“ im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 nicht nur der Einzelteile selbst darstellen kann, sondern auch der von der Marke erfassten Waren. Dabei spielt es keine Rolle, dass die Marke nicht nur für die Waren als Ganzes eingetragen wurde, sondern auch für ihre Einzelteile.
- 36 Zum anderen ergibt sich aus Art. 13 der Richtlinie 2008/95, dass eine Marke, wenn ein Grund für ihre Verfallserklärung wie der in Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie vorgesehene nur für einen Teil der Waren oder Dienstleistungen vorliegt, für die sie angemeldet oder eingetragen ist, nur für diese Waren oder Dienstleistungen für verfallen erklärt wird.

37 Zum Begriff „Teil der Waren oder Dienstleistungen“ im Sinne von Art. 13 der Richtlinie 2008/95 ist festzustellen, dass ein Verbraucher, der eine Ware oder Dienstleistung erwerben möchte, die zu einer besonders genau definierten Gruppe von Waren oder Dienstleistungen gehört, innerhalb deren es aber nicht möglich ist, eindeutige Unterteilungen vorzunehmen, eine für diese Gruppe von Waren oder Dienstleistungen eingetragene Marke mit allen zu ihr gehörenden Waren oder Dienstleistungen in Verbindung bringen wird, so dass diese Marke ihre Hauptfunktion, die Herkunft der betreffenden Waren oder Dienstleistungen zu garantieren, erfüllen wird. Unter diesen Umständen genügt es, vom Inhaber einer solchen Marke zu verlangen, den Nachweis der ernsthaften Benutzung seiner Marke für einen Teil der Waren oder Dienstleistungen zu erbringen, die in diese homogene Gruppe fallen (vgl. entsprechend Urteil vom 16. Juli 2020, ACTC/EUIPO, C-714/18 P, EU:C:2020:573, Rn. 42).

38 Dagegen ist in Bezug auf Waren oder Dienstleistungen, die in einer weiten, in mehrere selbständige Untergruppen unterteilbaren Gruppe zusammengefasst sind, vom Inhaber einer für diese Gruppe von Waren oder Dienstleistungen eingetragenen Marke zu verlangen, dass er den Nachweis der ernsthaften Benutzung seiner Marke für jede dieser selbständigen Untergruppen erbringt; andernfalls können seine Rechte an der Marke für die selbständigen Untergruppen, für die er keinen solchen Nachweis erbracht hat, für verfallen erklärt werden (vgl. entsprechend Urteil vom 16. Juli 2020, ACTC/EUIPO, C-714/18 P, EU:C:2020:573, Rn. 43).

39 Wenn der Inhaber einer Marke seine Marke für eine breite Palette von Waren oder Dienstleistungen, die er möglicherweise vermarkten könnte, hat eintragen lassen, sie aber innerhalb eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren nicht vermarktet hat, kann sein Interesse, für diese Waren oder Dienstleistungen in den Genuss des Schutzes seiner Marke zu kommen, das Interesse der Wettbewerber an der Benutzung eines identischen oder ähnlichen Zeichens für solche Waren oder Dienstleistungen sowie daran, die Eintragung dieses Zeichens als Marke zu beantragen, nämlich nicht überwiegen (vgl. entsprechend Urteil vom 16. Juli 2020, ACTC/EUIPO, C-714/18 P, EU:C:2020:573, Rn. 43).

40 Was das relevante Kriterium oder die relevanten Kriterien für die Ermittlung einer kohärenten Untergruppe von Waren oder Dienstleistungen, die als selbständig angesehen werden kann, angeht, stellt das Kriterium des Zwecks und der Bestimmung der fraglichen Waren oder Dienstleistungen das wesentliche Kriterium für die Definition einer selbständigen Untergruppe von Waren dar (vgl. entsprechend Urteil vom 16. Juli 2020, ACTC/EUIPO, C-714/18 P, EU:C:2020:573, Rn. 44).

41 Daher muss konkret, hauptsächlich anhand der Waren oder Dienstleistungen, für die der Inhaber einer Marke den Nachweis ihrer Benutzung erbracht hat, geprüft werden, ob sie im Verhältnis zu den Waren oder Dienstleistungen der betreffenden Waren- oder Dienstleistungsgruppe eine selbständige Untergruppe bilden, so dass die Waren oder Dienstleistungen, für die eine ernsthafte Benutzung der Marke nachgewiesen wurde, zu der von ihrer Anmeldung erfassten Gruppe von Waren oder Dienstleistungen in Beziehung gesetzt werden (Urteil vom 16. Juli 2020, ACTC/EUIPO, C-714/18 P, EU:C:2020:573, Rn. 46).

