URTEIL DES GERICHTSHOFES

14. September 1999 *

In der Rechtssache C-375/97

betreffend ein dem Gerichtshof nach Artikel 177 EG-Vertrag (jetzt Artikel 234 EG) vom Tribunal de commerce Tournai (Belgien) in dem bei diesem anhängigen Rechtsstreit

General Motors Corporation

gegen

Yplon SA

vorgelegtes Ersuchen um Vorabentscheidung über die Auslegung von Artikel 5 Absatz 2 der Ersten 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)

erläßt

* Verfahrenssprache: Französisch.

DER GERICHTSHOF

unter Mitwirkung des Präsidenten der dritten und der fünften Kammer J.-P. Puissochet in Wahrnehmung der Aufgaben des Präsidenten, des Kammerpräsidenten P. Jann sowie der Richter J. C. Moitinho de Almeida, C. Gulmann (Berichterstatter), J. L. Murray, D. A. O. Edward, H. Ragnemalm, M. Wathelet und R. Schintgen,

Generalanwalt: F. G. Jacobs

Kanzler: R. Grass

unter Berücksichtigung der schriftlichen Erklärungen

— der General Motors Corporation, vertreten durch die Rechtsanwälte A. Braun und E. Cornu, Brüssel,

— der Yplon SA, vertreten durch die Rechtsanwälte E. Felten und D.-M. Philippe, Brüssel,

— der belgischen Regierung, vertreten durch J. Devadder, Conseiller général im Juristischen Dienst des Ministeriums für Auswärtige Angelegenheiten, Außenhandel und Entwicklungszusammenarbeit, als Bevollmächtigten,

— der französischen Regierung, vertreten durch K. Rispal-Bellanger, Abteilungsleiterin für Internationales Wirtschaftsrecht und Gemeinschaftsrecht in der Direktion für Rechtsfragen des Ministeriums für Auswärtige Angelegenheiten, und A. de Bourgoing, Chargé de mission in derselben Direktion, als Bevollmächtigte,

— der niederländischen Regierung, vertreten durch J. G. Lammers, Rechtsberater im Ministerium für Auswärtige Angelegenheiten, als Bevollmächtigten,

— der Kommission der Europäischen Gemeinschaften, vertreten durch B. J. Drijber, Juristischer Dienst, als Bevollmächtigten,

aufgrund des Sitzungsberichts,

nach Anhörung der mündlichen Ausführungen der General Motors Corporation, vertreten durch die Rechtsanwälte A. Braun und E. Cornu, der Yplon SA, vertreten durch Rechtsanwalt D.-M. Philippe, der niederländischen Regierung, vertreten durch Rechtsberater M. A. Fierstra, als Bevollmächtigten, der Regierung des Vereinigten Königreichs, vertreten durch M. Silverleaf, QC, und der Kommission, vertreten durch K. Banks, Juristischer Dienst, als Bevollmächtigte, in der Sitzung vom 22. September 1998,

nach Anhörung der Schlußanträge des Generalanwalts in der Sitzung vom 26. November 1998,

folgendes

Urteil

1 Das Tribunal de commerce Tournai hat mit Urteil vom 30. Oktober 1997, beim Gerichtshof eingegangen am 3. November 1997, gemäß Artikel 177 EG-Vertrag (jetzt Artikel 234 EG) eine Frage nach der Auslegung von Artikel 5 Absatz 2 der Ersten 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; im folgenden: Richtlinie) zur Vorabentscheidung vorgelegt.

2 Diese Frage stellt sich in einem Rechtsstreit zwischen der General Motors Corporation (im folgenden: General Motors) mit Sitz in Detroit (USA) und der Yplon SA (im folgenden: Yplon) mit Sitz in Estaimpuis (Belgien) über die Benutzung der Marke Chevy.

Das Gemeinschaftsrecht

3 Artikel 1 der Richtlinie („Anwendungsbereich") bestimmt:

„Diese Richtlinie findet auf Individual-, Kollektiv-, Garantie- und Gewährleistungsmarken für Waren oder Dienstleistungen Anwendung, die in einem Mitgliedstaat oder beim Benelux-Markenamt eingetragen oder angemeldet oder mit Wirkung für einen Mitgliedstaat international registriert worden sind."

