

V

(Bekanntmachungen)

GERICHTSVERFAHREN

GERICHTSHOF

Urteil des Gerichtshofs (Erste Kammer) vom 22. September 2011 — Königreich Belgien/Deutsche Post AG, DHL International, Europäische Kommission

(Rechtssache C-148/09 P) ⁽¹⁾

(Rechtsmittel — Nichtigkeitsklage — Staatliche Beihilfen — Art. 88 Abs. 3 EG — Verordnung (EG) Nr. 659/1999 — Entscheidung der Kommission, keine Einwände zu erheben — Begriff „Bedenken“ — Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse)

(2011/C 331/02)

Verfahrenssprache: Deutsch

Verfahrensbeteiligte

Rechtsmittelführer: Königreich Belgien (Prozessbevollmächtigte: C. Pochet und T. Materne im Beistand von J. Meyers, advocaat)

Andere Verfahrensbeteiligte: Deutsche Post AG (Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte T. Lübbig und J. Sedemund), DHL International (Prozessbevollmächtigte: Rechtsanwälte T. Lübbig und J. Sedemund), Europäische Kommission (Prozessbevollmächtigte: B. Martenczuk und D. Grespan)

Gegenstand

Rechtsmittel gegen das Urteil des Gerichts Erster Instanz (Zweite Kammer) vom 10. Februar 2009, Deutsche Post und DHL International/Kommission (T-388/03), mit dem das Gericht die Entscheidung C(2003) 2508 fin der Kommission vom 23. Juli 2003, nach einem Vorprüfungsverfahren gemäß Art. 88 Abs. 3 EG keine Einwände gegen mehrere von den belgischen Behörden zugunsten der La Poste SA getroffene Maßnahmen zu erheben, für nichtig erklärt hat — Ausgleich der Nettomehrkosten der Dienstleistungen von allgemeinem wirtschaftlichem Interesse — Falsche Einstufung bestimmter Umstände als Indizien für ernsthafte Schwierigkeiten, die die Eröffnung des förmlichen Prüfungsverfahrens erforderlich machen — Berücksichtigung unzulässiger Klagegründe — Verstoß gegen den Grundsatz der Rechtssicherheit

Tenor

1. Das Rechtsmittel wird zurückgewiesen.

2. Das Königreich Belgien und die Europäische Kommission tragen die Kosten.

⁽¹⁾ ABL C 167 vom 18.7.2009.

Urteil des Gerichtshofs (Erste Kammer) vom 22. September 2011 (Vorabentscheidungsersuchen des High Court of Justice (Chancery Division) — Vereinigtes Königreich) — Interflora Inc, Interflora British Unit/Marks & Spencer plc, Flowers Direct Online Limited

(Rechtssache C-323/09) ⁽¹⁾

(Marken — Werbung im Internet anhand von Schlüsselwörtern („keyword advertising“) — Auswahl eines Schlüsselworts durch den Werbenden, das der bekannten Marke eines Mitbewerbers entspricht — Richtlinie 89/104/EWG — Art. 5 Abs. 1 Buchst. a und Abs. 2 — Verordnung (EG) Nr. 40/94 — Art. 9 Abs. 1 Buchst. a und c — Voraussetzung der Beeinträchtigung einer der Funktionen der Marke — Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft einer bekannten Marke („Verwässerung“) — Unlauteres Ausnutzen der Unterscheidungskraft oder der Wertschätzung dieser Marke („Trittbrettfahren“))

(2011/C 331/03)

Verfahrenssprache: Englisch

Vorlegendes Gericht

High Court of Justice (Chancery Division)

Parteien des Ausgangsverfahrens

Klägerinnen: Interflora Inc, Interflora British Unit

Beklagte: Marks & Spencer plc, Flowers Direct Online Limited

Gegenstand

Vorabentscheidungsersuchen — High Court of Justice (England and Wales) Chancery Division — Auslegung von Art. 5 Abs. 1 Buchst. a und 5 Abs. 2 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. L 40, S. 1), Art. 9 Abs. 1 Buchst. a und c der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (ABl. L 11, S. 1) sowie Art. 12 Abs. 1, 13 Abs. 1

und 14 Abs. 1 der Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“) (ABl. L 178, S. 1) — Begriff „Benutzung“ einer Marke — Eintragung eines mit einer Marke identischen Zeichens durch ein Unternehmen bei einem Betreiber einer Internet-Suchmaschine zu dem Zweck, dass bei Eingabe dieses Zeichens als Suchbegriff auf dem Bildschirm automatisch die URL der Website des Unternehmens angezeigt wird, auf der Waren oder Dienstleistungen angeboten werden, die mit den von der Marke erfassten Waren oder Dienstleistungen identisch sind („AdWords“) — Blumenlieferdienst

Tenor

1. Art. 5 Abs. 1 Buchst. a der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken und Art. 9 Abs. 1 Buchst. a der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke sind dahin auszulegen, dass der Inhaber einer Marke es einem Mitbewerber verbieten kann, anhand eines mit dieser Marke identischen Schlüsselworts, das der Mitbewerber ohne Zustimmung des Markeninhabers im Rahmen eines Internetreferenzierungsdienstes ausgewählt hat, für Waren oder Dienstleistungen zu werben, die mit denen, für die die Marke eingetragen ist, identisch sind, wenn diese Benutzung eine der Funktionen der Marke beeinträchtigen kann. Eine solche Benutzung

— beeinträchtigt die herkunftshinweisende Funktion der Marke, wenn aus der anhand des genannten Schlüsselworts gezeigten Werbung für einen normal informierten und angemessen aufmerksamen Internetnutzer nicht oder nur schwer zu erkennen ist, ob die beworbenen Waren oder Dienstleistungen von dem Inhaber der Marke bzw. einem mit ihm wirtschaftlich verbundenen Unternehmen oder vielmehr von einem Dritten stammen;

— beeinträchtigt im Rahmen eines Referenzierungsdienstes mit den Merkmalen des im Ausgangsverfahren in Rede stehenden nicht die Werbefunktion der Marke;

— beeinträchtigt die Investitionsfunktion der Marke, wenn sie es dem Markeninhaber wesentlich erschwert, seine Marke zum Erwerb oder zur Wahrung eines Rufs einzusetzen, der geeignet ist, Verbraucher anzuziehen und zu binden.

2. Art. 5 Abs. 2 der Richtlinie 89/104 und Art. 9 Abs. 1 Buchst. c der Verordnung Nr. 40/94 sind dahin auszulegen, dass der Inhaber einer bekannten Marke es einem Mitbewerber verbieten kann, anhand eines dieser Marke entsprechenden Schlüsselworts, das dieser Mitbewerber ohne Zustimmung des Markeninhabers im Rahmen eines Internetreferenzierungsdienstes ausgewählt hat, zu werben, wenn dieser Mitbewerber damit die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt (Trittbrettfahren) oder wenn in der genannten Werbung eine Beeinträchtigung dieser Unterscheidungskraft (Verwässerung) oder Wertschätzung (Verunglimpfung) liegt.

In einer Werbung anhand eines solchen Schlüsselworts liegt z. B. dann eine Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft der bekannten Marke (Verwässerung), wenn sie zu einer Abschwächung dieser Marke zu einem Gattungsbegriff beiträgt.

Dagegen darf der Inhaber einer bekannten Marke es u. a. nicht verbieten, dass Mitbewerber anhand von dieser Marke entsprechenden Schlüsselwörtern eine Werbung erscheinen lassen, mit der, ohne eine bloße Nachahmung von Waren oder Dienstleistungen des Inhabers dieser Marke anzubieten, ohne eine Verwässerung oder Verunglimpfung herbeizuführen und ohne im Übrigen die Funktionen der bekannten Marke zu beeinträchtigen, eine Alternative zu den Waren oder Dienstleistungen ihres Inhabers vorgeschlagen wird.

(¹) ABl. C 282 vom 21.11.2009.

Urteil des Gerichtshofs (Erste Kammer) vom 22. September 2011 (Vorabentscheidungsersuchen des Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Vereinigtes Königreich) — Budějovický Budvar, národní podnik/Anheuser-Busch, Inc.

(Rechtssache C-482/09) (¹)

(Marken — Richtlinie 89/104/EWG — Art. 9 Abs. 1 — Begriff der Duldung — Verwirkung durch Duldung — Ausgangspunkt der Verwirkungsfrist — Notwendige Voraussetzungen für das Ingangsetzen der Verwirkungsfrist — Art. 4 Abs. 1 Buchst. a — Eintragung zweier identischer Marken, mit denen identische Waren gekennzeichnet werden — Funktionen der Marke — Redliche gleichzeitige Benutzung)

(2011/C 331/04)

Verfahrenssprache: Englisch

Vorlegendes Gericht

Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division)

Parteien des Ausgangsverfahrens

Klägerin: Budějovický Budvar, národní podnik

Beklagte: Anheuser-Busch, Inc.

Gegenstand

Vorabentscheidungsersuchen — Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Auslegung der Art. 4 Abs. 1 Buchst. a und 9 Abs. 1 der Richtlinie 89/104/EWG: Erste Richtlinie des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (ABl. L 40, S. 1) — Verwirkung durch Duldung — Begriff der Duldung — Gemeinschaftsrechtlicher Begriff — Möglichkeit, auf das nationale Markenrecht, einschließlich der Bestimmungen über die redliche gleichzeitige Benutzung zweier identischer Marken, zurückzugreifen