

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche  
14 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV, Film und Software

## Gericht der Europäischen Union weist Klage des AC Milan gegen Nürnberger Schreibgeräte-Hersteller ab

Der Schreibgeräte- und Büroartikel-Hersteller **Inter ES Handels- und Dienstleistungs Gesellschaft mbH & Co KG** mit Sitz in Nürnberg hat beim **Gericht der Europäischen Union** (EuG) in Luxemburg einen Prozess um die Wort-Marke **MILAN** gegen den italienischen Fußball-Klub **AC Milan** gewonnen. Das Gericht hat die Klage des AC Milan gegen eine Entscheidung des **EUIPO** vom 14. Feb. 2017 in vollem Umfang abgewiesen (Urteil vom 10. Nov. 2021 – Az.: T-353/20).

Im Februar 2017 beantragte der italienische Fußballverein AC Milan (AC Mailand) gemäß der Unionsmarken-Verordnung<sup>1</sup> beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) eine internationale Registrierung mit Benennung der Europäischen Union für das folgende Bildzeichen, und zwar u. a. für Schreibwaren und Büroartikel:



## AC MILAN

Im April 2017 erhob die deutsche Gesellschaft Inter ES Handels- und Dienstleistungs Gesellschaft mbH & Co KG Widerspruch ge-

gen die beantragte Registrierung. Zur Begründung verwies sie auf die 1984 angemeldete und 1988 eingetragene deutsche Wort-Marke MILAN, die sich u. a. auf Waren bezieht, die mit den vom Antrag des AC Mailand erfassten Waren im Wesentlichen identisch sind oder ihnen ähneln. Die deutsche Gesellschaft vertritt die Auffassung, dass die Registrierung der angemeldeten Marke aufgrund ihrer Ähnlichkeit mit der älteren Marke eine Gefahr der Verwechslung beim deutschen Publikum hervorrufen könne.

### Die Prüf-Aspekte beim Verfahren

Als Erstes stellt das Gericht der Europäischen Union auf der Grundlage einer Reihe von Beweisen, darunter Rechnungen und Werbematerial in deutscher Sprache, fest, dass die ältere Marke in Deutschland ernsthaft benutzt worden ist.

Als Zweites stellt das Gericht der Europäischen Union fest, dass die ältere Marke auf dem deutschen Markt sowohl in der eingetragenen Form benutzt worden ist als auch in einer abgewandelten Form, die sich vor allem dadurch auszeichnet, dass ein Bildelement hinzugefügt wurde, das den Kopf einer

Art Raubvogel darstellt. In dieser Hinsicht hebt das Gericht hervor, dass das zusätzliche Bildelement zwar nicht ganz vernachlässigbar ist, aber auch nicht als dominierend angesehen werden kann und nicht geeignet erscheint, die Unterscheidungskraft des Wortelements der älteren Marke in ihrer eingetragenen Form zu beeinflussen.

Als Drittes ist das Gericht der Europäischen Union der Auffassung, dass das maßgebliche Publikum das Bildelement der angemeldeten Marke insbesondere aufgrund seiner Größe und seiner Position zwar nicht

ben „AC“ und dem Wort „MILAN“ besteht, da diese in Großbuchstaben und einer stilisierten Schriftart geschrieben sind und das aus ihnen gebildete Element deutlich länger ist als das Bildelement.

Folglich ist das Element „AC MILAN“ nach Auffassung des Gerichts das dominierende Element der angemeldeten Marke.

In diesem Zusammenhang stellt das Gericht fest, dass, auch wenn ein Teil des Publikums das Wort-Element „AC MILAN“ der angemeldeten Marke als Bezugnah-



*Der Gerichtshof der Europäischen Union hat die Rechte der Schreibgeräte-Marke MILAN und der AC Milan detailliert geprüft – Foto: G. Fessy / CJUE*

ignorieren wird, seine Aufmerksamkeit sich aber nicht darauf konzentrieren wird. Vielmehr wird die Aufmerksamkeit des Publikums von dem Wortelement angezogen, das aus den Buchsta-

me auf den gleichnamigen Fußballverein der Stadt Mailand (Italien) wahrnehmen kann, die einander gegenüberstehenden Zeichen, die in

*Fortsetzung auf Seite 2*

## Die 14 neuen Titel

### D

Deutschlands bester Partykeller  
DIE DEUTSCHE LUFTBALLON MEISTERSCHAFT  
Die führenden Köpfe im Public Marketing  
Die führenden Köpfe im Public-Marketing  
Die führenden Köpfe im Stadtmarketing  
Die führenden Köpfe im Stadt-Marketing

### E

Ein Schritt zum Abgrund  
Estate Marketing  
Estate Marketing Magazin

### G

Gutmenschen

### R

Real Estate Branding  
Real Estate Marketing

### U

Unsere eigene Farm – Hier blüht uns was

### W

Wer lacht, datet!