42 Aus den Erwägungen in den Rn. 37 bis 41 des vorliegenden Urteils geht hervor, dass der vom vorlegenden Gericht angeführte Begriff „besonderes Marktsegment“ als solcher nicht für die Beurteilung der Frage relevant ist, ob die Waren oder Dienstleistungen, für die der Inhaber einer Marke diese benutzt hat, zu einer selbständigen Untergruppe der Gruppe von Waren oder Dienstleistungen gehören, für die diese Marke eingetragen wurde.

43 Wie sich aus Rn. 37 des vorliegenden Urteils ergibt, kommt es nämlich insoweit allein darauf an, ob der Verbraucher, der eine Ware oder Dienstleistung erwerben möchte, die zu der von der fraglichen Marke erfassten Gruppe von Waren oder Dienstleistungen gehört, diese Marke mit allen zu der Gruppe gehörenden Waren oder Dienstleistungen in Verbindung bringen wird.

44 Dies kann nicht allein deshalb ausgeschlossen werden, weil nach einer wirtschaftlichen Analyse die verschiedenen in diese Gruppe einbezogenen Waren oder Dienstleistungen zu verschiedenen Märkten oder verschiedenen Segmenten eines Marktes gehören. Dies gilt umso mehr, als der Inhaber einer Marke ein berechtigtes Interesse daran hat, seine Palette an Waren oder Dienstleistungen, für die seine Marke eingetragen ist, zu erweitern (vgl. entsprechend Urteil vom 16. Juli 2020, ACTC/EUIPO, C-714/18 P, EU:C:2020:573, Rn. 51).

45 Im vorliegenden Fall ist zu den Angaben des vorlegenden Gerichts, wonach der Inhaber der in den Ausgangsverfahren in Rede stehenden Marken diese Marken für Ersatz- und Zubehörteile von „hochpreisigen Luxuswagen“ benutzt habe, erstens festzustellen, dass nach den Erwägungen in den Rn. 40 und 42 bis 44 des vorliegenden Urteils die bloße Tatsache, dass die Waren, für die eine Marke benutzt worden ist, zu einem besonders hohen Preis verkauft werden und infolgedessen zu einem speziellen Markt gehören können, nicht ausreicht, um in ihnen eine selbständige Untergruppe der Gruppe von Waren zu sehen, für die diese Marke eingetragen wurde.

46 Zweitens trifft es zu, dass „Sportwagen“ leistungsstarke Fahrzeuge sind und deshalb im Automobilsport verwendet werden können. Dabei handelt es sich jedoch nur um eine der möglichen Bestimmungen solcher Fahrzeuge, die – wie jedes andere Fahrzeug – auch zum Straßentransport von Personen und ihrer persönlichen Gegenstände verwendet werden können.

47 Wenn die von einer Marke erfassten Waren, wie es häufig der Fall ist, mehrere Zwecke und Bestimmungen haben, kann die Existenz einer gesonderten Untergruppe von Waren aber nicht in der Weise bestimmt werden, dass jeder der Zwecke, die sie haben können, isoliert berücksichtigt wird. Eine solche Herangehensweise würde es nämlich nicht ermöglichen, in kohärenter Weise selbständige Untergruppen zu bestimmen, und hätte eine übermäßige Einschränkung der Rechte des Markeninhabers zur Folge (vgl. entsprechend Urteil vom 16. Juli 2020, ACTC/EUIPO, C-714/18 P, EU:C:2020:573, Rn. 51).

48 Folglich reicht die bloße Tatsache, dass es sich bei den Fahrzeugen, für die eine Marke benutzt worden ist, um „Sportwagen“ handelt, nicht aus, um sie als selbständige Untergruppe von Fahrzeugen einzustufen.

49 Drittens schließlich könnte der vom vorlegenden Gericht verwendete Begriff „Luxus“ für mehrere Arten von Fahrzeugen relevant sein, so dass die Tatsache, dass es sich bei den Fahrzeugen, für die eine Marke benutzt worden ist, um „Luxusfahrzeuge“ handelt, ebenfalls nicht ausreicht, um sie als selbständige Untergruppe von Fahrzeugen einzustufen.

50 Vorbehaltlich einer Überprüfung durch das vorlegende Gericht lässt sich somit aus der bloßen Tatsache, dass die Gesellschaft, die Inhaberin der in den Ausgangsverfahren in Rede stehenden Marken ist, diese Marken für Ersatz- und Zubehörteile von „hochpreisigen Luxusportwagen“ benutzt hat, nicht der Schluss ziehen, dass sie die Marken nur für einen Teil der von ihnen erfassten Waren im Sinne von Art. 13 der Richtlinie 2008/95 benutzt hat.

51 Auch wenn der Umstand, dass eine Marke für „hochpreisige“ Waren benutzt worden ist, nicht ausreicht, um in ihnen eine selbständige Untergruppe der Waren zu sehen, für die diese Marke eingetragen wurde, bleibt er jedoch für die Beurteilung der Frage relevant, ob die Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 „ernsthaft benutzt“ worden ist.

52 Dieser Umstand vermag nämlich zu belegen, dass die betreffende Marke trotz der relativ geringen Zahl unter ihr verkaufter Produktionseinheiten nicht rein symbolisch benutzt worden ist, sondern entsprechend ihrer Hauptfunktion, so dass es sich nach der in Rn. 32 des vorliegenden Urteils angeführten Rechtsprechung um eine „ernsthafte Benutzung“ im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 handelt.

53 Nach alledem ist auf die erste und die dritte Frage zu antworten, dass Art. 12 Abs. 1 und Art. 13 der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen sind, dass bei einer Marke, die für eine Gruppe von Waren und für deren Einzelteile eingetragen ist, davon auszugehen ist, dass sie für alle zu dieser Gruppe gehörenden Waren und für deren Einzelteile im Sinne von Art. 12 Abs. 1 „ernsthaft benutzt“ worden ist, wenn sie nur für bestimmte Waren – wie hochpreisige Luxusportwagen – oder nur für die Einzelteile oder das Zubehör einiger der genannten Waren benutzt worden ist, es sei denn, aus relevanten Tatsachen und Beweisen ergibt sich, dass der Verbraucher, der solche Waren erwerben möchte, in ihnen eine selbständige Untergruppe der Gruppe von Waren sieht, für die die betreffende Marke eingetragen wurde.

Zur zweiten Frage

54 Mit seiner zweiten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen ist, dass eine Marke von ihrem Inhaber ernsthaft benutzt werden kann, indem er gebrauchte, unter dieser Marke in den Verkehr gebrachte Waren vertreibt.

55 Der Vertrieb gebrauchter Markenwaren bedeutet zwar als solcher nicht, dass die Marke im Sinne der in Rn. 32 des vorliegenden Urteils angeführten Rechtsprechung „benutzt“ wird. Sie wurde nämlich dann benutzt, als ihr Inhaber die Neuware, auf der sie angebracht wurde, erstmals in den Verkehr brachte.

56 Benutzt der Inhaber der betreffenden Marke sie jedoch tatsächlich entsprechend ihrer Hauptfunktion – die Ursprungsidentität der Waren, für die sie eingetragen wurde, zu garantieren –, kann dies eine „ernsthafte Benutzung“ der Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 darstellen.

57 Diese Auslegung wird durch Abs. 1 des die Erschöpfung des Rechts aus der Marke betreffenden Art. 7 der Richtlinie 2008/95 bestätigt.

58 Nach dieser Bestimmung gewährt die Marke ihrem Inhaber nicht das Recht, ihre Benutzung für Waren zu verbieten, die unter dieser Marke bereits von ihm oder mit seiner Zustimmung in der Union in den Verkehr gebracht worden sind.

59 Folglich kann eine Marke für Waren benutzt werden, die unter dieser Marke bereits in den Verkehr gebracht wurden. Dass der Inhaber der Marke Dritten nicht verbieten kann, seine Marke für die unter dieser Marke bereits in den Verkehr gebrachten Waren zu benutzen, bedeutet nicht, dass er sie nicht selbst für solche Waren benutzen darf.

60 Somit ist auf die zweite Frage zu antworten, dass Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen ist, dass eine Marke von ihrem Inhaber ernsthaft benutzt werden kann, indem er gebrauchte, unter dieser Marke in den Verkehr gebrachte Waren vertreibt.

Zur vierten Frage

61 Mit seiner vierten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen ist, dass eine Marke von ihrem Inhaber ernsthaft benutzt wird, wenn er für die zuvor unter dieser Marke vertriebenen Waren bestimmte Dienstleistungen anbietet, ohne dabei jedoch die Marke zu verwenden.