4 Artikel 5 Absätze 1 und 2 der Richtlinie („Rechte aus der Marke") bestimmt:

„(1) Die eingetragene Marke gewährt ihrem Inhaber ein ausschließliches Recht. Dieses Recht gestattet es dem Inhaber, Dritten zu verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr

a) ein mit der Marke identisches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die mit denjenigen identisch sind, für die sie eingetragen ist;

b) ein Zeichen zu benutzen, wenn wegen der Identität oder der Ähnlichkeit des Zeichens mit der Marke und der Identität oder Ähnlichkeit der durch die Marke und das Zeichen erfaßten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, die die Gefahr einschließt, daß das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird.

(2) Die Mitgliedstaaten können ferner bestimmen, daß es dem Inhaber gestattet ist, Dritten zu verbieten, ohne seine Zustimmung im geschäftlichen Verkehr ein mit der Marke identisches oder ihr ähnliches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die nicht denen ähnlich sind, für die die Marke eingetragen ist, wenn diese in dem betreffenden Mitgliedstaat bekannt ist und die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt."

Das Benelux-Recht

5 Artikel 13 A Nr. 1 Buchstabe c des einheitlichen Benelux-Markengesetzes (im folgenden: einheitliches Benelux-Gesetz), durch den Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie in Benelux-Recht umgesetzt wurde, bestimmt:

„Unbeschadet einer Anwendung des allgemeinen Rechts der zivilrechtlichen Haftung gestattet das ausschließliche Recht an der Marke ihrem Inhaber, sich folgenden Handlungen zu widersetzen:

...

c) jeder im geschäftlichen Verkehr ohne rechtfertigenden Grund erfolgenden Benutzung einer im Benelux-Gebiet bekannten Marke oder eines ihr ähnlichen Zeichens für Waren, die nicht denen ähnlich sind, für die die Marke eingetragen ist, wenn die Benutzung dieses Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der Marke in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt;

...“

6 Diese Vorschrift, die am 1. Januar 1996 in Kraft trat, gilt seitdem anstelle des alten Artikel 13 A Nr. 2 des einheitlichen Benelux-Gesetzes, wonach das ausschließliche Recht an der Marke ihrem Inhaber gestattete, sich „jedem im geschäftlichen Verkehr ohne rechtfertigenden Grund erfolgenden anderen Gebrauch [als dem nach Nr. 1, d. h. dem Gebrauch für eine identische oder ähnliche Ware] der Marke oder eines ähnlichen Zeichens unter Bedingungen, durch die der Inhaber der Marke geschädigt werden könnte“, zu widersetzen.

Der Ausgangsrechtsstreit

7 General Motors ist Inhaberin der Benelux-Marke Chevy, die am 18. Oktober 1971 beim Benelux-Markenamt für Waren der Klassen 4, 7, 9, 11 und 12 und insbesondere für Kraftfahrzeuge angemeldet wurde. Mit dieser Eintragung werden die Rechte in Anspruch genommen, die durch eine erste Anmeldung in Belgien am 1. September 1961 und durch eine erste Benutzung in den Niederlanden 1961 und in Luxemburg 1962 erworben wurden. Zur Zeit wird die Marke Chevy in Belgien speziell zur Bezeichnung von Fahrzeugen des Typs „van“ benutzt.

8 Yplon ist ebenfalls Inhaberin der Benelux-Marke Chevy, die beim Benelux-Markenamt am 30. März 1988 für Waren der Klasse 3 und am 10. Juli 1991 für Waren der Klassen 1, 3 und 5 angemeldet wurde. Sie benutzt diese Marken für

Detergenzien und verschiedene Reinigungsmittel. Sie ist auch in anderen Ländern, darunter in mehreren Mitgliedstaaten, Inhaberin der Marke Chevy.