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

**Die führenden Köpfe im Public Marketing**  
**Die führenden Köpfe im Public-Marketing**  
**Die führenden Köpfe im Stadtmarketing**  
**Die führenden Köpfe im Stadt-Marketing**

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-i, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**New Business Verlag GmbH & Co. KG,**  
**Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Ziff. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für den Titel:

### Ein Schritt zum Abgrund

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Offline- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-i, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**ITV Studios Germany GmbH**  
**Agrippasträße 87-93, 50676 Köln**

### Fortsetzung von Seite 1

phonetischer Hinsicht sehr ähnlich sind, beide auf die italienische Stadt Mailand hinweisen.

Soweit der AC Mailand mit der Bekanntheit der angemeldeten Marke in Deutschland argumentiert, die mit

der großen Bekanntheit dieses Fußballvereins zusammenhänge, weist das Gericht darauf hin, dass nur die Bekanntheit der älteren Marke, nicht aber die der angemeldeten Marke, zu berücksichtigen ist, um zu beurteilen, ob die Ähnlichkeit der von

zwei Marken bezeichneten Waren genügt, um eine Verwechslungsgefahr hervorzuheben.

Infolgedessen entscheidet das Gericht der Europäischen Union, dass die Ähnlichkeiten zwischen den

beiden in Rede stehenden Zeichen insgesamt groß genug sind, um eine Verwechslungsgefahr zu bejahen.

Gegen das EuG-Urteil können beim **Europäischen Gerichtshof** (EuGH) Rechtsmittel eingelegt werden. (ps)

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## DIE DEUTSCHE LUFTBALLON MEISTER-SCHAFT

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Constantin Entertainment GmbH**  
Carl-Zeiss-Ring 3, 85737 Ismaning

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## Gutmenschen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**INGER Verlagsgesellschaft mbH**  
Luisenstraße 34, 49074 Osnabrück

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

## Unsere eigene Farm – Hier blüht uns was

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM; DVDs; CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Anwaltskanzlei Bettina Krause**  
Hauptstraße 23, 82327 Tutzing

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## Deutschlands bester Partykeller

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**Seven.One Entertainment Group GmbH**  
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

## Wer lacht, datet!

in allen Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Titelkombinationen, Abwandlungen, Untertiteln, grafischen Gestaltungen, Kombinationen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internetseiten und -auftritte, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien und Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**DORENZ & STRÖLL Rechtsanwälte**  
Stammheimer Straße 10-12, 50735 Köln

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

## Estate Marketing Estate Marketing Magazin Real Estate Branding Real Estate Marketing

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abwandlungen und Schriftarten für elektronische und digitale Medien und Netzwerke, für Online- und Offline-Dienste sowie für sonstige Online-Medien, Internet-Seiten und Apps.

**Presse Fachverlag GmbH & Co. KG,**  
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

Über **74.000** archivierte Titel!  
Recherchieren Sie kostenlos unter

[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.de)

DER  
TITELSCHUTZ  
ANZEIGER

## Impressum

### DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG  
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) (ps)

Titelschutzanzeiger: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)  
moeller@titelschutzanzeiger.de

#### Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF  
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400  
Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare,  
Geschäftsführer und Entscheider in  
Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten,  
Produzenten von audiovisuellen, digitalen  
und elektronischen Medien (Film, Fernsehen,  
Video, Tonträger, Software)

Bezugspreis Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.  
(Ausland: zzgl. Versandkosten)  
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,  
jeder weitere Titel innerhalb einer  
Anzeige 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.  
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11  
vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse  
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49  
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228  
Ust.-Id.-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH  
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2021 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

# www.markenartikel-magazin.de



Täglich neue Meldungen rund um die Marke  
sowie Personalien und Veranstaltungen  
aus der Markenwelt.

Der markenartikel-Newsletter erscheint 2x wöchentlich  
mit frischen Marken-News.

Der markenartikel zwitschert auch.  
Folgen Sie uns @markenartikler