

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

## Werbung vs. Markenrechte: Ist die Fussball-WM für alle da?

Am 20.11.2022 ist es endlich so weit: Die Fußball-Weltmeisterschaft in Katar startet. Es ist immer noch eines der wichtigsten Sport- und Werbeereignisse der Welt. Auch für Händler bietet dieses Großereignisse zahlreiche Möglichkeiten, um Werbung für das eigene Produkt oder die eigene Dienstleistung zu machen. Aber Achtung: Viele Begrifflichkeiten rund um die WM sind markenrechtlich geschützt - und der Rechteinhaber, die FIFA, schaut hier sehr genau hin. In diesem Beitrag wird aufgezeigt, auf was bei der Werbung rund um die Weltmeisterschaft zu achten ist.

### Die Markenrechte der FIFA

Dass gerade die Fußball-WM nicht nur ein sportliches, sondern auch ein kommerzielles Großereignis ist, ist keine neue Erkenntnis. Die FIFA hat sich als Veranstalterin des Turniers zahlreiche kommerzielle Rechte, sowie eine Vielzahl an Logos und Begriffen rund um die WM markenrechtlich gesichert. Hierzu zählen unter anderem Marken wie das offizielle Emblem des Turniers oder Begrifflichkeiten wie

- FIFA World Cup Qatar 202
- Pokal des 2022 FIFA World Cup
- der offizielle Slogan "Now is all™"
- FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™
- WORLD Cup™
- Qatar 2022™

Die FIFA weist selbst auf [ihrer Website](#) auf Ihre geschützten Marken hin.

Damit die eigenen Waren oder Dienstleistungen mit diesen Schlagwörtern oder geschützten Logos beworben werden dürfen, bedarf es der vorherigen Erlaubnis durch die FIFA, die hierfür kostenpflichtige Lizenzen vergibt. Nur Partnern dieser Lizenzvereinbarungen ist es erlaubt, die geschützten Marken und Logos für eigene Zwecke zu verwenden. Die FIFA verteidigt ihre Rechte nicht zuletzt deshalb so rigoros, da die Lizenzierung die Grundlage ihres eigenen kommerziellen Erfolges ist.

Die Sponsoren der WM erwarten durch den Erwerb der teuren Lizenzen im Gegenzug von der FIFA als Organisatorin der WM eine exklusive Anbindung an das Turnier. Es ist daher dringend abzuraten, geschützte Logos oder Begriffe zu verwenden, ohne ein offizieller Lizenznehmer bzw. Partner zu sein.

## Fussball-WM: Wie darf geworben werden?

Für nicht-Lizenznehmer der FIFA stellt sich die Frage, wie die WM für die Präsentation der eigenen Waren und Dienstleistung instrumentalisiert werden kann, ohne dabei Gefahr zu laufen, von der FIFA abgemahnt zu werden.

Es ist unbedingt zu vermeiden, durch die eigene Werbung eine Irreführung über eine tatsächlich nicht vorhandene Sponsoreneigenschaft beim Verbraucher hervorzurufen. Grundsätzlich gilt nach der Rechtsprechungslinie des BGH, dass sprachübliche Bezeichnungen grundsätzlich nicht schutzfähig sind. Es sollte dennoch im Vorfeld gründlich geprüft werden, ob nicht doch Schutzrechte bestehen, um nicht Gefahr zu laufen, doch abgemahnt zu werden. Im Ergebnis gelten natürlich auch für die Fußball-WM die bekannten Grundsätze des Markenrechts. So sind beschreibende Markennamen nicht schutzfähig. Für sie kann die FIFA keine Schutzrechte beanspruchen.

Als sprachübliche Bezeichnungen und damit zulässige Werbeaussagen können daher beispielhaft folgende Sätze verwendet werden, ohne eine Abmahnung durch die FIFA befürchten zu müssen.

- „Für jedes geschossene Tor der deutschen Nationalelf erhalten sie 22% Rabatt auf unser Sortiment“.
- „Das Fußballfieber steigt, die Preise fallen: 22% auf alles während der Dauer der WM“.
- „22%- Fan Rabatt auf unser Sortiment“.

Und natürlich dürfen die Begrifflichkeiten wie "Fussball-Weltmeisterschaft" oder "Fussball-WM" (ohne den FIFA-Zusatz) verwendet werden. Aber wie immer kommt es hier sehr auf die konkrete Ausgestaltung an - daher ist eine rechtliche Überprüfung im Zweifel dringend anzuraten.

## Gestaltung von Auslagen oder Dekorationen

Bei der Gestaltung der Werbung muss genauestens darauf geachtet werden, dass beim Verbraucher keinerlei Assoziationen zu geschützten FIFA-Symbolen hervorgerufen werden. So dürfen etwa bei einer dekorativen Schaufensterauslage durchaus Fußball- Schaufensterpuppen, Bälle, Tore oder sonstige fußballbezogene Utensilien verwendet werden. Es ist jedoch unbedingt zu vermeiden, offizielle FIFA-Merchandisingprodukte bei der Gestaltung zu verwenden.

