



## **Anheuser-Busch und Budějovický Budvar können beide weiterhin die Marke Budweiser im Vereinigten Königreich benutzen**

*Die Verbraucher im Vereinigten Königreich nehmen den Unterschied zwischen den Bieren von Budvar und denen von Anheuser-Busch deutlich wahr*

Die Markenrichtlinie<sup>1</sup> bestimmt, dass eine Marke von der Eintragung ausgeschlossen ist oder der Ungültigerklärung unterliegt, wenn sie mit einer älteren Marke identisch ist und die von den beiden Marken erfassten Waren oder Dienstleistungen ebenfalls identisch sind. Hat jedoch der Inhaber einer älteren Marke die Benutzung einer jüngeren eingetragenen Marke während eines Zeitraums von fünf aufeinanderfolgenden Jahren in Kenntnis dieser Benutzung geduldet, so kann er grundsätzlich weder die Ungültigerklärung der jüngeren Marke verlangen noch sich ihrer Benutzung widersetzen.

Sowohl die tschechische Brauerei Budvar als auch die amerikanische Brauerei Anheuser-Busch vertreiben seit ihrem Eintritt in den Markt des Vereinigten Königreichs in den Jahren 1973 bzw. 1974 ihre Biere unter dem Zeichen „Budweiser“ oder unter Bezeichnungen, die dieses Zeichen enthalten.

Am 11. Dezember 1979 meldete Anheuser-Busch beim Markenamt des Vereinigten Königreichs das Wort „Budweiser“ als Marke für „Bier, Ale und Porter“ an. Während die Anmeldung von Anheuser-Busch noch geprüft wurde, beantragte auch Budvar am 28. Juni 1989 die Eintragung des Worts „Budweiser“ als Marke.

Im Februar 2000 entschieden die Gerichte des Vereinigten Königreichs, dass Budvar und Anheuser-Busch jeweils das Wort „Budweiser“ als Marke eintragen lassen konnten. Das britische Recht ließ nämlich ausdrücklich die gleichzeitige Eintragung identischer oder zum Verwechseln ähnlicher Marken im Fall redlicher gleichzeitiger Benutzung („honest concurrent use“) zu. Im Anschluss an diese Entscheidung wurden am 19. Mai 2000 beide Unternehmen jeweils als Inhaber der Wortmarke Budweiser für die Waren „Bier, Ale und Porter“ im Markenregister des Vereinigten Königreichs eingetragen.

Am 18. Mai 2005, also vier Jahre und 364 Tage nach Eintragung der Marke Budweiser zugunsten von Budvar und Anheuser-Busch, beantragte Anheuser-Busch beim Markenamt des Vereinigten Königreichs die Ungültigerklärung der zugunsten von Budvar eingetragenen Marke. In diesem Antrag machte das amerikanische Unternehmen geltend, dass seine Marke älter sei als die Marke von Budvar, weil sie ihre Anmeldung für das Wort „Budweiser“ früher (11. Dezember 1979) eingereicht habe, als die tschechische Brauerei die ihre (28. Juni 1989).

Der Court of Appeal (Rechtsmittelgericht, Vereinigtes Königreich), bei dem in der Rechtssache Rechtsmittel eingelegt worden ist, möchte vom Gerichtshof wissen, ob dem Antrag von Anheuser-Busch auf Ungültigerklärung stattzugeben ist, obwohl beide Unternehmen das Wort „Budweiser“ während mehr als 30 Jahren gutgläubig im Vereinigten Königreich benutzt haben.

<sup>1</sup> Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. 1989, L 40, S. 1).

In seinem Urteil vom heutigen Tag präzisiert der Gerichtshof zunächst seine Rechtsprechung bezüglich der Regeln, die für die Frist von fünf Jahren gelten, nach deren Ablauf der Inhaber der älteren Marke sein Recht verliert, sich der Benutzung der jüngeren Marke zu widersetzen (so genannte Frist für die „Verwirkung durch Duldung“). Hierzu stellt er fest, dass diese Frist gemäß dem Wortlaut der Richtlinie erst nach der Eintragung der jüngeren Marke in dem betreffenden Mitgliedstaat zu laufen beginnt. So kann die bloße Benutzung der jüngeren Marke, ohne dass diese eingetragen worden ist, diese Frist nicht in Gang setzen.

Dagegen stellt die Eintragung der älteren Marke keine notwendige Voraussetzung für das Ingangsetzen dieser Frist dar. Nach der Richtlinie kann nämlich eine Marke als ältere Marke angesehen werden, ohne eingetragen worden zu sein, wie in den Fällen der „Anmeldungen von Marken ... vorbehaltlich ihrer Eintragung“ und der „notorisch bekannten“ Marken.

Der Gerichtshof stellt ferner klar, dass nicht davon ausgegangen werden kann, dass der Inhaber einer älteren Marke eine langdauernde und redliche Benutzung einer identischen jüngeren Marke durch einen Dritten geduldet hat, wenn er keine Möglichkeit hatte, sich dieser Benutzung zu widersetzen. Daher ist der Zeitraum, während dessen der Inhaber der älteren Marke nicht in der Lage gewesen ist, sich der Benutzung der jüngeren Marke zu widersetzen, bei der Berechnung des Ablaufs der Verwirkungsfrist nicht zu berücksichtigen.

Sodann stellt der Gerichtshof fest, dass eine eingetragene jüngere Marke nur dann für ungültig erklärt werden kann, wenn sie die Hauptfunktion der älteren Marke, d. h. die Gewährleistung der Herkunft der mit ihr gekennzeichneten Waren gegenüber den Verbrauchern, beeinträchtigt oder beeinträchtigen kann.

In dieser Hinsicht hebt der Gerichtshof hervor, dass Anheuser-Busch und Budvar jeweils ihre Biere im Vereinigten Königreich unter dem Zeichen „Budweiser“ oder unter einer Marke, die dieses Zeichen beinhaltet, vor der Eintragung dieser Marken fast 30 Jahre lang benutzt haben und dass es beiden Unternehmen gestattet wurde, ihre Marken Budweiser gemeinsam und gleichzeitig in diesem Land eintragen zu lassen. Der Gerichtshof weist ferner darauf hin, dass Anheuser-Busch den Begriff „Budweiser“ zwar vor Budvar im Vereinigten Königreich als Marke angemeldet hat, beide Unternehmen jedoch ihre Marken Budweiser von Anfang an gutgläubig benutzt haben.

Außerdem stellt der Gerichtshof fest, dass dem vorliegenden Gericht zufolge die Verbraucher im Vereinigten Königreich, auch wenn die Bezeichnungen identisch sind, den Unterschied zwischen den Bieren von Budvar und denen von Anheuser-Busch deutlich wahrnehmen, weil sich diese Biere seit jeher im Geschmack, im Preis und in der Aufmachung unterscheiden. Zudem ergibt sich aus der Koexistenz der beiden Marken auf dem Markt im Vereinigten Königreich, dass die Biere von Anheuser-Busch und von Budvar, auch wenn die Marken identisch sind, deutlich als von verschiedenen Unternehmen hergestellt wahrgenommen werden können.

Somit stellt der Gerichtshof fest, dass **die seit langem bestehende gleichzeitige redliche Benutzung der beiden betroffenen identischen Marken die Hauptfunktion der älteren Marke von Anheuser-Busch nicht beeinträchtigt oder beeinträchtigen kann. Folglich ist die im Vereinigten Königreich zugunsten von Budvar eingetragene jüngere Marke „Budweiser“ nicht für ungültig zu erklären.**

---

**HINWEIS:** Im Wege eines Vorabentscheidungsersuchens können die Gerichte der Mitgliedstaaten in einem bei ihnen anhängigen Rechtsstreit dem Gerichtshof Fragen nach der Auslegung des Unionsrechts oder nach der Gültigkeit einer Handlung der Union vorlegen. Der Gerichtshof entscheidet nicht über den nationalen Rechtsstreit. Es ist Sache des nationalen Gerichts, über die Rechtssache im Einklang mit der Entscheidung des Gerichtshofs zu entscheiden. Diese Entscheidung des Gerichtshofs bindet in gleicher Weise andere nationale Gerichte, die mit einem ähnlichen Problem befasst werden.

---

*Zur Verwendung durch die Medien bestimmtes nichtamtliches Dokument, das den Gerichtshof nicht bindet.*

Der [Volltext](#) des Urteils wird am Tag der Verkündung auf der Curia-Website veröffentlicht.

Pressekontakt: Jens Hamer ☎ (+352) 4303 3255

Filmaufnahmen von der Verkündung des Urteils sind verfügbar über "[Europe by Satellite](#)"  
☎ (+32) 2 2964106