

## **Abstrakte Markenfähigkeit von Geruchsmarken und hohe Anforderungen an grafische Darstellbarkeit**

*EG Art. 234; Richtlinie 89/104/EWG Art. 2*

1. Art. 2 Erste Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. 12. 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken ist dahin auszulegen, dass ein Zeichen, das als solches nicht visuell wahrnehmbar ist, eine Marke sein kann, sofern es insbesondere mit Hilfe von Figuren, Linien oder Schriftzeichen grafisch dargestellt werden kann und die Darstellung klar, eindeutig, in sich abgeschlossen, leicht zugänglich, verständlich, dauerhaft und objektiv ist.

2. Bei einem Riechzeichen wird den Anforderungen an die grafische Darstellung weder durch eine chemische Formel noch durch eine Beschreibung in Worten, die Hinterlegung einer Probe des Geruchs oder die Kombination dieser Elemente genügt.

*EuGH, Urteil vom 12. 12. 2002 - Rs. C-273/00 (Ralf Sieckmann/Deutsches Patent- und Markenamt, Sieckmann)*

## **Unterscheidungskraft von abstrakten Farbmarken**

*EG Art. 234; Richtlinie 89/104/EWG Art. 3*

1. Eine Farbe als solche, ohne räumliche Begrenzung, kann für bestimmte Waren oder Dienstleistungen Unterscheidungskraft i.S. von Art. 3 I 1 lit. b und III Erste Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. 12. 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken haben, sofern sie Gegenstand einer grafischen Darstellung sein kann, die klar, eindeutig, in sich abgeschlossen, leicht zugänglich, verständlich, dauerhaft und objektiv ist. Die bloße Wiedergabe der betreffenden Farbe auf Papier erfüllt diese Voraussetzung nicht, wohl aber die Bezeichnung der Farbe nach einem international anerkannten Kennzeichnungscode.

*EuGH, Urteil vom 6. 5. 2003 - Rs. C-104/01 (Libertel Groep BV/Benelux-Merkenbureau, Libertel)*