9 Am 28. Dezember 1995 beantragte General Motors beim Tribunal de commerce Tournai, Yplon zu untersagen, das Zeichen Chevy für die Bezeichnung von Detergenzien oder Reinigungsmitteln zu benutzen, da eine derartige Benutzung eine Verwässerung ihrer eigenen Marke zur Folge habe und dadurch deren Werbefunktion beeinträchtige. Ihre Klage stützt sich für den Zeitraum vor dem 1. Januar 1996 auf den alten Artikel 13 A Nr. 2 des einheitlichen Benelux-Gesetzes und vom 1. Januar 1996 an auf den neuen Artikel 13 A Nr. 1 Buchstabe c dieses Gesetzes. Sie macht in diesem Zusammenhang geltend, daß ihre Marke Chevy eine „bekannte Marke" im Sinne der letztgenannten Vorschrift sei.

10 Ypon wendet sich gegen den Antrag, insbesondere weil General Motors nicht nachgewiesen habe, daß ihre Marke Chevy im Benelux-Gebiet „bekannt" im Sinne des neuen Artikels 13 A Nr. 1 Buchstabe c des einheitlichen Benelux-Gesetzes sei.

11 Da das Tribunal de commerce Tournai der Auffassung ist, daß die Entscheidung des Ausgangsrechtsstreits Erläuterungen zum Begriff „bekannte Marke" und zu der Frage erfordere, ob sich die Bekanntheit auf das gesamte Benelux-Gebiet erstrecken muß oder ob es genügt, daß sie in einem Teil dieses Gebietes gegeben ist, hat es das Verfahren ausgesetzt und dem Gerichtshof folgende Frage zur Vorabentscheidung vorgelegt:

Welche genaue Bedeutung hat der Begriff „bekannte Marke" im Sinne von Artikel 13 A Nr. 1 Buchstabe c des einheitlichen Benelux-Gesetzes, der gemäß dem am 1. Januar 1996 in Kraft getretenen Änderungsprotokoll eingeführt wurde,

und gilt diese „Bekanntheit" für das gesamte Gebiet der Benelux-Staaten oder für einen Teil davon?

Zur Vorabentscheidungsfrage

12 Mit seiner Frage ersucht das nationale Gericht den Gerichtshof im wesentlichen, die Bedeutung des Ausdrucks „bekannt" zu erläutern, der in Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie für die erste der beiden Voraussetzungen verwendet wird, die eine eingetragene Marke erfüllen muß, um in den Genuß eines auf nichtähnliche Waren oder Dienstleistungen erweiterten Schutzes zu kommen, und zu erklären, ob diese Voraussetzung im gesamten Benelux-Gebiet erfüllt sein muß oder ob es genügt, daß sie in einem Teil dieses Gebietes vorliegt.

13 General Motors vertritt die Auffassung, daß die ältere Marke, um bekannt im Sinne von Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie zu sein, beim betreffenden Publikum bekannt sein müsse, ohne jedoch den Bekanntheitsgrad der „notorisch bekannten" Marke im Sinne von Artikel 6bis der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums vom 20. März 1883 (im folgenden: Pariser Übereinkunft) zu erreichen, auf die in anderem Zusammenhang Artikel 4 Absatz 2 Buchstabe d der Richtlinie ausdrücklich verweise. Zudem genüge es, daß sich die Bekanntheit auf einen wesentlichen Teil des Gebietes eines Mitgliedstaats erstrecke, der einer Gemeinschaft oder einer Region dieses Staates entsprechen könne.

14 Yplon ist der Ansicht, daß eine Marke, die für eine für die breite Öffentlichkeit bestimmte Ware oder Dienstleistung eingetragen sei, bekannt im Sinne von Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie sei, wenn ein großer Teil dieses Publikums sie kenne. Die Durchbrechung des Spezialitätsgrundsatzes komme nur zugunsten der

Marken in Betracht, die spontan mit einer bestimmten Ware oder Dienstleistung assoziiert werden könnten. Die Bekanntheit müsse sich auf das gesamte Gebiet eines Mitgliedstaats oder, im Fall des Benelux-Gebietes, auf eines der Länder dieses Gebietes erstrecken.

