JONAS

IP-NEWS 7. Januar 2014

Ein schmaler Grat -Marketing im Umfeld der Fußball-WM 2014.



I. MARKETING IM UMFELD DER WM? JA, ABER ...

In einem guten halben Jahr findet in Brasilien die Fußballweltmeisterschaft statt. Unternehmen, die dieses Großereignis für werbliche Zwecke nutzen möchten, müssen bereits jetzt Strategien und Konzepte entwickeln, die nicht nur unter Marketinggesichtspunkten Erfolg versprechen, sondern auch kein teures juristisches Nachspiel nach sich ziehen. Dabei bewegen sich Unternehmen oft auf einem schmalen Grat. Gefahren drohen nicht nur bei der Verwendung von Begriffen und Logos, die als Hinweis auf die Fußball-WM verstanden werden, sondern auch bei der Verwendung von Nationalflaggen. Bei der Planung und Durchführung von Marketingaktionen im Umfeld der Fußball-WM sollte daher unbedingt vorab geprüft werden, ob die Grenzen des Erlaubten noch eingehalten werden.

II. GEFAHREN AUFGRUND MARKENRECHTE DRITTER

Insbesondere die FIFA hat sich als Veranstalter auch für die anstehende Fußball-WM wieder zahlreiche Logos und Begriffe als Marken schützen lassen, die sie erfahrungsgemäß aggressiv verteidigen wird. Sprachübliche Bezeichnungen für die Veranstaltung, wie WM 2014, sind nach der derzeitigen Rechtsprechung des BGH zwar nicht als Marke schutzfähig und können somit von der Allgemeinheit genutzt werden. Im Vorfeld einer Marketingkampagne sollte gleichwohl sorgfältig geprüft werden, ob Markenrechte Dritter durch verwendete Begriffe oder Logos verletzt werden könnten.

III. MARKETINGAKTIONEN DÜRFEN INSBESONDERE NICHT IRREFÜHREND SEIN

Unter wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten ist insbesondere zu beachten, dass durch Aktionen im Umfeld der Fußball-WM nicht der Eindruck erweckt werden darf, dass der Werbende ein offizieller Sponsor (der Fußball-WM oder einer teilnehmenden Nationalmannschaft) ist, wenn dies nicht zutrifft. Auch bei der Abbildung von Flaggen ist Vorsicht geboten, da dies als Hinweis auf die geografische Herkunft eines Produkts verstanden werden könnte.

IV. VORSICHT BEI DER ABBILDUNG VON FLAGGEN

Bei der Abbildung von Flaggen ist zudem zu berücksichtigen, dass nach § 124 Abs. 1 Nr. 2 OWiG die unbefugte Verwendung der Bundesdienstflagge eine Ordnungswidrigkeit darstellt, die mit Bußgeld geahndet werden kann. Ebenfalls bußgeldbewehrt ist gemäß § 145 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG die widerrechtliche Benutzung einer Flagge in markenmäßiger Weise, d. h. zur Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen.

Trotz dieser Gefahren sollten sich Unternehmen nicht von Marketingaktionen im Umfeld der Fußball-WM abschrecken lassen. Wenn die rechtlichen Grenzen beachtet werden, kann auch mit der Fußball-WM in diesem Jahr erfolgreich geworben werden.

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

Kontakt:



Dr. Nils Weber Rechtsanwalt/ Geschäftsführender Gesellschafter Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz T +49 (0)221 27758-280

weber@jonas-lawyers.com



Christian Giersdorf, LL.M.
Rechtsanwalt

T +49 (0)221 27758-238 giersdorf@jonas-lawyers.com

JONAS Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

Hohenstaufenring 62 . 50674 Köln Tel. +49 (0)221 27758-0 . Fax +49 (0)221 27758-1 info@jonas-lawyers.com . www.jonas-lawyers.com