



PIXELIO.DE

Europameisterschaft in Österreich: Damit man nicht ins Netz der UEFA-Anwälte gerät, gilt es bei der eigenen Werbung eine Menge zu beachten.

Teures Merchandising

RECHTSTIPP Im kommenden Jahr findet in Österreich die Fußball-EM 2008 statt. Am Rasen wird Österreich vermutlich nur kurz dabei sein, im Merchandising aber sehen heimische Unternehmen ihre große Chance. Doch welche Werbemaßnahmen sind zulässig?

Von Dr. Stephan Größ und Mag. Arno Chichocki

Von früheren Großereignissen dieser Art sind uns Produkte wie etwa das „WM-Fußballfitweckerl“, die „EM-Torte“ oder so manches Preisausschreiben noch in bester Erinnerung. Doch sind diese Werbemaßnahmen auch rechtlich eine sichere Sache? Wann begibt man sich auf Terrain, das den EM-Hauptsponsoren vorbehalten ist?

Der offizielle Veranstalter der EM 2008, die UEFA, hat naheliegenderweise ein großes Interesse daran, seine Sponsoren möglichst bei Laune – also investitionsfreudig – zu halten. Seitens der UEFA wurde daher bereits im Vorfeld eine breite Palette an Wort-, Bild- und Hörmarken geschützt. Dadurch sollte sichergestellt werden, dass diese Marken nur von offiziellen Sponsoren, die über eine Lizenz der UEFA verfügen, genutzt werden können. Die Bandbreite der geschützten Marken reicht vom offiziellen „UEFA-2008-Logo“ über die UEFA-2008-Maskottchen „Trix und Flix“, die Bezeichnung „EM 2008“ bis hin zum Schutz des offiziellen Slogans „Erlebe Emotionen“.

Ob Wortmarken wie „EM 2008“ oder auch „EURO 2008“ überhaupt schutzbar sind, kann zwar unter Berücksichtigung der „WM-2006-Marken-Judikatur“ in Deutschland in Frage gestellt werden. So wurde diskutiert, ob derartige Marken tatsächlich unterscheidungskräftig sind oder ob es sich nicht bloß um beschreibende, nicht schutzfähige Zeichen handelt. Faktum ist, dass diese Marken aufrecht registriert und damit auch geschützt sind.

Jeder kreative Marketingstrategie muss daher eindringlich davor gewarnt werden, die von der UEFA geschützten Marken für seine Werbezwecke zu verwenden. Die einzige Möglichkeit, Begriffe wie „EURO 2008“ oder „EM 2008“ zu nutzen, liegt darin, diese Begriffe lediglich beschreibend zu gebrauchen und dabei in keiner Weise den Anschein zu erwecken, es handle sich um die Werbung eines offiziellen EM-Sponsors. Ein Angebot „aus Anlass der EM 2008“ erscheint aus markenrechtlicher Sicht unproblematisch.

Wettbewerbsrechtliche Fragen. Darüber hinaus könnten Marketingmaßnahmen rechtswidrig sein, wenn sie wettbewerbsrechtlich verpönt sind. Als wettbewerbsrechtlich relevante Verletzungstatbestände kommen nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) vor allem die irreführende Werbung, die Behinderung und die Rufausbeutung in Frage.

- ▶ Von irreführender Werbung könnte man sprechen, wenn die Marketingmaßnahme den Eindruck erweckt, der Werber trete als Sponsor der EM 2008 auf oder stehe sonst in einer Nahebeziehung zum Veranstalter.
- ▶ Wird durch Werbemaßnahmen in die Beziehung zwischen dem offiziellen Sponsor und dem Kunden in der Weise eingegriffen, dass der offizielle Sponsor mit seiner eigenen Leistung nicht mehr zur Geltung kommt, wäre der Tatbestand der Behinderung erfüllt. Hierbei müsste es sich jedoch um eine sehr breit angelegte und intensive Marketingmaßnahme handeln, die dazu führt, dass die Werbung des offiziellen Sponsors in den Hintergrund rückt. Dies wird in der Praxis nur selten vorkommen.
- ▶ Außerdem könnte auch der Tatbestand der Rufausbeutung vorliegen, wenn etwa offizielle Logos unberechtigterweise für Marketingmaßnahmen verwendet werden. In diesen Fällen wird aber in der Regel bereits ein bestehender markenrechtlicher Schutz eine derartige Marketingmaßnahme zu Fall bringen.