15 Die belgische Regierung führt aus, der Begriff „bekannte Marke" sei flexibel auszulegen und es bestehe eine Abstufung beim Bekanntheitsgrad insbesondere zwischen der bekannten Marke und der notorisch bekannten Marke. Dieser Begriff eigne sich nicht für eine abstrakte Bewertung, etwa durch Festlegung eines Prozentsatzes des Bekanntheitsgrades. Die Bekanntheit in einem einzigen der drei Benelux-Länder gelte für das gesamte Benelux-Gebiet.

16 Die französische Regierung schlägt dem Gerichtshof vor, zu antworten, daß die Bekanntheit der Marke im Sinne von Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie nicht exakt definiert werden könne. Vielmehr sei von Fall zu Fall zu beurteilen, ob ein großer Teil des von den Waren der beiden Marken betroffenen Publikums die ältere Marke kenne und ob deren Ruf ausreiche, damit das Publikum sie mit der umstrittenen jüngeren Marke in Verbindung bringe. Sei die Bekanntheit festgestellt, so habe dann ihr Grad eine Auswirkung auf den Umfang des Schutzes nach Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie. In territorialer Hinsicht genüge die Bekanntheit in einem einzigen Benelux-Land.

17 Die niederländische Regierung hält es für ausreichend, daß die Marke dem Publikum bekannt sei, an das sie sich speziell richte. Der erforderliche Bekanntheitsgrad könne nicht abstrakt angegeben werden. Vielmehr sei entscheidend, ob die ältere Marke unter Berücksichtigung aller Umstände des konkreten Falles eine Wertschätzung genieße, die durch die Benutzung dieser Marke für nichtähnliche

Waren beeinträchtigt werden könne. Es sei nicht erforderlich, daß die Marke im gesamten Gebiet eines Mitgliedstaats oder, im Fall der Benelux-Marken, im gesamten Benelux-Gebiet bekannt sei.

18 Die Regierung des Vereinigten Königreichs trägt vor, daß die entscheidende Frage die sei, ob die jüngere Marke ohne rechtfertigenden Grund benutzt werde und ob sie es ermögliche, die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der älteren Marke in unlauterer Weise auszunutzen oder zu beeinträchtigen. Die Antwort auf diese Frage hänge von einer Gesamtbetrachtung aller relevanten Faktoren ab, insbesondere von der Unterscheidungskraft der Marke, dem Umfang der erlangten Bekanntheit, dem Grad der Ähnlichkeit zwischen den beiden Marken und dem Ausmaß der Unterschiede zwischen den erfaßten Waren oder Dienstleistungen. Allen Marken, die einen Ruf erworben hätten, sei Schutz zu gewähren, und in einem zweiten Schritt seien qualitative Kriterien anzuwenden, um den Schutz auf Marken zu beschränken, deren Ruf dies rechtfertige, wobei der Schutz nur dann zu gewähren sei, wenn klare Beweise für einen tatsächlichen Schaden erbracht würden. In rechtlicher Hinsicht sei nicht erforderlich, daß sich die Bekanntheit auf das gesamte Gebiet eines Mitgliedstaats erstrecke. In der Praxis könne jedoch ein tatsächlicher Schaden nicht nachgewiesen werden, wenn es um eine Marke gehe, deren Ruf sich auf einen Teil eines Mitgliedstaats beschränke.

19 Die Kommission schlägt vor, den Begriff „bekannte Marke" so zu verstehen, daß damit eine Marke gemeint sei, die bei dem betreffenden Publikum einen Ruf habe. Dieser Begriff bleibe ganz eindeutig hinter dem der „notorisch bekannten" Marke in Sinne von Artikel 6bis der Pariser Übereinkunft zurück. Es genüge, daß die Marke in einem wesentlichen Teil des Benelux-Gebietes bekannt sei, da Marken, die regional bekannt seien, den gleichen Schutz verdienten wie Marken, die überall in diesem Gebiet bekannt seien.

