

**Müller-Boré & Partner**  
Patentanwälte · Rechtsanwälte

**MB&P**

Müller-Boré & Partner · Grafinger Straße 2 · D-81671 München

Harmonisierungsamt für den  
Binnenmarkt  
Avenida de Europa, 4  
Apartado de Correos 77  
03080 ALICANTE  
Spanien

Müller-Boré & Partner  
Grafinger Straße 2  
D-81671 München

Tel +49-(0)89/490 57-0  
Tel +49-(0)700/MBPIPLAW  
Fax +49-(0)89/450 67 450  
Fax +49-(0)89/490 57 10  
e-mail: mbp@mueller-bore.de  
http://www.mueller-bore.de  
VAT-Nr.: DE811262793

Patentanwälte  
European Patent Attorneys  
European Trademark Attorneys  
European Design Attorneys

Dr. W. Müller-Boré (1927-1975)  
Dr. Ralf Perrey, Dipl.-Chem.  
Dr. Daniele Schiuma, Dipl.-Phys.  
Dr. Joachim Hock, Dipl.-Chem.  
Dr. Carsten Rocko, Dipl.-Phys.  
Andrea Müller-Nagy, Dipl.-Ing.  
Dr. Hendrik Ehlich, Dipl.-Chem.  
Christian Haydn, Dipl.-Phys.  
Dr. Maria Burger, M.Sc. (Phys.)  
Dr. Konstanze Lenhard, Dipl.-Biol.  
Dr. Michael Huber, Dipl.-Phys.  
Uwe Paetzke, Dipl.-Ing., Rechtsanwalt  
Dr. Ulrich Hoffmanns, Dipl.-Chem.

Rechtsanwälte  
Thorsten Koeri  
Karin Costescu  
Susanne Möbus, Of Counsel

Per Telefax Nr. 0034/965 131 344

Nichtigkeitsverfahren gegen die Gemeinschaftsmarke  
008733867 "Tiertafel"  
Inhaber: Bundesverband Deutsche Tafel e.V.  
Antragsteller: Tiertafel Deutschland e.V.

Aktenzeichen: 000004706 C

06. Oktober 2011

Unser Zeichen: B 2886 - wz / kc / ko / mo

Auf die Mitteilung des Harmonisierungsamtes vom 26. Mai 2011 und den Schriftsatz des Antragstellers vom 9. Mai 2011, uns zugestellt am 6. Juni 2011, bedanken wir uns zunächst für die gewährte Fristverlängerung und nehmen hiermit wie folgt Stellung:

Bei den Ausführungen des Antragstellers handelt es sich im Wesentlichen um Wiederholungen der bisher vorgetragenen Argumente, die nach wie vor nicht überzeugen können. Um weitere Wiederholungen zu vermeiden, möchten wir nur auf folgende Punkte vertieft eingehen:

1. Die erneute Behauptung des Antragstellers, die Bezeichnung "Tiertafel" sei an-

Partnerschaftsgesellschaft  
Sitz der Ges.: München  
Amtsgericht München  
Reg.-Nr.: PR 56



Deutsche Bank AG München  
Maximilianstr. 26, 80539 München  
Konto 27 13 22 0, BLZ 700 700 24  
Swift Code/BIC: DEUTDE33  
IBAN: DE44 2512 0510 0001 0001 0001 00

Postbank München  
Konto 954 95-R02  
BLZ 700 100 80

Salzburg-München Bank  
Konto 11 000 45 210  
BLZ 701 200 00

geblich nicht unterscheidungskräftig, sondern für die beanspruchten Dienstleistungen aus dem sozialen Bereich beschreibend, wird auch durch ihre Wiederholung nicht richtig. Soweit sich der Antragsteller in diesem Zusammenhang auf das für den Markeninhaber abweisende Urteil des Landgerichts München I beruft und darauf, dass der Markeninhaber gegen dieses Urteil keine Berufung eingelegt hat, lässt dies - entgegen der Ansicht des Antragstellers - nicht die Schlussfolgerung zu, dass der Markeninhaber damit selbst eingestanden hätte, dass es sich bei der Bezeichnung "Tiertafel" um eine rein beschreibende und damit nicht unterscheidungskräftige Angabe handeln würde. Denn einerseits enthält das vorgelegte Urteil gar nicht diese (vom Antragsteller behauptete) Feststellung (vgl. hierzu den nachfolgenden Absatz) und andererseits gibt es zahlreiche andere Gründe, weshalb der Markeninhaber keine Berufung gegen das Urteil des Landgerichts München I eingelegt hat.

Die Behauptung des Antragstellers, dass das Landgericht München I in dem als Anlage 10 vorgelegten Urteil festgestellt hätte, dass es sich bei der Bezeichnung "Tiertafel" um eine rein beschreibende Angabe handeln würde, ist falsch. Denn das Landgericht München I hat in dem vorgelegten Urteil vielmehr "nur" festgestellt, dass die dort angegriffene Benutzung der Bezeichnung "Tiertafel" des hiesigen Antragstellers nur rein beschreibend und nicht sittenwidrig sei (vgl. Seite 13/14 des als Anlage 10 vorgelegten Urteils). Mit anderen Worten: Das vorgelegte Urteil des Landgerichtes München I betraf einen anderen Sachverhalt und andere Tatsachen- und Rechtsfrage. Eine Übertragung des Urteils des Landgerichtes München I auf das vorliegende Verfahren kann somit nicht erfolgen - zumal das Harmonisierungsamt ohnehin nicht an die Entscheidungen von Organen anderer Länder gebunden ist.

Des Weiteren ist festzustellen, dass die Ansicht des Landgerichts München I, die Bezeichnung "Tafel" könnte im Zusammenhang mit karitativen Tätigkeiten beschreibend verstanden werden, falsch ist. Denn die Richter des Landgerichts München I stützen ihre Ansicht maßgeblich auf die von dem Markeninhaber vorgelegte Meinungsumfrage, dessen Ergebnis die Richter des Landgerichts München I aber falsch interpretiert haben. Denn die Richter gehen diesbezüglich auf

Seite 17 ihres Urteils davon aus, dass zwar 48,8% der befragten Personen das Zeichen "Tafel" mit einer bestimmten Organisation in Verbindung bringen, aber der größere Teil der Gesamtbevölkerung hierunter nur einen beschreibenden Zusammenhang erkennen würde. Laut der vorgelegten Meinungsumfrage sehen aber nur 9,2% der befragten Personen das Zeichen "Tafel" als Hinweis auf verschiedene Organisationen an, die nichts miteinander zu tun haben und 10,6% der befragten Personen gar keinen Hinweis auf irgendeine Organisation. Dies ergibt lediglich knapp 20% der befragten Personen. Um mehr als 50% der befragten Personen zu erreichen, die in dem Zeichen "Tafel" eine beschreibende Angabe sehen, müssen die Richter deshalb die 20,3% der Befragten, die angegeben haben, dass sie zu dem Zeichen "Tafel" nichts sagen können, und die 11,2% der Personen, die nicht befragt wurden, der Gruppe zugeordnet haben, die in dem Zeichen "Tafel" eine beschreibende Angabe sehen. Für eine solche Zuordnung besteht aber weder eine Rechtfertigung noch eine Veranlassung.

Beweis: Verkehrsbefragung des Instituts GfK Marktforschung vom  
2. September 2010 - Anlage AG15

Aus der vorgelegten Meinungsumfrage geht hervor, dass das Zeichen „Tafel“ im Zusammenhang mit gemeinnützigen Dienstleistungen - entgegen der Ansicht der Richter des Landgerichts München I - gerade nicht als eine beschreibende Angabe verstanden wird. Vielmehr geht aus der beigefügten Verkehrsbefragung hervor, dass die Bezeichnung "Tafel" bei 88,8% der Gesamtbevölkerung und bei 94,2% der Personen, die sich zumindest etwas für gemeinnützige Organisationen interessieren (engerer Verkehrskreis) bekannt ist. Des weiteren geht aus der Umfrage hervor, dass der Kennzeichnungsgrad der Bezeichnung "Tafel" im Zusammenhang mit einer bestimmten Organisation bzw. einem Verband in der Gesamtbevölkerung bei 48,8% und im engeren Verkehrskreis bei 55,3% liegt. Aus den Fragen 4, 5 und 6 dieser Verkehrsbefragung geht unmissverständlich hervor, dass die Bezeichnung "Tafel" im Zusammenhang mit gemeinnützigen Spendenorganisationen entweder dem Kläger, einzelnen Tafeln oder Wohltätigkeitsverbänden und kirchlichen Organisationen, die Tafeln in Trägerschaft betreiben zugeordnet werden. 15,3% aller Befragten und 18,9% des engeren Verkehrskreises ordnen

die Bezeichnung "Tafel" der Organisation des Klägers bzw. anderen Organisationen zu, die zu der Organisation des Klägers gehören. Die Organisation des Antragstellers wurde dagegen überhaupt nicht genannt.

Soweit die Marke „Tafel“ in der vor dem Landgericht München I vorgelegten Verkehrsbefragung der Caritas, dem Deutschen Roten Kreuz, der Diakonie, der Arbeiterwohlfahrt oder den Maltesern zugeordnet wurde, weisen wir darauf hin dass es sich in allen diesen Fällen um Organisationen handelt, die Tafeln vor Ort in Trägerschaft betreiben. Es handelt sich somit offensichtlich nicht um Fehlzusordnungen, sondern um eine gelegentliche Zuordnung zu einer Organisation, die eine Tafel-Organisation betreibt.

