

Rote Karte für die FIFA? – „WM-Marken“-Urteil des BGH



Pünktlich vor dem Start der Fußballweltmeisterschaft in Südafrika veröffentlichte der BGH die Urteilsgründe zu seiner Entscheidung „WM-Marken“ (Urteil vom 12. November 2009, Az. I ZR 183/07). Die Entscheidung ist sowohl für Sponsoren als auch für Werbetreibende von Bedeutung.

In der Sache hat die FIFA auf Einwilligung und Löschung der Marken „WM 2010“, „SÜDAFRIKA 2010“ und „DEUTSCHLAND 2006“ geklagt und ihre Ansprüche dabei sowohl auf das MarkenG als auch auf das UWG gestützt.

Der BGH hat die Klage der FIFA zurückgewiesen. Es bestehe keine Verpflichtung der Beklagten zur Rücknahme der Marken „WM 2010“, „SÜDAFRIKA 2010“ und „DEUTSCHLAND 2006“. In Bezug auf die Marke „WM 2010“ sei schon nicht in den Schutzbereich einer der Klagemarken eingegriffen worden. Eine Verwechslungsgefahr zwischen der Klagemarke der FIFA „SOUTH AFRICA 2010“ und der angegriffenen

Marke „Südafrika 2010“ verneinte der BGH mit der Begründung, dass die Klagemarke der FIFA, die im Wesentlichen auf das WM-Event hinweise, an eine beschreibende Angabe angelehnt sei und daher nur über eine schwache Kennzeichnungskraft und einen engen Schutzbereich verfüge. Für die weitere im Streit stehende Markenkollision gelte Entsprechendes. Auch Werktitelrechte der FIFA seien, obwohl deren generelle Existenz im Zusammenhang mit Sportveranstaltungen denkbar sind, nicht tangiert, was auch für Unternehmenskennzeichen gemäß §§ 5 Abs. 1, 15 Abs. 2 MarkenG gelte.

Ansprüchen der FIFA aus UWG, etwa wegen Irreführung gemäß § 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 Nr. 4 UWG, erteilte der BGH ebenfalls eine Absage, da der informierte Verbraucher zwischen der Werbung eines offiziellen Sponsors, welcher den Umstand des Sponsorings deutlich herausstelle und der sonstigen werblichen Vermarktung der Fußballweltmeisterschaft trennen könne. Ansprüche wegen einer gezielten Behinderung lägen ebenfalls nicht vor, da die FIFA nach wie vor über eine ausreichende Vielzahl von prioritätsälteren Markenrechten verfüge und kein Umstand ersichtlich sei, weshalb sie durch die Marken der Beklagten in ihrer wirtschaftlichen Entfaltung behindert werde. Schließlich seien auch Ansprüche aus der Generalklausel des § 3 UWG nicht gegeben, da in einer bloßen Bezugnahme auf eine Veranstaltung und deren Ruf keine unzulässige geschäftliche Handlung im Sinne des § 3 Abs. 1 UWG gesehen werden könne.

Für Unternehmen, die unter Bezugnahme auf die Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika werben wollen, ist die Entscheidung eine erfreuliche Nachricht, denn eine bezugnehmende Werbung dürfte nach diesem Urteil kaum noch zu beanstanden sein, sofern hierbei Markenrechte der FIFA nicht identisch benutzt werden. Für die Organisatoren großer Sportveranstaltungen ist die Entscheidung dagegen unerfreulich. Letzteres gilt auch für offizielle Sponsoren der WM 2010, denn eine exklusive werbliche Auseinandersetzung mit der WM 2010 dürfte durch das „WM-Marken“-Urteil des BGH weiter eingeschränkt worden sein. Dadurch werden Sponsoren im Ergebnis darauf beschränkt, mit ihrer Eigenschaft als Sponsor exklusiv zu werben.

Für weitere Fragen und/oder zusätzliche Informationen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Kontakt:



Dr. Martin Viefhues
Rechtsanwalt/Geschäftsführer

T +49 (0)221 27758-212
viefhues@jonas-lawyers.com



Karl Hamacher
Rechtsanwalt/Geschäftsführer

T +49 (0)221 27758-210
hamacher@jonas-lawyers.com

JONAS RECHTSANWALTSGESELLSCHAFT MBH

JONAS VIEFHUES HAMACHER WEBER

Hohenstaufenring 62 . 50674 Köln

Tel. +49 (0)221 27758-0 . Fax +49 (0)221 27758-1

info@jonas-lawyers.com . www.jonas-lawyers.com



Kanzlei des Jahres im Marken- und Wettbewerbsrecht