

!

## KOMMENTAR

## „Prosit Budweiser“

Die Marke ist Visitenkarte und Aushängeschild für ein Unternehmen. Hierin und nicht in temporären Bilanzen zeigt sich der tatsächliche Unternehmenswert. Zur vorrangigen Bedeutung langjähriger Firmentradiition mit geographischem Ursprung folgender Fall. Auf Vorlage des Court of Appeal (England & Wales) wurde die Erste Kammer des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) in ihrer kürzlich mit den Gründen veröffentlichten Entscheidung (C-482/09) damit befasst, den verbittert geführten Rechtsstreit zwischen der Budějovický Budvar, národní podnik (Budvar), einer in České Budějovice (Tschechische Republik) ansässigen Brauerei, und der Anheuser-Busch Inc. (Anheuser-Busch), einer Brauerei mit Sitz in Saint Louis (USA), zu schlichten. Seit den Jahren 1973/74 vertreiben beide Parteien auf dem Markt des Vereinigten Königreichs ihre Biere unter dem Wortzeichen „Budweiser“. 1979 meldete Anheuser-Busch, 1989 Budvar das Wort „Budweiser“ als Marke für „Bier, Ale und Porter“ an. Im Hinblick auf eine redliche gleichzeitige Benutzung („honest concurrent use“) ließ der Court of Appeal die Eintragung beider Marken im Markenregister des Vereinigten Königreichs zu, die im Jahr 2000

erfolgte. Anheuser-Busch machte 2005 geltend, die Marke Budweiser zugunsten Budvar müsse als ungültig erklärt werden.

Der EuGH weist auf das Ziel hin, dass nach der einschlägigen Richtlinie 89/104 für den Erwerb und die Aufrechterhaltung einer eingetragenen Marke in allen Mitgliedstaaten grundsätzlich gleiche Bedingungen gelten. Der Inhaber einer älteren Marke müsse in der Lage sein, sich einer mit seiner Marke identischen jüngeren Marke zu widersetzen. Die wesentlichen Funktionen der Marke liegen in der Gewährleistung der Herkunft der Ware gegenüber den Verbrauchern und der Qualität der Ware sowie in der nachhaltigen Möglichkeit zu Kommunikation, Investition und Werbung.

Trotz Identität der Warenbranche Bier und der Wortmarke Budweiser hat der EuGH eine Beeinträchtigung von Anheuser-Busch in diesem Ausnahmefall verneint. Denn vor der Eintragung der Marken für beide Parteien haben diese die Marken fast 30 Jahre benutzt. Der Court of Appeal hat diese gleichzeitige und gemeinsame Eintragung gestattet. Die Benutzung ihrer Marken nahmen beide Unternehmen von Anfang an gutgläubig vor. Das den Fall vorlegende Gericht hatte festgestellt, dass ungeachtet

der identischen Bezeichnungen die Verbraucher im Vereinigten Königreich den Unterschied der Biere von Budvar einerseits und Anheuser-Busch andererseits deutlich wahrnehmen, da diese seit jeher in Geschmack, Preis und Aufmachung unterschiedlich sind.

Die langjährige Koexistenz der Biere auf dem britischen Markt ist nachhaltiger Beleg für die wahrgenommene Herstellung der beiden Biere „Budweiser“ durch divergierende Unternehmen. Der EuGH hält im Hinblick auf die aufgezeigten Umstände als Ergebnis fest, dass „die seit Langem bestehende gleichzeitige redliche Benutzung zweier identischer Marken, die identische Waren bezeichnen, die Hauptfunktion der Marke, d. h. die Gewährleistung der Herkunft der Ware gegenüber Verbrauchern, nicht beeinträchtigt oder beeinträchtigen kann.“

Bleibt mit Spannung abzuwarten, ob zukünftig bezogen auch auf anderweitige Waren oder Dienstleistungen miteinander im Wettbewerb stehende Unternehmen sich tatsächlich nachweisbar auf eine redliche gleichzeitige Benutzung („honest concurrent use“) berufen und erfolgreich eine Verdopplung von eigenständigen Markenpositionen erwirken können.



Dr. Fidelio Unger,  
Rechtsanwalt

„Die wesentlichen Funktionen der Marke liegen in der Gewährleistung der Herkunft der Ware.“

## GE-BUCHT: Die Zelle

**TERRORISMUS** Am 4. November 2011 begehen die beiden Rechtsextremisten **Uwe Mundlos** und **Uwe Böhnhardt** Selbstmord. Nach ihrem letzten Banküberfall hatte die Polizei ihr Versteck aufgespürt. Wenige Tage darauf stellt sich ihre Komplizin **Beate Zschäpe**. Bald wird bekannt, dass die Bande jah-

relang aus dem Untergrund heraus jene Verbrechen begangen hatte, die unter dem Unwort „Döner-Morde“ republikweit bekannt wurden. Recherchen für das ARD-Magazin „Panorama“ gaben für die Journalisten **Christian Fuchs** und **John Goetz** den Anstoß, ein äußerst lesenswertes Buch zu schreiben.

Darin ziehen sie akribisch die Fakten des Werdegangs des Trios von ihrer Kindheit in der DDR zum Sinnbild rechter Gewalt nach. Die Autoren zeigen auch auf, welche politischen und gesellschaftlichen Gründe es hatte, dass die Ermittler so lange Zeit den fremdenfeindlichen Terroristen nicht auf die Spur kamen.

■ **Chr. Fuchs / J. Goetz: Die Zelle.** Rowohlt Verlag, 272 S., ISBN: 978-3-498-02005-7, 14,95 Euro