62 Nach der in Rn. 34 des vorliegenden Urteils angeführten Rechtsprechung des Gerichtshofs kann die tatsächliche Benutzung einer für bestimmte Waren eingetragenen Marke durch den Markeninhaber für Dienstleistungen, die in unmittelbarem Zusammenhang mit bereits vertriebenen Waren stehen und die Bedürfnisse der Abnehmer dieser Waren befriedigen sollen, eine „ernsthafte Benutzung“ der Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 darstellen.

63 Aus dieser Rechtsprechung geht jedoch hervor, dass eine solche Benutzung voraussetzt, dass die betreffende Marke bei der Erbringung der fraglichen Dienstleistungen tatsächlich verwendet wird. Geschieht dies nicht, kann nämlich von einer „ernsthafte Benutzung“ der Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 offenkundig keine Rede sein.

64 Daher ist auf die vierte Frage zu antworten, dass Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen ist, dass eine Marke von ihrem Inhaber ernsthaft benutzt wird, wenn er für die zuvor unter dieser Marke vertriebenen Waren bestimmte Dienstleistungen anbietet, vorausgesetzt, die Dienstleistungen werden unter der betreffenden Marke angeboten.

Zur fünften Frage

65 Mit seiner fünften Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Art. 351 AEUV dahin auszulegen ist, dass er es einem Gericht eines Mitgliedstaats gestattet, ein vor dem 1. Januar 1958 oder, im Fall von Staaten, die der Union beigetreten sind, vor ihrem Beitritt geschlossenes Übereinkommen wie das Übereinkommen von 1892 – das vorsieht, dass die Benutzung einer in diesem Mitgliedstaat eingetragenen Marke im Hoheitsgebiet des Drittstaats, der Vertragspartei des Übereinkommens ist, berücksichtigt werden muss, um zu klären, ob die Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 „ernsthaft benutzt“ worden ist – anzuwenden.

66 Nach Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 kommt es auf die ernsthafte Benutzung einer Marke „in dem betreffenden Mitgliedstaat“ an, so dass er die Berücksichtigung einer Benutzung in einem Drittstaat wie der Schweizerischen Eidgenossenschaft ausschließt.

67 Da das Übereinkommen von 1892 vor dem 1. Januar 1958 geschlossen wurde, findet jedoch Art. 351 AEUV Anwendung. Nach dessen Abs. 2 sind die Mitgliedstaaten verpflichtet, alle geeigneten Mittel anzuwenden, um Unvereinbarkeiten zwischen einer vor dem Beitritt eines Mitgliedstaats geschlossenen Übereinkunft und dem AEU-Vertrag zu beheben.

68 Demnach hat das vorlegende Gericht zu prüfen, ob eine etwaige Unvereinbarkeit zwischen dem Unionsrecht und dem Übereinkommen von 1892 dadurch vermieden werden kann, dass das Übereinkommen im Rahmen des Möglichen unter Beachtung des Völkerrechts in einer mit dem Unionsrecht im Einklang stehenden Weise ausgelegt wird (vgl. entsprechend Urteil vom 18. November 2003, Budějovický Budvar, C-216/01, EU:C:2003:618, Rn. 169).

69 Sollte das Übereinkommen von 1892 nicht in einer mit dem Unionsrecht im Einklang stehenden Weise ausgelegt werden können, wäre die Bundesrepublik Deutschland verpflichtet, die erforderlichen Maßnahmen zu treffen, um die Unvereinbarkeit des Übereinkommens mit dem Unionsrecht zu beheben, gegebenenfalls durch dessen Kündigung. Bis die Unvereinbarkeit behoben ist, kann das Übereinkommen jedoch nach Art. 351 Abs. 1 AEUV weiter angewandt werden (vgl. in diesem Sinne Urteil vom 18. November 2003, Budějovický Budvar, C-216/01, EU:C:2003:618, Rn. 170 bis 172).

70 Die Anwendung des Übereinkommens von 1892 durch die Bundesrepublik Deutschland kann zwar, wie das vorlegende Gericht ausführt, zu Schwierigkeiten führen, wenn eine in Deutschland eingetragene Marke allein auf der Grundlage ihrer ernsthaften Benutzung im Gebiet der Schweizerischen Eidgenossenschaft eingetragen bleibt, aber gleichwohl der Eintragung einer Unionsmarke nicht entgegengehalten werden könnte, weil ihr Inhaber nicht in der Lage wäre, einen im Rahmen eines Widerspruchsverfahrens verlangten Nachweis ihrer ernsthaften Benutzung allein für das Unionsgebiet zu erbringen.