Das Ergebnis der vor dem Landgericht München I vorgelegten Verkehrsbefragung zeigt eindeutig, dass die Bezeichnung "Tafel" sich gerade nicht - wie der Antragsteller behauptet - zu einer beschreibenden Angabe entwickelt hat, sondern vielmehr, dass die Bezeichnung "Tafel" als Hinweis auf eine ganz bestimmte Organisation, nämlich die des Markeninhabers verstanden wird.

Dass die Bezeichnung "Tafel" keine beschreibende Angabe sein kann, zeigt auch die Annahme und Eintragung der Gemeinschaftsmarke 8985541 "Tafel" des Markeninhabers.

Beweis: Ausdruck der Gemeinschaftsmarke 8985541 "Tafel" - Anlage AG16

So wie jeder, dem die Bezeichnung „Tiercaritas“ begegnen würde, direkt an die Marke „Caritas“ denken würde, denkt jeder bei der Marke/dem Namen „Tiertafel“ an den Markeninhaber bzw. die ihm bekannte Tafel-Organisation vor Ort. Eine andere Wertung wäre nur dann möglich, wenn die Marke/der Name „Tafel“ im Zusammenhang mit den vorliegenden Dienstleistungen gemeinnütziger Organisationen und sozialen Dienstleistungen rein beschreibend wäre. Dies ist aber ausweislich der als Anlage AG15 vorgelegten Verkehrsbefragung gerade nicht der Fall.

2. Soweit der Antragsteller darauf beharrt, der Markeninhaber habe die Marke "Tiertafel" bösgläubig angemeldet, entbehrt dies nach wie vor jeglicher Grundlage.

Wie wir bereits mit unserem Schriftsatz vom 21. Januar 2011 ausgeführt haben, stellt diese Behauptung des Antragstellers die Tatsachen des vorliegenden Falles auf den Kopf. Denn der Markeninhaber hat die Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" ausschließlich in der Absicht angemeldet, markenrechtlichen Schutz für seine hilfsorganisatorische Tätigkeit auch für Tiere zu erhalten. Die vom Antragsteller behauptete Behinderungsabsicht ist vollkommen absurd und nicht mal ansatzweise substantiiert.

Inwiefern sich aus dem Schriftsatz des Markeninhabers vom 5. Oktober 2010 in dem Klageverfahren vor dem Landgericht München I entnehmen lassen soll, dass bei Anmeldung der Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" eine Behinderungsabsicht des Markeninhabers vorgelegen habe, ist diesseits nicht nachvollziehbar. Es ist doch selbstverständlich, dass der Markeninhaber seine Rechte schützen lassen und entsprechende Rechte auch gegen Dritte durchsetzen möchte. Insofern war es nur logisch, die Klage gegen den Antragsteller vor dem Landgericht München I auch auf die Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" des Markeninhabers zu stützen. Denn eine Marke wird nicht zum Selbstzweck angemeldet, um eine Urkunde zu erhalten. Vielmehr werden mit der Anmeldung und Eintragung einer Marke vor allem zwei Zwecke verfolgt, nämlich einerseits die eigene Benutzung abzusichern und andererseits die Möglichkeit zu schaffen, Dritte an der Benutzung identischer oder ähnlicher Marken hindern zu können. Die Möglichkeit gegen Dritte vorzugehen zu können ist somit einer der fundamentalen, wenn nicht gar der fundamentale Wesenszug einer Marke und es ist deshalb absurd - so wie der Antragsteller - aus dieser rechtlich vorgesehenen Möglichkeit den Vorwurf einer Bösgläubigkeit konstruieren zu wollen.

Entgegen der von dem Antragsteller vertretenen Ansicht ist aus einer Kenntnis von einer früheren Benutzung der angemeldeten Marke durch Dritte gerade nicht zu folgern, dass der Anmelder einer Marke bösgläubig gehandelt hat. Insofern ist diesbezüglich auf die klaren und eindeutigen Feststellungen des Europäischen Gerichtshofs in der Rechtssache C-529/07 "Chocoladenfabriken Lindt & Sprüngli AG/Franz Hauswirth GmbH" zu verweisen. Auszugsweise seien die entscheidenden Feststellungen des Europäischen Gerichtshofs unter den Randnummern 40,

48 und 49 wie folgt wiedergegeben:

- 40 Es ist jedoch festzustellen, dass der Umstand, dass der Anmelder weiß oder wissen muss, dass ein Dritter zumindest in einem Mitgliedstaat seit langem ein gleiches oder ähnliches Zeichen für eine gleiche oder mit dem angemeldeten Zeichen verwechselbar ähnliche Ware benutzt, allein noch nicht für die Bejahung der Bösgläubigkeit des Anmelders genügt.
- 48 Gleichwohl lässt sich nicht ausschließen, dass sogar unter derartigen Umständen und insbesondere dann, wenn mehrere Hersteller auf dem Markt gleich oder ähnliche Zeichen für gleich oder mit dem angemeldeten Zeichen verwechselbar ähnliche Waren verwendet, der Anmelder mit der Eintragung dieses Zeichens ein berechtigtes Ziel verfolgt.
- 49 Dies kann, wie die Generalanwältin in Nr. 67 ihrer Schlussanträge darlegt, insbesondere dann der Fall sein, wenn der Anmelder zum Zeitpunkt der Anmeldung weiß, dass ein Dritter, der erst seit kurzer Zeit auf dem Markt tätig ist, versucht, Nutzen aus dem genannten Zeichen zu ziehen, indem er dessen Aufmachung kopiert, was den Anmelder dazu veranlasst, das Zeichen eintragen zu lassen, um die Verwendung dieser Aufmachung zu verhindern.

Genauso wie vom Europäischen Gerichtshof in der zuvor angegebenen Entscheidung C-529/07 "Chocoladenfabriken Lindt & Sprüngli AG/Franz Hauswirth GmbH" ausgeführt, verhält es sich auch im vorliegenden Fall. Denn die Anmelderin der angegriffenen Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" war bereits lange vor Aufnahme der Benutzung der Bezeichnung "Tiertafel" durch die Antragstellerin unter der Bezeichnung und der Marke "Tafel" tätig. Insbesondere betonen wir hiermit noch einmal, dass die Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" auch deshalb nicht missbräuchlich angemeldet wurde, da der Markeninhaber bereits im Jahr 2007 die deutsche Marke 307 71 101.3 "Tiertafel" angemeldet hat. Außerdem ist der Markeninhaber bereits seit 1997 Inhaber der Marke "Tafel" für Dienstleistungen einer gemeinnützigen Hilfsorganisation und benutzt die Marke „Tafel“ für diese Dienstleistungen

bereits vor dieser Zeit. Offensichtlich ist es somit vorliegend vielmehr so, dass der Antragsteller versucht, mit der von ihm verwendeten Bezeichnung "Tiertafel" Nutzen aus der Marke "Tafel" des Markeninhabers zu ziehen und bösgläubig handelt. Eine Bösgläubigkeit des Inhabers der angegriffenen Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" kann aber aufgrund der weitaus früher aufgenommenen Benutzung und Registrierung der Marke "Tafel" durch den Inhaber der angegriffenen Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" und seine Organisationen offensichtlich ausgeschlossen werden.

3. Soweit der Antragsteller nach wie vor behauptet, dass es sich bei der Angabe "Tiertafel", zum Zeitpunkt der Anmeldung um keine unterscheidungskräftige Bezeichnung im Zusammenhang mit gemeinnützigen Dienstleistungen gehandelt habe, heben wir noch einmal hervor, dass diese Behauptung jeglicher Grundlage entbehrt. Denn in diesem Fall, hätte das Harmonisierungsamt die Marke "Tiertafel" nicht eingetragen. Insbesondere ist in diesem Zusammenhang zu beachten, dass der Antragsteller eine fehlende Unterscheidungskraft der Marke "Tiertafel" gedanklich voraussetzt und dabei übergeht, dass er für die von ihm behauptete fehlende Unterscheidungskraft beweispflichtig ist und auch keinen entsprechenden Nachweis führt.

Die Tatsache, dass der Antragsteller eine fehlende Unterscheidungskraft der Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" nur formelhaft behauptet, weil dies gerade für ihn günstig ist, ergibt sich auch mit aller nur zu wünschenden Deutlichkeit daraus, dass die Vorsitzende der Antragstellerin ursprünglich selbst versucht hat, eine Wortmarke "Tiertafel" für sich registrieren zu lassen.

Beweis: Ausdruck der (mangels Gebührenzahlung) zurückgenommenen deutschen Markenmeldung 306 03 468.9 "Tiertafel" von Frau Claudia Holmm - Anlage AG17

Wenn die Marke "Tiertafel" nach Ansicht des Antragstellers tatsächlich nur eine beschreibende Bezeichnung wäre, hätte die Vorsitzende des Antragstellers sicherlich keine Wortmarke "Tiertafel" angemeldet. Da die Vorsitzende des Antrag-

stellers aber gerade eine Wortmarke "Tiertafel" für sich angemeldet hat und somit selbst versucht hat, die Marke "Tiertafel" für sich zu erlangen, steht fest, dass die Bezeichnung "Tiertafel" auch nach Ansicht des Antragstellers eine Marke ist. Somit steht das nunmehrige Behaupten des Antragstellers, dass die Bezeichnung "Tiertafel" nur eine beschreibende Bezeichnung sei, in einem unauflösbaren Widerspruch zu der durch die frühere deutsche Markenmeldung "Tiertafel" der Vorsitzenden des Antragstellers dokumentierten Auffassung, dass die Bezeichnung "Tiertafel" eine Marke ist.