Werbemaßnahmen in den Stadien. Besonders kreative Marketingexperten könnten nun auf die Idee kommen, mit geplanten Marketingaktionen in den Stadien auf sich aufmerksam zu machen. Auch vor derartigen Maßnahmen hat sich die UEFA als Veranstalter der Europameisterschaft bereits geschützt:

Sie bediente sich dabei ihres „Hausrechts“ als Veranstalter und untersagte in den allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) für den Kartenverkauf während der EM allen Personen, die sich ein Spiel im Stadion ansehen, Artikel für Werbe- oder kommerzielle Zwecke zu benutzen, bei oder an sich zu tragen, derartige Artikel zum Verkauf anzubieten, zu verkaufen oder in der Absicht mitzubringen, diese als Getränke, Lebensmittel, Souvenirs, Kleidung, Werbeartikel und/oder kommerzielle Artikel zu verkaufen.

Ebenso müssen all jene enttäuscht werden, die mit „Livemitschnitten“ oder Aufnahmen von EM-Fußballspielen Werbung machen wollen. Auch diesbezüglich hat die UEFA vorgesorgt: Sie erlaubt in ihren AGBs Besuchern lediglich, Ton- oder Bildaufzeichnungen sowie Beschreibungen des Stadions oder des Spiels zum Privatgebrauch zu machen. Darüber hinaus ist es bei der EM 2008 strengstens untersagt, über Internet, Radio, Fernsehen oder andere gegenwärtige und/oder zukünftige Medien Ton- und/oder Bildmaterial, Beschreibungen, Ergebnisse oder Statistiken des Spiels ganz oder teilweise zu übertragen oder andere Personen bei der Durchführung solcher Aktivitäten zu unterstützen. Wer sich an diese Regeln nicht hält, muss mit teuren Unterlassungsklagen seitens der UEFA rechnen.

Fazit. Sofern man von einer Nutzung offizieller Marken der UEFA absieht und auch

darauf achtet, nicht den Eindruck zu erwecken, offizieller Sponsor der UEFA oder der EM 2008 zu sein, könnte die Werbemaßnahme grundsätzlich zulässig sein. Eine Werbung mit besonderen Aktionspreisen während oder aus Anlass der EM 2008, bei der es zu keiner Nutzung offizieller Marken der UEFA kommt, kann daher in der Regel als unproblematisch angesehen werden. ■

Die Autoren



Dr. Stephan Größ LL.M. und **Mag. Arno Cichocki**



sind Rechtsanwälte bei KWR Karasek Wietrzyk Rechtsanwälte GmbH, Wien.
www.kwr.at

Ihre Kosten brauchen Druck!

Das Sie mit der richtigen Luftfeuchte Produktionskosten senken, wissen Sie. Aber wissen Sie auch, dass Sie beim Sparen

jetzt den Turbo einschalten sollten? Mit dem DRAABE TurboFog Luftbefeuchtungssystem arbeitet ein echter Leistungsträger für Sie – vielseitig, hygienisch, wartungsarm und energiesparend.

desinfizierte Austausch-Container für die Wasseraufbereitung und Hochdruckpulsation.

Das garantiert Ihnen ein Höchstmaß an Hygiene und 100 % Betriebssicherheit – zertifiziert!



Nutzen auch Sie am besten unser hocheffizientes Wartungskonzept. Zweimal jährlich erhalten Sie so von uns komplett gewartete und

DRAABE

TurboFog

Weitere Informationen erhalten Sie unter

www.graef.at
www.draabe.de



Ing. W. Gräf

Filter- und Industrietechnik KEG | Schmidtgasse 57 | A-3052 Innermanzing

Fon: 02774-29010 | Fax: 02774-2901075 | E-Mail: graef@graef.at