71 Diese Schwierigkeiten sind jedoch die unvermeidliche Folge der Unvereinbarkeit des Übereinkommens von 1892 mit dem Unionsrecht und können nur durch die Behebung der Unvereinbarkeit beseitigt werden, zu der die Bundesrepublik Deutschland nach Art. 351 Abs. 2 AEUV verpflichtet ist.

72 Nach alledem ist auf die fünfte Frage zu antworten, dass Art. 351 Abs. 1 AEUV dahin auszulegen ist, dass er es einem Gericht eines Mitgliedstaats gestattet, ein vor dem 1. Januar 1958 oder, im Fall von Staaten, die der Union beigetreten sind, vor ihrem Beitritt geschlossenes Übereinkommen zwischen einem Mitgliedstaat der Union und einem Drittstaat wie das Übereinkommen von 1892 – das vorsieht, dass die Verwendung einer in diesem Mitgliedstaat eingetragenen Marke im Hoheitsgebiet des Drittstaats berücksichtigt werden muss, um zu klären, ob die Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 „ernsthaft benutzt“ worden ist – anzuwenden, bis eines der in Art. 351 Abs. 2 AEUV genannten Mittel es gestattet, etwaige Unvereinbarkeiten zwischen dem AEU-Vertrag und dem Übereinkommen zu beheben.

Zur sechsten Frage

73 Mit seiner sechsten Frage möchte das vorlegende Gericht wissen, ob Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen ist, dass den Inhaber einer Marke die Beweislast dafür trifft, dass seine Marke im Sinne dieser Bestimmung „ernsthaft benutzt“ worden ist.

74 Das vorlegende Gericht führt hierzu aus, nach den in Deutschland geltenden allgemeinen Grundsätzen des Zivilprozessrechts trage im Fall einer Löschungsklage wegen Nichtbenutzung einer Marke der Kläger die Beweislast für ihre fehlende Benutzung, während der Markeninhaber nur verpflichtet sei, substantiiert und umfassend darzulegen, wie er die Marke benutzt habe, ohne jedoch den Nachweis dafür erbringen zu müssen.

75 Im sechsten Erwägungsgrund der Richtlinie 2008/95 heißt es zwar u. a., dass es den Mitgliedstaaten weiterhin freistehen sollte, Verfahrensbestimmungen für die Ungültigkeit der durch Eintragung erworbenen Marken zu erlassen.

76 Daraus kann jedoch nicht abgeleitet werden, dass die Frage der Beweislast für die ernsthafte Benutzung im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 im Rahmen eines die Löschung einer Marke wegen Nichtbenutzung betreffenden Verfahrens eine solche in die Zuständigkeit der Mitgliedstaaten fallende Verfahrensbestimmung darstellt (vgl. entsprechend Urteil vom 19. Juni 2014, Oberbank u. a., C-217/13 und C-218/13, EU:C:2014:2012, Rn. 66).

77 Würde sich die Beweislast für die ernsthafte Benutzung einer Marke im Rahmen eines Verfahrens zur Löschung dieser Marke wegen fehlender Benutzung nach dem nationalen Recht der Mitgliedstaaten richten, könnte sich daraus nämlich für die Markeninhaber ein je nach dem betroffenen Recht unterschiedlicher Schutz ergeben, so dass das im zehnten Erwägungsgrund der Richtlinie 2008/95 genannte und dort als „wesentlich“ bezeichnete Ziel, dass die Marken „im Recht aller Mitgliedstaaten einen einheitlichen Schutz genießen“, nicht erreicht würde (vgl. entsprechend Urteil vom 19. Juni 2014, Oberbank u. a., C-217/13 und C-218/13, EU:C:2014:2012, Rn. 67 und die dort angeführte Rechtsprechung).

78 Ferner hat der Gerichtshof im Urteil vom 26. September 2013, Centrotherm Systemtechnik/HABM und centrotherm Clean Solutions (C-610/11 P, EU:C:2013:593, Rn. 61), hinsichtlich des Verfalls einer Unionsmarke entschieden, dass der Grundsatz, wonach der Nachweis ihrer ernsthaften Benutzung dem Inhaber der Marke obliegt, in Wirklichkeit lediglich zum Ausdruck bringt, was die Vernunft und ein elementares Erfordernis der Verfahrenseffizienz gebieten.