Die Tatsache, dass die Verfahrensbevollmächtigten des Antragstellers selbst nicht der Meinung sind, dass die Marke "Tiertafel" nur eine beschreibende Bezeichnung ist, ergibt sich auch aus einem parallelen Widerspruchsverfahren. Denn die Verfahrensbevollmächtigten des Antragstellers haben gegen die Gemeinschaftsmarkenmeldung 8734212 "Kindertafel" des Inhabers der vorliegend angegriffenen Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" Widerspruch im Namen des Vereins Schweinfurter Kindertafel e.V. aus der deutschen Marke 30 2009 058 244 Wort-/Bildmarke "Schweinfurter Kindertafel e.V." erhoben. Als Begründung wurde in dem dortigen Widerspruchsverfahren angegeben, dass *"die ältere Marke 'Schweinfurter Kindertafel e.V.' und die jüngere Anmeldung 'Kindertafel' (...) identisch bzw. sehr ähnlich sind"*.

**Beweis:** Kopie des Widerspruchs des Vereins Schweinfurter Kindertafel gegen die Gemeinschaftsmarkenmeldung 8734212 "Kindertafel" - Anlage AG 18

Würde die von den Vertretern des Antragstellers vorgebracht Behauptung, dass die Angabe "Tafel" nur beschreibend sei, zutreffen und der eigenen Überzeugung der Vertreter des Antragstellers entsprechen, hätten diese sicherlich keinen Widerspruch gegen die Gemeinschaftsmarkenmeldung "Kindertafel" eingelegt. Denn dann wäre den Vertretern des Antragstellers klar gewesen, dass der Widerspruch gegen die Gemeinschaftsmarkenmeldung "Kindertafel" aus der Marke "Schweinfurter Kindertafel e.V." scheitern muss, weil der gemeinsame Bestandteil "Kindertafel" ja (angeblich) nur rein beschreibend ist. Aus der Tatsache, dass der

Widerspruch gegen die Gemeinschaftsmarkenmeldung "Kindertafel" aus der deutschen Marke "Schweinfurter Kindertafel e.V." aber eingelegt wurde, kann nur der Umkehrschluß gezogen werden, dass die Bezeichnung "Tafel" auch nach Ansicht der Vertreter des Antragstellers nicht nur beschreibend ist, sondern gerade das kennzeichnende Element der Zusammensetzung "Kindertafel" und "Tiertafel" ist.

Wie wir bereits in unserem Schriftsatz vom 21. Januar 2011 ausführlich dargelegt haben, handelt es sich bei der Angabe "Tafel" um eine Bezeichnung für eine ganz bestimmte Hilfsorganisation, nämlich für die des Markeninhabers bzw. dessen Mitglieder, die den Namen "Tafel" führen dürfen. Die Herkunftsfunktion der Bezeichnung "Tafel" und damit auch der Bezeichnung "Tiertafel" steht - wie wir ebenfalls mit unserem Schriftsatz vom 21. Januar 2011 dargelegt haben - außer Frage. Zur Vermeidung von Wiederholungen, nehmen wir ausdrücklich auf diesen Schriftsatz Bezug.

Sofern sich der Antragsteller auf die Auffassung der österreichischen Verkehrskreise beruft und behauptet, dass die verständigen Verbraucher in Österreich die Bezeichnung "Tafel" in keinem Fall dem Markeninhaber zuordnen, sondern die Bezeichnung "Tafel" nur beschreibend wahrnehmen würden, legen wir (auszugsweise) eine Anfrage der Wiener Tafel vom 21. April 2010 vor, mit der die Wiener Tafel um eine Lizenz an der Marke "Tafel" des Markeninhabers gebeten haben.

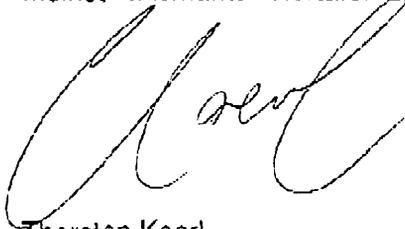
Beweis: Kopie der E-Mail von Herrn Franz Bauer der Wiener Tafel vom 21.  
April 2010 - Anlage AG19

Die vorgenannte Anfrage der Wiener Tafel widerlegt die Behauptung des Antragstellers, dass die Marke "Tafel" des Markeninhabers in Österreich beschreibend verstanden werden würde. Denn aus der vorgelegten Anfrage der Wiener Tafel geht unmissverständlich hervor, dass die Bezeichnung "Tafel" unterscheidungskräftig ist und auf eine ganz bestimmte Hilfsorganisation, nämlich die des Markeninhabers hinweist. Andernfalls hätte die Wiener Tafel nicht um eine entspre-

chende Lizenz an der Nutzung der Marke "Tafel" gebeten.

Die Behauptung des Antragstellers, dass der Begriff "Tafel" und somit auch der Begriff "Tiertafel" für soziale Dienstleistungen nicht unterscheidungskräftig sei, ist daher falsch. Genau das Gegenteil ist der Fall. Denn der Begriff "Tafel" und somit auch der Begriff "Tiertafel" werden immer - auch außerhalb Deutschlands - mit dem Markeninhaber in Verbindung gebracht.

Aufgrund unserer obigen Ausführungen ist der Nichtigkeitsantrag gegen die Gemeinschaftsmarke "Tiertafel" zurückzuweisen.



Thorsten Koerl  
Rechtsanwalt

Anlagen:

- Anlage AG15: Verkehrsbefragung des Instituts GfK Marktforschung vom 2. September 2010
- Anlage AG16: Ausdruck der Gemeinschaftsmarke 8985541 "Tafel"
- Anlage AG17: Ausdruck der (mangels Gebührenzahlung) zurückgenommenen deutschen Markenmeldung 306 03 468.9 "Tiertafel" von Frau Claudia Holmm
- Anlage AG18: Kopie des Widerspruchs des Vereins Schweinfurter Kindertafel gegen die Gemeinschaftsmarkenmeldung 8734212 "Kindertafel"
- Anlage AG19: Kopie der E-Mail von Herrn Franz Bauer der Wiener Tafel vom 21. April 2010

## Anlage AG15



# Verkehrsbefragung zur Bezeichnung "Tafel"



# **Verkehrsbefragung**

über die

## **Bekanntheit und Verkehrsgeltung**

der Bezeichnung

### **"Tafel"**

im Zusammenhang mit  
gemeinnützigen Spendenorganisationen

**Eine Untersuchung der GfK Marktforschung**

**Empirische Rechtsforschung - Juli 2010**

**Studien-Nr. 660 073**

**Projektleitung: Klaus Hilbinger ++49-911-395-2386**

**E-mail: klaus.hilbinger@gfk.com**

GfK. Growth from Knowledge



## Inhaltsübersicht

<b>1. Vorbemerkung</b>	<b>Seiten 2 - 4</b>
<b>2. Kommentar</b>	<b>Seiten 5 - 7</b>
<b>3. Tabellarische Ergebnisse</b>	<b>Tabellen 10 - 70</b>
<b>4. Anhang</b>	
4.1 Fragebogen	
4.2 Methodenbeschreibung	

# 1. Vorbemerkung



## 1. Vorbemerkung

### 1.1 Auftraggeber und Aufgabenstellung

Im Auftrag des Bundesverbands Deutsche Tafel e.V., Berlin, war zu ermitteln, ob bzw. in welchem Umfang die Bezeichnung "Tafel" bei den beteiligten Verkehrskreisen im Zusammenhang mit gemeinnützigen Spendenorganisationen bekannt ist und als Hinweis auf ein bestimmtes Verkehrsgeltung erlangt hat.

### 1.2 Auftragnehmer

Die im Folgenden dokumentierte Studie wurde von der GfK Marktforschung, einem Unternehmen der GfK Gruppe, durchgeführt.

Die GfK wurde 1934 in Nürnberg als das erste deutsche Marktforschungsinstitut gegründet. Heute ist die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen, in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media aktiv. Insgesamt gehören der GfK Gruppe 115 operative Unternehmen an, die über 100 Länder abdecken. Von den rund 10.000 Beschäftigten (Stand 31. Dezember 2009) arbeiten knapp 20 Prozent in Deutschland.

Die GfK führt seit Jahrzehnten sowohl für private Unternehmen als auch für Gerichte objektive empirische Rechtsforschung durch und lässt die gewonnenen Erkenntnisse in demoskopische Gutachten als Beweismittel einfließen. In der einschlägigen Literatur wird sie ausdrücklich als Institut zur Durchführung von Verkehrsumfragen benannt (vgl. z.B. Gloy, Loschelder, Erdmann (Hg.): Handbuch des Wettbewerbsrechts, 4. Auflage, München 2010, S. 461 / RN 29).

