

ExCo Buenos Aires 2009
Verabschiedete Fassung
14. Oktober 2009

Entschließung

Frage Q210

Der Schutz bedeutender Sportereignisse und damit zusammenhängender wirtschaftlicher Aktivitäten durch Marken und sonstige Rechte des Geistigen Eigentums

AIPPI

Bemerkt dass:

- 1) AIPPI beim Forum, das vom 23. bis 25. September 2005 in Berlin stattfand, den Schutz, den das Geistige Eigentum und das Recht des unlauteren Wettbewerbs für bedeutende Sportereignisse gewähren, in das Programm der Workshops aufnahm;
- 2) diese Frage den Schutz bedeutender Sportereignisse und damit zusammenhängender wirtschaftlicher Aktivitäten durch Marken und das Recht des unlauteren Wettbewerbs betrifft. „*Bedeutende Sportereignisse*“ werden für die Zwecke der Frage Q210 definiert als "Sport-Veranstaltungen, denen in hohem Maße ein Zuschauerinteresse einerseits und ein Interesse aller Medienbereiche an der Berichterstattung andererseits zukommt und deren Durchführung von erheblichen finanziellen Beiträgen offizieller Sponsoren abhängt“;
- 3) der Wert des Sponsoring bedeutender Sportereignisse teilweise von der Art der exklusiven Rechte abhängt, die an einen offiziellen Sponsor lizenziert oder ihm auf andere Weise gewährt werden können. Eine der wichtigen Fragen im Zusammenhang mit bedeutenden Sportereignissen ist demnach der Wert, den die Sponsoren den ihnen zur Verfügung stehenden Ausschließlichkeitsrechten beimessen.

Der Wert eines für offizielle Sponsoren verfügbaren Ausschließlichkeitsrechts hängt unter anderem von seiner Reichweite und seiner Durchsetzbarkeit ab..

- 4) bedeutende Sportereignisse von Internationalen Sportverbänden kontrolliert werden, die das Recht, ein bedeutendes Sportereignis zu veranstalten, an ein Land oder eine Stadt nach einer Ausschreibung, die die Bereitschaft des sich bewerbenden Landes oder der Stadt erfordert, vergeben, bestimmte Verpflichtungen einzugehen. Typischerweise beinhalten diese die Verpflichtung, ausschließliche Rechte zu schaffen, die an offizielle Sponsoren lizenziert oder vergeben werden können.

- 5) solche Verpflichtungen zu einer zunehmenden Abweichung des Rechts des Geistigen Eigentums auf regionaler oder sogar auf globaler Ebene führen können;
- 6) das Marken- und das Wettbewerbsrecht Schutz für bedeutende Sportereignisse und die Schaffung ausschließlicher Rechte bieten, die an offizielle Sponsoren lizenziert oder vergeben werden können. Der erfolgreiche Bieter für das bedeutende Sportereignis wie die Olympischen oder die Paralympischen Spiele schafft allerdings manchmal Sui-generis-Rechte. Solche Rechte eigener Art ergänzen das Marken- und das Wettbewerbsrecht mit Blick auf die Schaffung von wertvolleren Ausschließlichkeitsrechten für die Sponsoren, was zu einem reduzierten Bedarf an öffentlichen Ausgaben führt.
- 7) es notwendig ist, die Interessen der Sponsoren und internationalen Sportverbände mit den Interessen der Öffentlichkeit, Nichtsponsor-Unternehmen, Regierungen und anderer durch die Erstellung und Vergabe von Ausschließlichkeitsrechten betroffener Parteien in einen Ausgleich zu bringen. Im Marken- und im Wettbewerbsrecht wurden generelle und gut etablierte Prinzipien entwickelt, welche das Ziel verfolgen, die Interessen aller relevanten Parteien im Markt zu schützen.

Berücksichtigt, dass:

- 1) in der EntschlieÙung Q168 ("Benutzung einer Marke 'als Marke' als rechtliche Voraussetzung bezüglich Aufrechterhaltung und Verletzung der Rechte") AIPPI den Standpunkt einnahm, dass eine andere Benutzung als die traditionelle Benutzung „als Marke“ eine Verletzungshandlung darstellen kann.
- 2) AIPPI des Weiteren in Bezug auf Q168 feststellte, dass die Benutzung von Marken durch Fanclubs und Anhänger sowie die Benutzung von Marken in Parodien den gleichen Prüfungen unterzogen werden sollte wie eine andere Markenbenutzung. Jedoch mag die Benutzung von Marken in einem nicht-kommerziellen Sinn, z.B. als ein Zeichen der Anhängerschaft, von einer Benutzung zu kommerziellen Zwecken unterschieden werden.
- 3) in der EntschlieÙung Q188 („Konflikte zwischen Markenrechten und dem Recht auf freie MeinungsäuÙerung“) AIPPI den Standpunkt einnahm, dass es prinzipiell möglich sein sollte, sich auf das Recht der freien MeinungsäuÙerung als Verteidigung in markenrechtlichen Fällen zu berufen.
- 4) AIPPI in Bezug auf Q188 weiter feststellte, dass ein Interessenausgleich zwischen Markenrechten einerseits und dem Recht auf freie MeinungsäuÙerung andererseits erfordert, dass sich keines der beiden Rechte in jeder Situation durchsetzen darf, sondern dass eine Analyse aller relevanten Faktoren in jedem Einzelfall von den Gerichten und den zuständigen Behörden vorgenommen werden muss.
- 5) in der EntschlieÙung Q195 („Beschränkungen von Markenrechten“) AIPPI weiter die Position vertrat, dass bestimmte Beschränkungen der vom Markenschutz eingeräumten Ausschließlichkeitsrechte erlaubt sein sollten, und dass durch diese

Beschränkungen unter bestimmten Bedingungen die Benutzung der Marke eines Anderen zulässig sein sollte, um Angaben über Art, Qualität, Bestimmung, Wert, geografische Herkunft, den Zeitpunkt der Herstellung/Erbringung oder andere Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen eines Dritten zu machen.

Verabschiedet die folgende EntschlieÙung:

- 1) Das Marken- und das Wettbewerbsrecht sollten nicht lediglich für bedeutende Sportereignisse geändert werden.
- 2) Sui-generis-Rechte für bedeutende Sportereignisse, die über die allgemein anwendbaren Regeln des Marken- und des Wettbewerbsrechts hinausgehen, sollen vermieden werden.
- 3) Soweit Sui-generis-Rechte dennoch entstehen, sollten sie einen Ausgleich zwischen den Interessen aller relevanten Parteien, einschließlich der Sportverbände, Organisationsunternehmen, offizieller Eventsponsoren, anderer Gewerbetreibender und der Öffentlichkeit herbeiführen. Sui-generis-Rechte sollten insbesondere:
 - a) zeitlich begrenzt werden und in einem vernünftigen Zeitrahmen vor dem bedeutenden Sportereignis beginnen und im Anschluss daran enden;
 - b) nur verletzt sein, wenn ein unlauterer Vorteil durch eine Assoziation mit dem bedeutenden Sportereignis erzielt wird;
 - c) nur durch kommerzielle Aktivitäten verletzt sein;
 - d) einer Interessenabwägung mit dem Recht auf freie Meinungsäußerung unterliegen; und
 - e) bestehende gewerbliche Schutzrechte anerkennen.