Des Weiteren ist ohne eine nachweisbare, vorherige Zustimmung auch streng davon abzuraten, Portraits von Fußballspielern zu verwenden oder aufzustellen. Nicht zuletzt ist die Übernahme des offiziellen FIFA-Spielplans nicht gestattet, da dieser urheberrechtlich Schutz genießt. Jedoch ist es natürlich möglich, einen eigenen Spielplan zu gestalten. Auch hier gilt es, optische Ähnlichkeiten mit dem offiziellen Spielplan zu vermeiden.

## Unzulässige Marketingaktionen

Es ist auf jeden Fall zu vermeiden, Trittbrettaktionen (sog. Ambush Marketing) zu betreiben. Hierunter versteht man die Nutzung von bekannten, geschützten FIFA-Markenzeichen, ohne vorher eine FIFA-Lizenz erworben zu haben, um damit eine Werbepresenz mit der laufenden WM beim Verbraucher zu erzeugen.

Trittbrettaktionen können sowohl in direkter als auch in indirekter Form erfolgen. Eine direkte Form liegt vor, wenn ein Unternehmen versucht, unmittelbar an die Turnierveranstaltung anzubinden. Dieses kann beispielsweise durch Werbung oder die Nutzung von Turnierbezeichnungen geschehen. Bei einer indirekten Anbindung ist kein direkter Bezug auf das Turnier gegeben. Vielmehr wird versucht, mittels kreativer Methoden eine Verbindung von der Marke zum Turnier beim Verbraucher zu schaffen. Des Weiteren sind Marketingkampagnen von Nicht-Lizenznehmern in unmittelbarer Nähe zu den offiziellen Austragungsorten verboten. Zusammenfassend lässt sich in Bezug auf das Ambush Marketing festhalten, dass sämtliche Marketingaktionen verboten sind, bei denen eine Assoziation beim Verbraucher mit dem Turnier hervorgerufen wird, ohne dass dafür von der FIFA eine Lizenz erworben worden ist.

## Unser Fazit: Die WM ist (nicht) für alle da

Viele freuen sich auf die WM und so soll es auch sein. Aber damit es auch für die Händler weltmeisterlich läuft, müssen einige Dinge bei den Werbeaktionen rund um die Fußballweltmeisterschaft beachtet werden. Die FIFA geht unserer Erfahrung nach strikt gegen die unberechtigte Nutzung ihrer geschützten Rechte vor. Dabei geht es vornehmlich um die Markenrechte an den einschlägigen Begrifflichkeiten rund um das Turnier. Diese dürfen grds. nur beim Anbieten lizenzierte Ware verwendet werden. Davon abgesehen bleibt natürlich die Nutzung der Begrifflichkeiten Weltmeisterschaft oder ähnliches in der Werbung möglich - aber eben in bestimmten Grenzen.

### Weil wir grad bei Marken sind...

Und wer selbst sicher und sogar **kostenfrei eine Marke anmelden** will und bereits Mandant bzgl. unserer Schutzpakete ist oder werden will, für den haben wir folgendes Angebot:

Für unsere Neu- und Bestandsmandanten in Sachen [Schutzpakete](#) berechnen wir unter folgenden Umständen **bei Anmeldung einer deutschen Marke kein Honorar:**

- **Für neue Mandanten:** Wer sich neu für eines unserer [Schutzpakete](#) entscheidet und dabei eine **Mindestlaufzeit von mindestens 12 Monaten** (im Unlimited-Paket obligatorisch) wählt, der bekommt **einmal pro Jahr eine (1) Markenmeldung on top**. Gemeint ist damit die Prüfung der Eintragungsfähigkeit einer deutschen Marke und Durchführung der Anmelde- und Zahlungsmodalitäten ohne Berechnung unseres normalerweise anfallenden Honorars. Die anfallenden Amtsgebühren sind

davon natürlich ausgenommen und weiterhin vom Markenanmelder zu tragen. Interesse? [Hier](#) geht es zu unseren Schutzpaketen.

- **Für Bestandsmandanten:** Wer bereits Mandant der IT-Recht Kanzlei ist und eines unserer Schutzpakete bezieht und sich erst jetzt für eine Mindestlaufzeit von 12 Monaten entscheidet (bzw. sich bereits für eine Mindestlaufzeit (im Unlimited-Paket obligatorisch) bei Paketbuchung entschieden hatte), auch der soll von dieser Regelung zur de-Markenanmeldung profitieren und bekommt die obenstehende Beratung zur Markenanmeldung gratis. Interesse?

**Dann wenden Sie sich bitte an den für Sie bereits zuständigen Rechtsanwalt der IT-Recht Kanzlei oder an die [info@it-recht-kanzlei.de](mailto:info@it-recht-kanzlei.de).**

Mehr dazu finden Sie in [diesem Beitrag](#).

Autor:

**RA Felix Barth**

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement