



Presse und Information

Gerichtshof der Europäischen Union  
**PRESSEMITTEILUNG Nr. 138/17**  
Luxemburg, den 20. Dezember 2017

Urteil in der Rechtssache C-291/16  
Schweppes SA / Red Paralela SL und Red Paralela BCN SL

**Die spanische Gesellschaft Schweppes kann sich der Einfuhr von Tonic-Water-Flaschen, die mit der Marke „Schweppes“ versehen sind, aus dem Vereinigten Königreich nicht widersetzen, wenn sie selbst den Eindruck hervorgerufen hat, dass es sich um eine einheitliche Gesamtmarke handelt**

*Gleiches gilt, wenn zwischen ihr und dem Dritten, der nunmehr im Vereinigten Königreich die Rechte an dieser Marke innehat, wirtschaftliche Beziehungen bestehen*

Die Gesellschaft Schweppes International ist Inhaberin der Marke „Schweppes“ in Spanien, wo die spanische Gesellschaft Schweppes das ausschließliche Nutzungsrecht an dieser Marke hat<sup>1</sup>. Im Jahr 2014 erhob diese Gesellschaft Klage gegen Red Paralela wegen Verletzung des Markenrechts, weil Red Paralela mit der Marke „Schweppes“ versehene Tonic-Water-Flaschen aus dem Vereinigten Königreich nach Spanien eingeführt und dort vermarktet haben soll. Im Vereinigten Königreich ist Coca-Cola Inhaberin der Marke „Schweppes“, deren Rechte sie durch Übertragung erworben hat<sup>2</sup>.

Schweppes hält dieses Vorgehen für rechtswidrig, da die Tonic-Water-Flaschen nicht von ihr selbst oder mit ihrer Zustimmung hergestellt und vermarktet worden seien, sondern von Coca-Cola, die keinerlei Beziehungen zum Orangina-Schweppes-Konzern habe. Da die fraglichen Zeichen und Waren identisch seien, sei der Verbraucher nicht in der Lage, die betriebliche Herkunft der Flaschen zu erkennen. Red Paralela beruft sich zu ihrer Verteidigung gegen die Markenverletzungsklage auf die Erschöpfung des Markenrechts, die sich in Bezug auf Schweppes-Waren aus den Mitgliedstaaten der Union, in denen Coca-Cola die Markeninhaberin sei, aus einer stillschweigenden Zustimmung ergebe. Außerdem gebe es unbestreitbar rechtliche und wirtschaftliche Beziehungen zwischen Coca-Cola und Schweppes International bei der gemeinsamen Nutzung des Zeichens „Schweppes“ als universelle Marke.

In diesem Kontext möchte der Juzgado de lo Mercantil n° 8 de Barcelona (Handelsgericht Nr. 8 von Barcelona, Spanien) vom Gerichtshof wissen, ob angesichts des Verhaltens der Gesellschaften Schweppes und Coca-Cola nach der räumlich begrenzten Übertragung der Marke „Schweppes“ das Unionsrecht<sup>3</sup> Schweppes daran hindert, sich auf das ihr nach spanischem Recht zustehende ausschließliche Recht zu berufen, um sich der Einfuhr und/oder dem Vertrieb der aus dem Vereinigten Königreich, wo Coca-Cola Markeninhaberin ist, stammenden „Schweppes“-Waren in Spanien zu widersetzen. Schweppes International habe nämlich, obwohl sie nur in einem Teil der Mitgliedstaaten Inhaberin der Parallelmarken sei, ein Gesamterscheinungsbild der Marke „Schweppes“ gefördert.

**In seinem heutigen Urteil entscheidet der Gerichtshof, dass das Unionsrecht den Inhaber einer nationalen Marke daran hindert, sich der Einfuhr identischer, mit der gleichen Marke**

<sup>1</sup> Die britische Gesellschaft Schweppes International und die spanische Gesellschaft Schweppes sind Tochtergesellschaften der Orangina Schweppes Holding, die an der Spitze des Orangina-Schweppes-Konzerns steht.

<sup>2</sup> In Europa war Cadbury Schweppes lange Zeit alleinige Inhaberin der verschiedenen nationalen „Schweppes“-Marken („Parallelmarken“). Im Jahr 1999 übertrug sie die Rechte an einem Teil dieser Parallelmarken, darunter die im Vereinigten Königreich eingetragenen, an Coca-Cola. Sie behielt die übrigen Marken, darunter die in Spanien eingetragenen. Die Parallelmarken, die Cadbury Schweppes behielt, gehören heute Schweppes International.