20 Die erste Voraussetzung für den erweiterten Schutz nach Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie lautet in der dänischen Fassung dieser Vorschrift „er renommeret", in der deutschen Fassung „bekannt ist", in der griechischen Fassung „χαίρει φήμης", in der spanischen Fassung „goce de renombre", in der französischen Fassung „jouit d'une renommée", in der italienischen Fassung „gode di not-

orietà", in der niederländischen Fassung „bekend is", in der portugiesischen Fassung „goze de prestigio", in der finnischen Fassung „laajalti tunnettu", in der schwedischen Fassung „är känt" und in der englischen Fassung „has a reputation".

21 Die deutsche, die niederländische und die schwedische Fassung verwenden Begriffe, denen zufolge die Marke „connue" („bekannt") sein muß, ohne den Umfang der erforderlichen Bekanntheit näher anzugeben, während die anderen Sprachfassungen den Begriff „renommée" oder Ausdrücke verwenden, die wie dieser in quantitativer Hinsicht einen bestimmten Bekanntheitsgrad beim Publikum voraussetzen.

22 Diese Nuance, die keinen wirklichen Widerspruch enthält, ergibt sich aus der größeren Neutralität der in der deutschen, der niederländischen und der schwedischen Fassung verwendeten Begriffe. Mit ihr kann jedoch nicht das Erfordernis einer Bekanntheitsschwelle in Abrede gestellt werden, das im Rahmen einer einheitlichen Auslegung des Gemeinschaftsrechts aus einem Vergleich aller Sprachfassungen der Richtlinie hervorgeht.

23 Ein derartiges Erfordernis ergibt sich auch aus der allgemeinen Systematik und dem Zweck der Richtlinie. Da Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie im Unterschied zu Artikel 5 Absatz 1 die eingetragenen Marken im Hinblick auf nichtähnliche Waren oder Dienstleistungen schützt, impliziert die erste darin aufgestellte Voraussetzung einen bestimmten Bekanntheitsgrad der älteren Marke beim Publikum. Denn nur wenn diese Marke einen genügenden Bekanntheitsgrad hat, kann

das Publikum, wenn es mit der jüngeren Marke konfrontiert wird, gegebenenfalls, auch bei nichtähnlichen Waren oder Dienstleistungen, eine Verbindung zwischen den beiden Marken herstellen, so daß die ältere Marke beeinträchtigt werden kann.

24 Das Publikum, bei dem die ältere Marke Bekanntheit erlangt haben muß, ist dasjenige, das von dieser Marke betroffen ist, also je nach der vermarkteten Ware oder Dienstleistung die breite Öffentlichkeit oder ein spezielleres Publikum, z. B. ein bestimmtes berufliches Milieu.

25 Weder nach dem Buchstaben noch nach dem Geist des Artikels 5 Absatz 2 der Richtlinie kann verlangt werden, daß die Marke einem bestimmten Prozentsatz des in dieser Weise definierten Publikums bekannt ist.

26 Der erforderliche Bekanntheitsgrad ist als erreicht anzusehen, wenn die ältere Marke einem bedeutenden Teil des Publikums bekannt ist, das von den durch diese Marke erfaßten Waren oder Dienstleistungen betroffen ist.

27 Bei der Prüfung dieser Voraussetzung hat das nationale Gericht alle relevanten Umstände des Falles zu berücksichtigen, also insbesondere den Marktanteil der Marke, die Intensität, die geographische Ausdehnung und die Dauer ihrer Benutzung sowie den Umfang der Investitionen, die das Unternehmen zu ihrer Förderung getätigt hat.

28 In territorialer Hinsicht ist die Voraussetzung erfüllt, wenn die Marke, wie es in Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie heißt, „in dem betreffenden Mitgliedstaat" bekannt ist. Mangels einer entsprechenden Präzisierung der Gemeinschaftsvorschrift kann nicht verlangt werden, daß sich die Bekanntheit auf das „gesamte"

Gebiet des Mitgliedstaats erstreckt. Es genügt, daß sie in einem wesentlichen Teil davon vorliegt.