Der Projektverantwortliche (Klaus Hilbinger) leitet den GfK-Bereich Empirische Rechtsforschung, dem er seit mehr als 20 Jahren angehört.



### 1.3 Methodische Anlage

Aus der Aufgabenstellung ergab sich die Fragestellung mit folgenden Komplexen:

1. **Definition der beteiligten Verkehrskreise:** Ermittlung eines "engeren" Verkehrskreises (Personen, sich zumindest etwas für gemeinnützige Spendenorganisationen interessieren).
2. **Bekanntheitsgrad:** Bekanntheit der Bezeichnung "Tafel" im Zusammenhang mit gemeinnützigen Spendenorganisationen.
3. **Kennzeichnungsgrad:** Anteil der Befragten, die der Auffassung sind, dass die Bezeichnung "Tafel" im Zusammenhang mit gemeinnützigen Spendenorganisationen auf eine ganz bestimmte Organisation oder verschiedene Organisationen, die dem selben Verband angehören, hinweist.
4. **Zuordnungsgrad:** Anteil der Befragten, die diese Organisation bzw. diesen Verband spontan richtig benennen.

Die entsprechenden Fragen (Wortlaut der Fragen im Anhang) wurden in eine turnusmäßige Mehrthemenumfrage der GfK Marktforschung, Nürnberg eingeschaltet.

Diese Umfragen stellen einen repräsentativen Bevölkerungsquerschnitt dar, nämlich die deutschsprachige Wohnbevölkerung (Deutsche und EU-Ausländer) im Alter ab 14 Jahren im gesamten Bundesgebiet (weitere Ausführungen zur Methode im Anhang).

### 1.4 Durchführung

Die Interviews wurden in der Zeit vom 16. Juli bis zum 23. Juli 2010 durchgeführt, sie fanden "face-to-face" in den Wohnungen der Auskunftspersonen statt.



## 1.5 Beteiligter Verkehrskreis

Mit einer Frage zu Beginn des Interviews (Frage 1) wurde der beteiligte Verkehrskreis definiert.

Wenn es um die Frage der Bekanntheit und Verkehrsgeltung innerhalb beteiligter Verkehrskreise geht, kommen hier in erster Linie solche Bevölkerungsteile in Betracht, die sich zumindest etwas für gemeinnützige Spendenorganisationen interessieren (engerer Verkehrskreis).

Die Ergebnisse in den Tabellen wurden für zwei mögliche Verkehrskreise ausgewiesen:

Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren (weitester Verkehrskreis)

Personen, die sich zumindest etwas für gemeinnützige Spendenorganisationen interessieren (engerer Verkehrskreis)

Unter den insgesamt 992 Befragten (Bevölkerung ab 14 Jahre) befanden sich **449** Personen des engeren Verkehrskreises.

Müller-Boré & Partner 19/56

## 2. Kommentar



## 2. Kommentar

Hinweis: Die einzeln ausgewiesenen Werte können bei Fragen mit Mehrfachnennungen nicht "brutto" aufaddiert werden.

### 2.1 Bekanntheitsgrad (Frage 2)

88,8% aller Befragten und 94,2% der Befragten des engeren Verkehrskreises haben die Bezeichnung "Tafel" im Zusammenhang mit gemeinnützigen Spendenorganisationen schon einmal gehört oder gesehen / gelesen bzw. ihnen kommt diese Bezeichnung bekannt vor.

(Vgl. Tabelle 20)

### 2.2 Kennzeichnungsgrad (Fragen 3, 5 und 6)

48,7% aller Befragten und 55,1% der Befragten des engeren Verkehrskreises sind der Auffassung, dass die Bezeichnung "Tafel" im Zusammenhang mit gemeinnützigen Spendenorganisationen auf eine ganz bestimmte Organisation oder auf verschiedene Organisationen, die dem selben Verband angehören hinweist.

Darüber hinaus können bei allen Befragten 0,1% und im engeren Verkehrskreis 0,2% dem Kennzeichnungsgrad zugerechnet werden. Diese Befragten geben zwar an, die Bezeichnung "Tafel" würde auf verschiedene Organisationen, die nichts miteinander zu tun haben hinweisen (Frage 3), können dann aber nur mehrere richtige Organisationen benennen (Frage 5) und geben auf Nachfrage (Frage 6) an, es gäbe nur diese. Insgesamt verändert sich dadurch der Kennzeichnungsgrad geringfügig auf 48,8% (alle Befragte) bzw. 55,3% (engerer Verkehrskreis).

(Vgl. Tabellen 30, 50, 60 und 70)



### 2.3 Zuordnungsgrad (Fragen 4, 5 und 6)

15,2% aller Befragten und 18,7% der Befragten des engeren Verkehrskreises ordnen die Bezeichnung "Tafel" der Organisation "Die Tafel / Tafel" oder "Tafel mit Ortsnamen" zu. 23,3% aller Befragten und 24,7% des engeren Verkehrskreises antworten mit "weiß nicht".

3,8% (alle Befragte) bzw. 3,9% (engerer Verkehrskreis) antworten mit "Caritas". Alle anderen Nennungen erreichen in allen zwei Verkehrskreisen jeweils lediglich Werte von unter 2%. Da die genannten anderen Organisationen ebenfalls als Anbieter / Träger von "Tafeln" auftreten, sind sie als "neutrale" Zuordnungen zu bezeichnen. Fichte Fehlzusordnungen liegen nicht vor.

Auch die Befragten, die laut Frage 3 die Bezeichnung "Tafel" mit mehreren verschiedenen Organisationen verbinden, nennen auf die entsprechende Frage (Frage 5) in erster Linie "Die Tafel / Tafel", "Tafel mit Ortsnamen", und "Caritas". Dabei nennen wiederum 0,1% aller Befragten und 0,2% der Befragten des engeren Verkehrskreises nur mehrere richtige Organisationen und geben auf Nachfrage (Frage 6) an, es gäbe nur diese und können damit dem Zuordnungsgrad zugerechnet werden. Letztendlich verändern sich dadurch die Werte für den Zuordnungsgrad auf 15,3% (alle Befragte) bzw. 18,9% (engerer Verkehrskreis).

(Vgl. Tabellen 40, 50, 60 und 70)

### 2.4 Fazit

Die Bezeichnung "Tafel" verfügt in der Gesamtbevölkerung sowie bei Personen, die sich zumindest etwas für gemeinnützige Organisationen interessieren (engerer Verkehrskreis) über eine sehr hohe **Bekanntheit**: Sie liegt bei 88,8% bzw. 94,2%.

Der **Kennzeichnungsgrad** (d.h. Bekanntheit für nur eine Organisation bzw. einen Verband) bewegt sich auf einem relativ **hohen** Niveau: Er liegt in der Gesamtbevölkerung bei 48,8% und im engeren Verkehrskreis bei 55,3%.



Müller-Boré & Partner 22/56

Etwas niedriger fällt der **Zuordnungsgrad** in Bezug auf die Organisation bzw. den Verband "Die Tafel / Tafel" in der Gesamtbevölkerung mit 15,3% und im engeren Verkehrskreis mit 18,9% aus.

Nürnberg, 02. September 2010

GfK Marktforschung  
Empirische Rechtsforschung

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Klaus Hilbinger', written in a cursive style.

Klaus Hilbinger  
*Division Manager*

Müller-Boré & Partner 23/56

### 3. Tabellarische Ergebnisse

Müller-Boré & Partner 24/56

TABELLE: 10

STUDIEN - NUMMER : 660 073-SI

GfK MARKTFORSCHUNG GfK CLASSIC BUS Juli 2010

Frage 1 : Interessieren Sie sich fuer gemeinnuetzige Spendenorganisationen?

	Gesamt- Bevoelkerung
<b>BASIS (100 %)</b>	992
(Vorgaben)	
Ja, ...	449 45.3
Ja, sehr	29 3.0
Ja, etwas	420 42.4
Nein, ueberhaupt nicht	543 54.7
Summe	992 100.0

Frage 2 : Haben Sie diese Bezeichnung "Tafel" im Zusammenhang mit gemeinnuetzigen Spendenorganisationen schon einmal gehoert oder gesehen / gelesen?

	Gesamt- Bevoelkerung	Frage 1
		Ja, interessiert sich fuer gemein- nuetzige Spenden- organisationen
<b>BASIS (100 %)</b>	992	449
(Bez. "Tafel" einge- blendet/ freie Antworten)		
Ja *	698 70.4	349 77.7
Kommt mir bekannt vor/ glaube schon	182 18.4	74 16.5
Nein	111 11.2	26 5.8
Summe	992 100.0	449 100.0
* Ja / bekannt (Nettowert)	881 88.8	423 94.2

Müller-Boré & Partner 25/56

Frage 3 : Ist die Bezeichnung "Tafel" Ihrer Meinung nach im Zusammenhang mit gemeinnuetzigen Spendenorganisationen ein Hinweis auf eine ganz bestimmte Organisation oder ein Hinweis auf verschiedene Organisationen, die dem selben Verband angehoren oder ein Hinweis auf verschiedene Organisationen, die nichts miteinander zu tun haben oder gar kein Hinweis auf irgendeine Organisation oder koennen Sie nichts dazu sagen?