<sup>3</sup> Art. 36 AEUV und Richtlinie 2008/95/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Oktober 2008 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. 2008, L 299, S. 25).

**versehener Waren aus einem anderen Mitgliedstaat zu widersetzen, in dem diese Marke, die ursprünglich demselben Inhaber gehörte, nunmehr einem Dritten gehört, der sie durch Übertragung erworben hat, sofern der Inhaber nach dieser Übertragung, allein oder durch Koordinierung seiner Markenstrategie mit dem Dritten, weiterhin aktiv und bewusst einen einheitlichen Gesamtauftritt oder ein einheitliches Gesamterscheinungsbild der Marke gefördert und damit bei den maßgeblichen Verkehrskreisen Verwirrung über die betriebliche Herkunft der mit ihr versehenen Waren geschaffen oder sie verstärkt hat.**

Der Gerichtshof weist insoweit darauf hin, dass die **Hauptfunktion der Marke** darin besteht, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der gekennzeichneten Ware zu garantieren, indem sie es ihm ermöglicht, diese Ware ohne Verwechslungsgefahr von denen anderer Herkunft zu unterscheiden. Mit seinem Verhalten, das dazu führt, dass die Marke in ihrem jeweiligen räumlichen Rahmen ihre Hauptfunktion nicht mehr unabhängig erfüllt, **hat der Inhaber selbst diese Funktion beeinträchtigt oder sogar verfälscht. Deshalb kann er sich nicht unter Berufung auf das Erfordernis, diese Funktion aufrechtzuerhalten, der Einfuhr identischer, mit derselben Marke versehener Waren widersetzen, die aus einem anderen Mitgliedstaat stammen, in dem die Marke nunmehr dem Dritten gehört.**

**Außerdem entscheidet der Gerichtshof, dass sich der Inhaber auch dann, wenn er kein einheitliches Gesamterscheinungsbild der Marke gefördert hat, der Einfuhr der fraglichen Waren nicht widersetzen darf, wenn zwischen ihm und dem Dritten in dem Sinne wirtschaftliche Beziehungen bestehen, dass sie ihre Geschäftspolitiken koordinieren oder sich absprechen, um die Nutzung der Marke gemeinsam zu kontrollieren, so dass sie unmittelbar oder mittelbar bestimmen können, auf welchen Waren die Marke angebracht wird, und ihre Qualität kontrollieren können.**

Die Hauptfunktion der Marke wird durch die Freiheit der Einfuhren nämlich nicht beeinträchtigt, wenn der Markeninhaber im Einfuhrstaat und der Markeninhaber im Ausfuhrstaat zwar verschiedene, aber wirtschaftlich miteinander verbundene Personen sind. Eine solche wirtschaftliche Beziehung liegt u. a. dann vor, wenn die betreffenden Waren von einem Lizenznehmer, einer Mutter- oder Tochtergesellschaft desselben Konzerns oder einem Alleinvertriebshändler in den Verkehr gebracht wurden. Diesen Sachverhalten ist nämlich gemeinsam, dass der Inhaber oder die Einrichtung, zu der er gehört, die Qualität der mit der Marke versehenen Waren kontrollieren kann. **Das Kriterium der wirtschaftlichen Beziehung ist auch dann erfüllt, wenn nach der Aufspaltung der nationalen Parallelmarken durch eine räumlich begrenzte Übertragung die Inhaber dieser Marken ihre Geschäftspolitik koordinieren oder sich absprechen, um die gemeinsame Nutzung der Marken zu kontrollieren, so dass sie unmittelbar oder mittelbar bestimmen können, auf welchen Waren die Marke angebracht wird, und ihre Qualität kontrollieren können. Würde man solchen Markeninhabern gestatten, ihre jeweiligen Gebiete vor der Paralleleinfuhr dieser Waren zu schützen, würde dies zu einer vom Gegenstand des Markenrechts nicht gedeckten und insbesondere für die Wahrung der Hauptfunktion der betroffenen Marken nicht erforderlichen Abschottung der nationalen Märkte führen.**

---

**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: Hartmut Ost ☎ (+352) 4303 3255*

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