29 Was die beim Benelux-Markenamt eingetragenen Marken betrifft, so ist das Benelux-Gebiet dem Gebiet eines Mitgliedstaats gleichzustellen, da Artikel 1 der Richtlinie diese Marken den in einem Mitgliedstaat eingetragenen gleichstellt. Artikel 5 Absatz 2 ist demnach so zu verstehen, daß er eine „im" Benelux-Gebiet erlangte Bekanntheit betrifft. Aus den gleichen Gründen, wie sie für die Voraussetzung der Bekanntheit in einem Mitgliedstaat gelten, kann also von einer Benelux-Marke nicht verlangt werden, daß sich ihre Bekanntheit auf das gesamte Benelux-Gebiet erstreckt. Es genügt, daß diese Bekanntheit in einem wesentlichen Teil davon vorliegt, der gegebenenfalls einem Teil eines der Benelux-Länder entsprechen kann.

30 Wenn das nationale Gericht bei seiner Prüfung zu dem Ergebnis gelangt, daß die Voraussetzung der Bekanntheit sowohl hinsichtlich des betreffenden Publikums als auch des fraglichen Gebietes erfüllt ist, hat es die zweite Voraussetzung des Artikels 5 Absatz 2 der Richtlinie zu prüfen, also ob die ältere Marke ohne rechtfertigenden Grund beeinträchtigt wird. Dabei ist zu beachten, daß, je größer die Unterscheidungskraft und die Wertschätzung der Marke sind, desto eher eine Beeinträchtigung vorliegen wird.

31 Auf die Vorlagefrage ist daher zu antworten, daß Artikel 5 Absatz 2 der Richtlinie dahin auszulegen ist, daß eine eingetragene Marke, um in den Genuß eines auf nichtähnliche Waren oder Dienstleistungen erweiterten Schutzes zu kommen, einem bedeutenden Teil des Publikums bekannt sein muß, das von den durch die Marke erfaßten Waren oder Dienstleistungen betroffen ist. Im Benelux-Gebiet

genügt es, daß die Marke einem bedeutenden Teil des betreffenden Publikums in einem wesentlichen Teil dieses Gebietes bekannt ist, der gegebenenfalls einem Teil eines der Länder dieses Gebietes entsprechen kann.

Kosten

32 Die Auslagen der belgischen, der französischen und der niederländischen Regierung sowie der Regierung des Vereinigten Königreichs und der Kommission der Europäischen Gemeinschaften, die vor dem Gerichtshof Erklärungen abgegeben haben, sind nicht erstattungsfähig. Für die Parteien des Ausgangsverfahrens ist das Verfahren ein Zwischenstreit in dem bei dem vorlegenden Gericht anhängigen Rechtsstreit; die Kostenentscheidung ist daher Sache dieses Gerichts.

Aus diesen Gründen

hat

DER GERICHTSHOF

auf die ihm vom Tribunal de commerce Tournai mit Urteil vom 30. Oktober 1997 vorgelegte Frage für Recht erkannt:

Artikel 5 Absatz 2 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken ist dahin auszulegen, daß eine eingetragene Marke, um in den Genuß eines auf nichtähnliche Waren oder Dienstleistungen erweiterten Schutzes zu

kommen, einem bedeutenden Teil des Publikums bekannt sein muß, das von den durch die Marke erfaßten Waren oder Dienstleistungen betroffen ist. Im Benelux-Gebiet genügt es, daß die Marke einem bedeutenden Teil des betreffenden Publikums in einem wesentlichen Teil dieses Gebietes bekannt ist, der gegebenenfalls einem Teil eines der Länder dieses Gebietes entsprechen kann.

Puissochet	Jann	Moitinho de Almeida
Gulmann	Murray	Edward
Ragnemalm	Wathelet	Schintgen

Verkündet in öffentlicher Sitzung in Luxemburg am 14. September 1999.

Der Kanzler

R. Grass

Der Präsident

G. C. Rodríguez Iglesias