	Gesamt- Bevoelkerung	Frage 1	Frage 2
		Ja, interessiert sich fuer gemein- nuetzige Spenden- organisationen	Ja, diese Bez. "Tafel" im Zus. mit gemein- nuetzigen Spenden- organisationen bekannt
<b>BASIS (100 %)</b>	992	449	881
(Vorgaben)			
Hinweis auf eine ganz bestimmte Organisation	337 34.0	168 37.3	337 38.2
Hinweis auf verschiedenen Organisationen, die dem selben Verband angehoren	146 14.7	80 17.8	146 16.6
Hinweis auf verschiedene Organisationen, die nichts miteinander zu tun haben	91 9.2	56 12.5	91 10.4
Gar kein Hinweis auf irgendeine Organisation	105 10.6	55 12.3	105 12.0
Kann dazu nichts sagen	201 20.3	64 14.2	201 22.8
NICHT BEFRAGT (vgl. Frage 2)	111 11.2	26 5.8	- -
Summe	992 100.0	449 100.0	881 100.0

Frage 4 : Wissen Sie, wie diese Organisation bzw. dieser Verband heisst?

	Gesamt- Bevoelkerung	Frage 1	Frage 2
		Ja, interessiert sich fuer gemein- nuetzige Spenden- organisationen	Ja, diese Bez. "Tafel" im Zus. mit gemein- nuetzigen Spenden- organisationen bekannt
<b>BASIS (100 %)</b>	992	449	881
(freie Antworten)			
* Die Tafel/Tafel	129 13.0	71 15.8	129 14.7
<b>Tafel mit Ortsname genannt (Netto)</b>	<b>22</b> <b>2.2</b>	<b>13</b> <b>2.9</b>	<b>22</b> <b>2.5</b>
* Hamburger Tafel	3 0.3	1 0.3	3 0.4
* Schwaebische Tafel	3 0.3	3 0.6	3 0.3
* Sonstige Tafel mit Ortsnamen genannt (Einzelnennungen)	16 1.6	9 1.9	16 1.8
+ Caritas	37 3.8	18 3.9	37 4.2
+ Deutsches Rotes Kreuz/ Rotes Kreuz	15 1.5	8 1.9	15 1.7
+ Diakonie	7 0.7	6 1.2	7 0.8
+ Arbeiterwohlfahrt	3 0.3	1 0.2	3 0.3
+ Malteser	1 0.1	- -	1 0.1
+ Kirchliche Organisationen	13 1.3	8 1.7	13 1.4

Müller-Boré & Partner 27/56

Frage 4 : Wissen Sie, wie diese Organisation bzw. dieser Verband heisst?

	Gesamt- Bevoelkerung	Frage 1	Frage 2
		Ja, interessiert sich fuer gemein- nuetzige Spenden- organisationen	Ja, diese Bez. "Tafel" im Zus. mit gemein- nuetzigen Spenden- organisationen bekannt
<b>BASIS (100 %)</b>	992	449	881
x Hilfsorganisationen fuer Beduerftige	19 1.9	11 2.5	19 2.2
x Gemeinnuetzige Organisationen	3 0.3	2 0.5	3 0.3
Sonstige	14 1.4	4 0.9	14 1.6
Nein, weiss nicht	232 23.3	111 24.7	232 26.3
<b>NICHT BEFRAGT (vgl. Frage 3)</b>	509 51.3	202 44.9	398 45.1
Summe	1003 101.1	454 101.1	892 101.3
* Richtige Zuordnungen (Nettowert)	151 15.2	84 18.7	151 17.2
+ Neutrale Zuordnungen (Nettowert)	70 7.0	30 8.5	70 7.9
x Allgemeine neutrale Zuordnungen (Nettowert)	22 2.2	13 3.0	22 2.5

Müller-Boré & Partner 28/56

Frage 5 : Wissen Sie, wie diese verschiedenen Organisationen heissen?

	Gesamt- Bevoelkerung	Frage 1	Frage 2
		Ja, interessiert sich fuer gemein- nuetzige Spenden- organisationen	Ja, diese Bez. "Tafel" im Zus. mit gemein- nuetzigen Spenden- organisationen bekannt
<b>BASIS (100 %)</b>	992	449	981
(freie Antworten)			
* Die Tafel/Tafel	9 0.9	6 1.3	9 1.0
<b>Tafel mit Ortsname genannt (Netto)</b>	<b>10 1.0</b>	<b>6 1.3</b>	<b>10 1.1</b>
* Hamburger Tafel	2 0.2	2 0.5	2 0.3
* Remscheider Tafel	2 0.2	- -	2 0.2
* Schwaebische Tafel	1 0.1	1 0.2	1 0.1
* Sonstige Tafel mit Ortsnamen genannt (Einzelnennungen)	6 0.6	4 0.9	6 0.7
+ Caritas	14 1.4	12 2.7	14 1.6
+ Deutsches Rotes Kreuz/ Rotes Kreuz	9 0.9	4 0.8	9 1.1
+ Diakonie	12 1.2	10 2.3	12 1.4
+ Arbeiterwohlfahrt	4 0.4	4 0.8	4 0.4
+ Malteser	2 0.2	1 0.3	2 0.3

Frage 5 : Wissen Sie, wie diese verschiedenen Organisationen heissen?

	Gesamt- Bevoelkerung	Frage 1	Frage 2
		Ja, interessiert sich fuer gemein- nuetzige Spenden- organisationen	Ja, diese Bez. "Tafel" im Zus. mit gemein- nuetzigen Spenden- organisationen bekannt
<b>BASIS (100 %)</b>	992	449	881
+ Kirchliche Organisationen	10 1.0	8 1.8	10 1.2
x Hilfsorganisationen fuer Beduerftige	3 0.3	3 0.7	3 0.4
Sonstige	2 0.2	1 0.3	2 0.2
Nain, weiss nicht	46 4.6	27 6.0	46 5.2
<b>NICHT BEFRAGT (vgl. Frage 3)</b>	901 90.8	393 87.5	789 89.6
<b>Summe</b>	1024 103.3	477 106.0	913 103.7
nur eine richtige Organisation genannt	13 1.3	6 1.4	13 1.5
mehrere richtige Organisationen genannt	3 0.3	3 0.8	3 0.4
nur eine richtige Organisation genannt und "Es gibt nur diese" (Fr. 6a)	- -	- -	- -
mehrere richtige Organisationen genannt und "Es gibt nur diese" (Fr. 6b)	1 0.1	1 0.2	1 0.1

Müller-Boré &amp; Partner 30/56

Frage 6a : Ist dieser Name nur ein Beispiel und fallen Ihnen weitere nicht ein oder gibt es nach Ihrer Ansicht nur diese eine Organisation, auf die die Bezeichnung "Tafel" hinweist?

	Frage 1		Frage 2	
	Gesamt- Bevoelkerung	Ja, interessiert sich fuer gemein- nuetzige Spenden- organisationen	Ja, diese Bez. "Tafel" im Zus. mit gemein- nuetzigen Spenden- organisationen bekannt	
<b>BASIS (100 %)</b>	992	449	881	
(Vorgaben)				
Beispiel, weitere fallen mir nicht ein	13 1.3	6 1.4	13 1.5	
Es gibt nur diese	- -	- -	- -	
<b>NICHT BEFRAGT (vgl. Frage 5)</b>	979 98.7	443 98.6	867 98.5	
<b>Summe</b>	992 100.0	449 100.0	881 100.0	

Frage 6b : Sind diese Namen nur Beispiele und fallen Ihnen weitere nicht ein oder gibt es nach Ihrer Ansicht nur diese Organisationen, auf die die Bezeichnung "Tafel" hinweist?

	Frage 1		Frage 2	
	Ja, interessiert sich fuer gemeinnuetzige Spendenorganisationen		Ja, diese Bez. "Tafel" im Zus. mit gemeinnuetzigen Spendenorganisationen bekannt	
<b>Gesamt-Bevoelkerung</b>	992	449	881	
<b>BASIS (100 %)</b>				
(Vorgaben)				
Beispiele, weitere fallen mir nicht ein	3 0.3	3 0.6	3 0.3	
Es gibt nur diese	1 0.1	1 0.2	1 0.1	
<b>NICHT BEFRAGT (vgl. Frage 5)</b>	989 99.7	446 99.2	877 99.6	
<b>Summe</b>	992 100.0	449 100.0	881 100.0	

Müller-Boré & Partner 32/56

Müller-Boré & Partner 33/56

# Anhang

## 4.1 Fragebogen

Müller-Boré & Partner 34156

Fragebogen-Nr./Kfz-Nr.	F10221	Umfeld	Verkehrsgelting/Tafel
Studien-Nr.	660078	Anfragegeber	Deutsche Tafeln
Methode	CLASSIC BUS	Stichprobengröße	1000 Mann und Frauen/1424

1. Interessieren Sie sich für gemeinnützige Spendenorganisationen?

- Ja, sehr
- Ja, etwas
- Nein, überhaupt nicht

**Interviewer: Befragte(n) mit auf den Bildschirm sehen lassen!**

2. Haben Sie diese Bezeichnung

## Tafel

im Zusammenhang mit gemeinnützigen Spendenorganisationen schon einmal gehört oder gesehen / gelesen?