79 Der Gerichtshof hat daraus abgeleitet, dass es grundsätzlich dem Inhaber der Unionsmarke, die Gegenstand eines Antrags auf Erklärung des Verfalls ist, obliegt, die ernsthafte Benutzung dieser Marke nachzuweisen (Urteil vom 26. September 2013, Centrotherm Systemtechnik/HABM und centrotherm Clean Solutions, C-610/11 P, EU:C:2013:593, Rn. 63).

80 Diese Erwägungen gelten auch für den Beweis der ernsthaften Benutzung einer in einem Mitgliedstaat eingetragenen Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95.

81 Der Inhaber der streitigen Marke ist nämlich am besten in der Lage, den Beweis für die konkreten Handlungen zu erbringen, die das Vorbringen zu stützen vermögen, dass seine Marke ernsthaft benutzt worden sei (vgl. entsprechend Urteil vom 19. Juni 2014, Oberbank u. a., C-217/13 und C-218/13, EU:C:2014:2012, Rn. 70).

82 Infolgedessen ist auf die sechste Frage zu antworten, dass Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 dahin auszulegen ist, dass den Inhaber einer Marke die Beweislast dafür trifft, dass die Marke im Sinne dieser Bestimmung „ernsthaft benutzt“ worden ist.

Kosten

83 Für die Parteien der Ausgangsverfahren ist das Verfahren ein Zwischenstreit in den beim vorlegenden Gericht anhängigen Rechtsstreitigkeiten; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts. Die Auslagen anderer Beteiligter für die Abgabe von Erklärungen vor dem Gerichtshof sind nicht erstattungsfähig.

Aus diesen Gründen hat der Gerichtshof (Vierte Kammer) für Recht erkannt:

- 1. Art. 12 Abs. 1 und Art. 13 der Richtlinie 2008/95/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2008 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken sind dahin auszulegen, dass bei einer Marke, die für eine Gruppe von Waren und für deren Einzelteile eingetragen ist, davon auszugehen ist, dass sie für alle zu dieser Gruppe gehörenden Waren und für deren Einzelteile im Sinne von Art. 12 Abs. 1 „ernsthaft benutzt“ worden ist, wenn sie nur für bestimmte Waren – wie hochpreisige Luxusportwagen – oder nur für die Einzelteile oder das Zubehör einiger der genannten Waren benutzt worden ist, es sei denn, aus relevanten Tatsachen und Beweisen ergibt sich, dass der Verbraucher, der solche Waren erwerben möchte, in ihnen eine selbständige Untergruppe der Gruppe von Waren sieht, für die die betreffende Marke eingetragen wurde.**
- 2. Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 ist dahin auszulegen, dass eine Marke von ihrem Inhaber ernsthaft benutzt werden kann, indem er gebrauchte, unter dieser Marke in den Verkehr gebrachte Waren vertreibt.**
- 3. Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 ist dahin auszulegen, dass eine Marke von ihrem Inhaber ernsthaft benutzt wird, wenn er für die zuvor unter dieser Marke vertriebenen Waren bestimmte Dienstleistungen anbietet, vorausgesetzt, die Dienstleistungen werden unter der betreffenden Marke angeboten.**
- 4. Art. 351 Abs. 1 AEUV ist dahin auszulegen, dass er es einem Gericht eines Mitgliedstaats gestattet, ein vor dem 1. Januar 1958 oder, im Fall von Staaten, die der Europäischen Union beigetreten sind, vor ihrem Beitritt geschlossenes Übereinkommen zwischen einem Mitgliedstaat der Union und einem Drittstaat wie das am 13. April 1892 in Berlin unterzeichnete Übereinkommen zwischen der Schweiz und Deutschland betreffend den gegenseitigen Patent-, Muster- und Markenschutz in geänderter Fassung – das vorsieht, dass die Verwendung einer in diesem Mitgliedstaat eingetragenen Marke im Hoheitsgebiet des Drittstaats berücksichtigt werden muss, um zu klären, ob die Marke im Sinne von Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 „ernsthaft benutzt“ worden ist – anzuwenden, bis eines der in Art. 351 Abs. 2 AEUV genannten Mittel es gestattet, etwaige Unvereinbarkeiten zwischen dem AEU-Vertrag und dem Übereinkommen zu beheben.**
- 5. Art. 12 Abs. 1 der Richtlinie 2008/95 ist dahin auszulegen, dass den Inhaber einer Marke die Beweislast dafür trifft, dass die Marke im Sinne dieser Bestimmung „ernsthaft benutzt“ worden ist.**

Unterschriften