**Antwortvorgaben nicht zeigen und nicht vorlesen!**

- Ja  ⇒ Frage 3
- Kommt mir bekannt vor / glaube schon  ⇒ Frage 3
- Nein  ⇒ Ende

**Interviewer Befragte(n) mit auf den Bildschirmen lassen!**

3. Ist die Bezeichnung "Tafel" Ihrer Meinung nach im Zusammenhang mit gemeinnützigen Spendenorganisationen ein Hinweis auf eine ganz bestimmte Organisation **oder** ein Hinweis auf verschiedene Organisationen, die dem selben Verband angehören **oder** ein Hinweis auf verschiedene Organisationen, die nichts miteinander zu tun haben **oder** gar kein Hinweis auf irgendeine Organisation **oder** können Sie nichts dazu sagen?

**Elne Nennung!**

- Hinweis auf eine ganz bestimmte Organisation ( ) ⇒ Frage 4
- Hinweis auf verschiedenen Organisationen, die dem selben Verband angehören ( ) ⇒ Frage 4
- Hinweis auf verschiedene Organisationen, die nichts miteinander zu tun haben ( ) ⇒ Frage 5
- Gar kein Hinweis auf irgendeine Organisation ( ) ⇒ Ende
- Kann dazu nichts sagen ( ) ⇒ Ende

4. Wissen Sie, wie diese Organisation bzw. dieser Verband heißt?

- Ja, und zwar: .....
- Nein, weiß nicht ( )
- ⇒ Ende

5. Wissen Sie, wie diese verschiedenen Organisationen heißen?

- Ja, und zwar: .....  
.....  
.....
- Nein, weiß nicht ( )
- ⇒ Frage 6

Müller-Boré &amp; Partner 36/56

6. **Programmierung: Falls nur eine Nennung in Frage 5:**

Ist dieser Name nur ein Beispiel und fallen Ihnen weitere nicht ein oder gibt es nach Ihrer Ansicht nur diese eine Organisation, auf die die Bezeichnung "Tafel" hinweist?

**Programmierung: Falls mehrere Nennungen in Frage 5:**

Sind diese Namen nur Beispiele und fallen Ihnen weitere nicht ein oder gibt es nach Ihrer Ansicht nur diese Organisationen, auf die die Bezeichnung "Tafel" hinweist?

Beispiel/e, weitere fallen mir nicht ein

Es gibt nur diese/s

# Anhang 4.2 Methodenbeschreibung

Müller-Bore & Partner 37/56



## Anlage der Untersuchung

### Zielpersonen

Die Grundgesamtheit dieser Untersuchung umfasst Männer und Frauen im Alter ab 14 Jahren in der Bundesrepublik Deutschland. Der Umfang dieser Gesamtheit beträgt ca. 67,038 Mio. Personen der deutschen Wohnbevölkerung (Deutsche und EU-Ausländer).

Daraus wurde eine repräsentative Stichprobe im Umfang von ca. 1.000 Personen gezogen.

### Methode

Dieser Untersuchung liegt methodisch eine Quotenstichprobe zugrunde. Die Ermittlung der Quoten erfolgte auf der Basis amtlicher Statistiken und eigener Berechnungen.

Für die Bestimmung der Auskunftspersonen erhielten die Außenmitarbeiter der GfK die Merkmale Geschlecht und Alter der Befragten sowie Beruf des Haushaltvorstandes und Haushaltgröße direkt, die Merkmale Ortsgröße und Bundesland indirekt - jeder Außenmitarbeiter hatte an seinem Wohnort zu befragen - vorgegeben.



Müller-Boré & Partner 39/56

In der abschließenden Übersicht sind die Merkmale der Befragten (IST-Wert) den vorgegebenen Quoten (SOLL-Wert) gegenübergestellt.

Mögliche Abweichungen zwischen den IST- und SOLL-Strukturen werden durch ein mehrstufiges Optimierungsverfahren ausgeglichen („iterative Gewichtung“).

Dies kann dazu führen, daß sich für gleiche Absolut-Werte unterschiedliche Prozent-Werte ergeben.

#### **Befragungstechnik**

Die Befragung der Auskunftspersonen erfolgte anhand eines strukturierten Fragebogens unter Einsatz modernster Multimedia Pen Pads (GfK CAM\*QUEST), wobei die Außenmitarbeiter der GfK an die Fragenformulierung und an die Fragenreihenfolge gebunden waren. Die Antworten der Befragten waren im vollen Wortlaut zu notieren.

#### **Interviewereinsatz**

Insgesamt wurden 242 Interviewer bei dieser Untersuchung eingesetzt.



Müller-Boré & Partner 40/56

**Kontrollmaßnahmen** Zur Sicherstellung eines hohen Standards an Datenqualität hat die GfK vor der Auswertung der erhobenen Daten umfangreiche, gezielte Kontrollmaßnahmen ergriffen. Diese reichen von einer EDV-gestützten Kontaktkontrolle über die Kontrolle des Auswahlverfahrens, eines detaillierten Adressabgleichverfahrens zur Vermeidung von Mehrfachbefragungen bis hin zu einer qualitativen Kontrolle der eingegangenen Fragebögen.

Darüber hinaus werden ständig interviewbezogene Auswertungen durchgeführt. In regelmäßigen Basis- und Aufbauseminaren werden die Außendienstmitarbeiter der GfK intensiv geschult.

**Auswertung** Für die endgültige Auswertung standen netto 992 Fragebogen zur Verfügung, deren Inhalt nach entsprechender Vorbereitung vercodet und in die Datenbank übernommen wurde. Die EDV-Auswertung erfolgte auf leistungsfähigen Arbeitsplatzcomputern mit Quantime-Software in der Ad hoc Produktion der GfK.

Müller-Boré & Partner 41156

STUDIEN - NUMMER : 660 073

GfK MARKTFORSCHUNG GfK CLASSIC BUS Juli 2010

--- MERKMALE DER BEFRAGTEN ---

	Soll-Wert* %	Ist-Wert	
		Anz.	%
<b>GESCHLECHT</b>			
Maenner	49	483	49
Frauen	51	509	51
<b>ALTER</b>			
14 - 15 Jahre	2	19	2
16 - 19 Jahre	6	56	6
20 - 29 Jahre	13	133	13
30 - 39 Jahre	15	145	15
40 - 49 Jahre	19	190	19
50 - 59 Jahre	16	166	16
60 - 69 Jahre	14	140	14
70 + Jahre	15	153	15
<b>HAUSHALTSGROESSE</b>			
1 Personen-Haushalte	21	213	22
2 Personen-Haushalte	37	371	37
3 Personen-Haushalte	19	185	19
4 Personen-Haushalte und mehr	23	229	23
<b>ORTSGROESSE</b>			
Bis 4999 Einw	18	161	16
5000 bis 19999 Einw.	26	259	26
20000 bis 99999 Einw.	27	271	27
100000 Einw. und mehr	31	302	30
<b>BASIS (100 %)</b>		<b>992</b>	<b>100</b>

\* Soll-Wert:  
basiert auf amtlicher Statistik

Müller-Boré & Partner 2/56

STUDIEN - NUMMER : 660 073

GfK MARKTFORSCHUNG GfK CLASSIC BUS Juli 2010

--- MERKMALE DER BEFRAGTEN ---

	Soll-Wert* %	Ist-Wert	
		Anz.	%
<b>BERUF DES HAUSHALTSVORSTANDES</b>			
Arbeiter	26	263	26
Angestellte	30	296	30
Beamte	4	38	4
Selbst./Fr. Berufe/LW.	8	79	8
Berufslose (Rentner, Hausfrau/-mann, in Ausbildung, Schüler, Wehrpflicht, Arbeitslose)	32	310	32
<b>BUNDESLAND</b>			
Schleswig-Holstein	3	34	3
Hamburg	2	22	2
Niedersachsen/Bremen	11	104	10
Nordrhein-Westfalen	22	213	22
Hessen	7	71	7
Rheinl.-Pfalz/Saarland	6	62	6
Baden-Wuerttemberg	13	125	13
Bayern	15	148	15
Mecklenburg-Vorpommern	2	23	2
Sachsen-Anhalt	3	32	3
Brendenburg	3	34	3
Thuringen	3	31	3
Sachsen.	6	54	6
Berlin	4	41	4
<b>BASIS (100 %)</b>		<b>992</b>	<b>100</b>

\* Soll-Wert:  
basiert auf amtlicher Statistik

Müller-Boré & Partner 43/56

## Anlage AG16

Müller-Boré & Partner 44/56

CTM-ONLINE - Ausführliche Markeninformation



**Wortlaut der Marke :** Tafel  
**Nummer der Marke :** 008985541  
**Markenbasis:** GM  
**Eingangsdatum :** 26/03/2010  
**Anzahl der Ergebnisse:** 4 von 22

Bitte stellen Sie einen Antrag auf Akteneinsicht.

Beglaubigte Kopie des Anmeldeformulars Beglaubigte Kopie der Eintragungsurkunde



Marke

**Anmeldetag:** 26/03/2010  
**Tag der Eintragung:** 27/09/2010  
**Ablaufdatum:** 26/03/2020  
**Nizzaer Klassifikation:** 39, 45 ( Nizzaer Klassifikation)  
**Marke:** Einzelmarke  
**Art der Marke:** Wortmarke  
**Erlangte Unterscheidungskraft:** Nein  
**Zeichen des Anmelders:** B2971  
**Verfahrensstand der Marke:** Eintragung oder Löschung anhängig ( Glossar)  
( Statusverlauf)  
**Ersta Sprache:** Deutsch  
**Zweite Sprache:** Englisch  
**Nationale Recherche beantragt:** Nein

Graphische Wiedergabe

Keine Angabe unter der Anmeldenummer: 008985541.

Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen

**Nizzaer Klassifikation:** 39  
**Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen:** Einsammeln, Abholen, Transportieren und Verteilen von Gütern des täglichen Bedarfs, einschließlich Lebensmitteln, für Dritte, insbesondere für Bedürftige  
**Nizzaer Klassifikation:** 45  
**Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen:** Von Dritten erbrachte persönliche und soziale Dienstleistungen betreffend individuelle Bedürfnisse.

Beschreibung

**Beschreibung der Marke:** \*

Inhaber

**Name:** Bundesverband Deutsche Tafel e. V.  
**Nummer:** 393415  
**Natürliche/juristische Person:** Juristische Person  
**Anschrift:** Französische Str. 13  
**Postleitzahl:** 10117  
**Stadt:** Berlin  
**Staat:** DEUTSCHLAND  
**Korrespondenzanschrift:** Bundesverband Deutsche Tafel e. V. Französische Str. 13 D-10117 Berlin ALEMANIA

Vertreter

**Name:** MÜLLER - BORÉ & PARTNER  
**Nummer:** 11074  
**Art:** 4 - Zusammenschluss  
**Anschrift:** Grafinger Str. 2  
**Postleitzahl:** 81671  
**Stadt:** München  
**Staat:** DEUTSCHLAND  
**Korrespondenzanschrift:** MÜLLER - BORÉ & PARTNER Grafinger Str. 2 D-81671 München ALEMANIA

Telefon-Nummer: 00 49-89490570  
Fax: 00 49-8945067450  
E-Mail: [mbp@mueller-bore.de](mailto:mbp@mueller-bore.de)

Müller-Boré & Partner 45/56

Seniorität

Staat: DEUTSCHLAND  
Eintragungsnummer: 39710416  
Verfahrensstand: Angenommen  
Anmeldetag: 07/03/1997  
Datum des Zugeständnis: 29/04/1997

Ausstellungspriorität

Keine Angabe unter der Anmeldenummer: 008985541

Priorität

Keine Angabe unter der Anmeldenummer: 008985541.

Umwandlung der Internationalen Eintragung

Keine Angabe unter der Anmeldenummer: 008985541.

Veröffentlichung

Nr. des Blatts für Gemeinschaftsmarken: **2010/107**  
Tag der Veröffentlichung: 14/06/2010  
Teil: A.1  
Nr. des Blatts für Gemeinschaftsmarken: **2010/184**  
Tag der Veröffentlichung: 30/09/2010  
Teil: B.1  
Nr. des Blatts für Gemeinschaftsmarken: **2010/229**  
Tag der Veröffentlichung: 07/12/2010  
Teil: C.9.1

Widerspruch

Keine Angabe unter der Anmeldenummer: 008985541.

Löschung

Löschungs-Nr.: 000004914 (↔ Datenbank mit Entscheidungen der Nichtigkeitsabteilung)  
Art: Löschung aufgrund von Nichtigkeit  
Datum der Einreichung des Löschungsantrags: 04/11/2010

Beschwerden

Keine Angabe unter der Anmeldenummer: 008985541.

Sonstige Eintragungen

Rubrik: Anträge auf Erklärung des Verfalls oder der Nichtigkeit  
Unterrubrik: Anträge auf Erklärung des Verfalls  
Nummer: 005243137  
Nr. des Blatts für Gemeinschaftsmarken: **2010/229**  
Tag der Veröffentlichung: 07/12/2010  
Teil: C.9.1

Verlängerungen

Keine Angabe unter der Anmeldenummer: 008985541.



Müller-Boré & Partner 46/56

## Anlage AG17

Müller-Boré &amp; Partner

47/56

**Markenname** Tiertafel  
**Markennummer** DE30603468

**Aktenzeichen** 30603468.9  
**Rechtsstand** Zurückgezogen / Zurückgenommen

**Typ** Wortmarke

**Anmeldedatum** 23.01.2006  
**Datum polymark** polymark Eingangsdatum 24.02.2006, polymark Aktualisierung 08.11.2006

**Nizzaklasse** 37, 39, 43

**Inhaber** Claudia Holm, Rathencw, DE  
**Vertreter** Patentanwalt Wolfgang Heitsch, Groß Kreuz  
**Korrespondenzadresse** Patentanwalt Wolfgang Heitsch, Göhlsdorfer Str. 3, 14550 Groß Kreuz

**Waren & Dienstleistungen**  
 37 Reinigen von Tieren  
 39 Einsammeln und Lagerung von Tierfutter  
 43 Dienstleistungen eines Tierhelmes, insbesondere Füttern von fremden Tieren

**Historie**

Publ.Datum	Hefeteil	Text
31.08.2006		Marke Zurückgezogen - Zurückgenommen Begründung: Gebührenmangel (§ 6 Abs. 2 PatKostG)

Müller-Boré & Partner 48/56

Anlage AG18



**HARMONISIERUNGSAMT FÜR DEN BINNENMARKT (HABM)**

**WIDERSPRUCH**

Müller-Boré & Partner 40156

Anzahl Seiten (einschl. dieser) <b>7</b>	Zeichen des Widersprechenden/Vertreters (nicht mehr als 20 Zeichen) 32.009.10	Mod. 007										
<b>Widersprechender</b> ID-Nummer <input type="text"/> <input type="checkbox"/> mehrere Widersprechende												
Name der J.r. Person oder Vorname und Name Telefon, Fax, E-Mail Anschrift Straße und Hausnr. PLZ und Ort Land Postanschrift (falls abweichend) Staatsangehörigkeit	Schweinfurter Kindertafel e.V.  Friedrichstr. 8 97421 Schweinfurt Deutschland											
<b>Vertreter</b> ID-Nummer <input type="text"/> <input type="checkbox"/> mehrere Vertreter												
Name Telefon, Fax, E-Mail Anschrift Straße und Hausnr. PLZ und Ort Land Postanschrift (falls abweichend)	Marie Nitschke +49 3327 731544 +49 3327 731547 warden@rolloff-nitschke.de Brandenburger Str. 143 14542 Werder Deutschland											
Art des Vertreters <input checked="" type="checkbox"/> Rechtsanwalt <input type="checkbox"/> zugelassener Vertreter <input type="checkbox"/> Zusammenschluss von Vertretern <input type="checkbox"/> Angestellter												
<b>Angefochtene Anmeldung</b> Nummer der Anmeldung/IR-Nummer <input type="text" value="008734212"/> Tag der Veröffentlichung (TTMMJJJJ) <input type="text" value="22 / 02 / 2010"/>												
Name des GM-Anmelders/Inhabers der IR-Markte <input type="text" value="Bundesverband Deutsche Tafel e.V."/> Sprache des Widerspruchs <table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"><tr><td>EE</td><td>DE</td><td>EN</td><td>FR</td><td>IT</td></tr><tr><td></td><td style="text-align: center;">✓</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>			EE	DE	EN	FR	IT		✓			
EE	DE	EN	FR	IT								
	✓											
Reichweite des Widerspruchs <input checked="" type="checkbox"/> alle Waren und Dienstleistungen der Anmeldung <input type="checkbox"/> folgende Waren und Dienstleistungen der Anmeldung: <div style="border: 1px solid black; height: 40px; width: 100%; margin-top: 5px;"></div> <input type="checkbox"/> weitere Blätter												
<b>Gebührensatzung</b> Total <input type="text" value="€ 350"/>		<b>Unterschrift</b>										
Laufendes Konto beim HABM <input type="checkbox"/> Konto-Nr. <input type="text"/> <input type="checkbox"/> Mein laufendes Konto beim HABM nicht verwenden		Name <input type="text" value="Nitschke"/> Unterschrift <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center; font-family: cursive; font-size: 1.2em;">Ch. Müller</div>										
Überweisung auf Konto des HABM <input checked="" type="checkbox"/> Banco Bilbao Vizcaya Argentaria <input type="checkbox"/> La Caixa Datum der Überweisung (TTMMJJJJ) <input type="text" value="20 / 05 / 2010"/>												

#14007 DE01VZC



Fremdliche Nutzung kann für den Binnenmarkt

Agda de Europa, 4 E-20028 Alcazar

Tel. +34-925 726 100 Fax +34-925 727 344

- Allgemeine Vollmacht
- Einzelvollmacht

Geschäftszeichen des Verwalters 32.009.10

Ich / Wir

Name(n)  
ID-Nummer des  
Vollmachtgebers

Schweinfurter Kindertafel e.V.

Anschrift  
Straße, Hausnummer  
Postleitzahl, Ort  
Staat  
Tel.-Nr.  
Fax-Nr.

Friedrichstr. 0  
97421 Schweinfurt  
Deutschland

bevollmächtigen  
hiermit

Art der Vertretung

- Zurechnbarer Vertreter  
Vertreterunternehmensgruppen  
Vertreter
- Rechtsanwalt
- Zustimmungsbehörde nach Art. 177 Abs. 1
- Angestellter

(Ort) des  
Vertragsabschlusses  
von Vertreten

Mario Nitschke

Anschrift (Gemeinschaft)  
Straße, Hausnummer  
Postleitzahl, Ort  
Staat  
Tel.-Nr.  
Fax-Nr.

Brandenburger Str. 143  
14842 Warden  
Deutschland  
+49 3327 731544  
+49 3327 731547

nicht/uns vor dem Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt  
(Marken, Muster und Modelle)

Allgemeine Vollmacht

- in allen Verfahren als Anwender und Inhaber, die alle gegenwärtigen und zukünftigen Anmeldungen und Eintragungen von Gemeinschaftsmarken betreffen, und in allen übrigen Verfahren vor dem Amt zu vertreten

Einzelvollmacht

- in dem/ den folgenden Verfahren zu vertreten  
Widerspruch gegen GM-Anmeldung 008734422

Untervollmacht

- darf erwidert werden
- darf nicht erwidert werden

Unterschriften  
des/ der  
Unterschrift  
Name des/der  
Unterschrift

Schweinfurt, den 20.05.2010  
Schweinfurter Kindertafel e.V.  
Friedrichstr. 0  
97421 Schweinfurt  
www.schweinfurter-kindertafel.de

Müller-Boré & Partner 51156

# WIDERSPRUCH

## GRUNDLAGE DES WIDERSPRUCHS: EINGETRAGENE/ANGEMELDETE MARKE

**Angaben zur Älteren Marke**  eingetragene Marke  angemeldete Marke

Gemeinschaftsmarke  nationale Marke  mit Wirkung für einen Mitgliedstaat international registrierte Marke

Mitgliedstaat(en):  EM  BX  CZ  DK  DE  EE  GR  ES  FR  IE  IT  CY  LV  LT  HU  MT  AT  PL  PT  SI  SK  FI  SE  GB

Anmeldetag (TT/MM/JJJJ)  **Wiedergabe der Marke (ggf. in Farbe)**

Anmeldenummer

Tag der Eintragung (TT/MM/JJJJ)

Nummer der Eintragung

**Art der Widerspruchsmarke**

Wortmarke

Bildmarke

Sonstiges (bitte angeben)

**Waren und Dienstleistungen, auf denen der Widerspruch beruht**

alle Waren und Dienstleistungen der Eintragung/Anmeldung  beigelegt

folgende Waren und Dienstleistungen:

weitere Blätter

**Berechtigung des Widersprechenden**

Inhaber  ermächtigter Lizenznehmer

Abschrift der Eintragung/Anmeldung  beigelegt  wird nachgereicht

Übersetzung  beigelegt

**Widerspruchsgründe**

Artikel 8 (1)(a) GMV - Die GM-Anmeldung ist mit der älteren Marke identisch und die Waren und/oder Dienstleistungen sind identisch

Artikel 8 (1)(b) GMV - Es besteht Verwechslungsgefahr beim Publikum

Artikel 8 (5) GMV - Die Benutzung der angefochtenen Marke würde die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der älteren Marke in unlauterer Weise ausnutzen oder beeinträchtigen

**Begründung**

Die ältere Marke "Schweinfurter Kindertafel" und die jüngere Anmeldung "Kindertafel" sowie die benannten Dienstleistungen sind identisch bzw. sehr ähnlich, sodass die Gefahr der Verwechslung besteht.

weitere Blätter

**Gebiet, in dem die ältere Marke bekannt ist**

EM  BX  CZ  DK  DE  EE  GR  ES  FR  IE  IT  CY  LV  LT  HU  MT  AT  PL  PT  SI  SK  FI  SE  GB

**Waren und Dienstleistungen, für die die Marke bekannt ist**

alle Waren und Dienstleistungen der Eintragung/Anmeldung

folgende Waren und Dienstleistungen der Eintragung/Anmeldung:

weitere Blätter

**Nachweis der Bekanntheit**  beigelegt  wird nachgereicht  Übersetzung beigelegt

#TMD07DE02V2C



Deutsches  
Patent- und Markenamt

---

## Informationen zur Marke 302009058244, Stand 19.05.2010

---

Die Marke mit der Registernummer 302009058244 ist mit den folgenden Angaben in das Register des Deutschen Patent- und Markenamts eingetragen.

Die Schutzdauer der Marke beginnt mit dem Anmeldetag und endet am 31.10.2019. Eine Verlängerung um jeweils 10 Jahre ist gemäß § 47 Markengesetz möglich.

---

### Informationen zur Marke 302009058244, Stand: 19.05.2010

- [-----] Datenbestand: DE  
[111] Registernummer: 302009058244  
[210] Aktenzeichen: 3020090582440  
[340] Wiedergabe der Marke

**Ein gesundes Schulbrot  
für bedürftige Kinder !**



- [550] Markenform: Wort-Bildmarke  
[---] Eintragung farbig: Ja  
[591] Bezeichnung der Farben: schwarz, weiß, blau  
[220] Anmeldetag: 05.10.2009  
[151] Tag der Eintragung im Register: 08.01.2010  
[730] Inhaber: Schweinfurter Kindertafel e.V., 97421 Schweinfurt, DE  
[750] Zustellschrift: Schweinfurter Kindertafel e.V. z.Hd. Herrn Stefan Labus, Friedrichstr. 8, 97421 Schweinfurt  
[-----] Version der Nizza-Klassifikation: NCL9  
[511] Klassen: 43  
[531] Wiener-Bildklassifikationen: 24.17.02, 24.17.04, 25.01.01, 27.05.01, 29.01.13, 11.03.09, 11.01.05  
[---] Aktenzustand: Marke eingetragen, Widerspruchsfrist läuft
-

Müller-Boré & Partner 53/56



Deutsches  
Patent- und Markenamt

[180] Schutzenddatum: 31.10.2019  
[450] Tag der Veröffentlichung: 12.02.2010  
[510] Waren- / Dienstleistungsverzeichnis:

Klasse	Begriffe
43	Verarbeitung von Lebensmitteln zur Zubereitung von Pausenbrotan für bedürftige Schulkinder in Schweinfurt

### Verfahrensdaten

#### Anmeldeverfahren

- [-----] Verfahrensart: Anmeldeverfahren
- [-----] Verfahrensstand: Marke eingetragen
- [-----] EDV-Erfassungstag : 08.01.2010
- [-----] Markenblatt: 6/2010
- [-----] Veröffentlicht in Teil : 2aaa
- [-----] Datenbestand: DE
- [540] Wiedergabe der Marke

**Ein gesundes Schulbrot  
für bedürftige Kinder !**



- [550] Markenform: Wort-Bildmarke
- [-----] Eintragung farbig: Ja
- [591] Bezeichnung der Farben: schwarz, weiß, blau
- [220] Anmeldetag: 05.10.2009
- [151] Tag der Eintragung im Register: 08.01.2010
- [-----] Veröffentlichungsdatum: 12.02.2010
- [730] Anmelder: Schweinfurter Kindertafel e.V., 97421 Schweinfurt, DE
- [750] Zustellanschrift: Schweinfurter Kindertafel e.V. z.Hd. Herrn Stefan Labus, Friedrichstr. 8, 97421 Schweinfurt
- [-----] Version der Nizza-Klassifikation: NCI 9



Deutsches  
Patent- und Markenamt

Müller-Boré & Partner 54/56

---

[511] Klassen: 43

[510] Waren- / Dienstleistungsverzeichnis:

Klasse	Begriffe
--------	----------

43	Verarbeitung von Lebensmitteln zur Zubereitung von Pausenbrotten für bedürftige Schulkinder in Schweinfurt
----	--

[531] Wiener-Bildklassifikationen: 11.01.05, 24.17.02, 25.01.01, 11.03.09, 24.17.04, 27.05.01, 29.01.13

Müller-Boré & Partner 55/56

## Anlage AG19

**Karin Costescu**

**Müller-Boré & Partner 56/56**

**Von:** Evelin Schulz [schulz@tafel.de]  
**Gesendet:** Mittwoch, 21. April 2010 16:40  
**An:** Karin Costescu  
**Cc:** 'Wiener Tafel'  
**Betreff:** WG: AW: Marke "Tafel" in Österreich  
**Kennzeichnung:** Zur Nachverfolgung  
**Kennzeichnungsstatus:** Blau  
**LISTE:** LISTE

**Von:** Wiener Tafel [mailto:office@wienertafel.at]  
**Gesendet:** Mittwoch, 21. April 2010 11:01  
**An:** schulz@tafel.de  
**Betreff:** Marke "Tafel" in Österreich

Sehr geehrte Frau Schulz,

mein Name ist Franz Bauer, ich arbeite für die Wiener Tafel und ich habe eine Bitte an Sie:

[REDACTED]  
[REDACTED]  
[REDACTED] und Sie daher bitten die Wiener Tafel als autorisierten Lizenznehmer in Österreich auszuweisen, damit wir auf die weitere Vergabe des Tafel-Namens als Marke und die Einhaltung der Tafel-Grundsätze und -Richtlinien achten können.

Ihre Unterstützung wäre uns eine riesengroße Hilfe!

Wir freuen uns auf Ihre Antwort!

Liebe Grüße und alles Gute,  
Franz Bauer und das Wiener Tafel Team