

Recht: News

MARIO BARTH: STREIT UM ALTEN WITZ

Mario Barth wehrt sich derzeit gegen einen Shirt-Hersteller. Dieser hatte T-Shirts mit dem Aufdruck »Nichts reimt sich auf Uschi« bedrucken lassen. Diesen uralten Witz hat der Komiker sich jüngst als Marke unter anderem in Verbindung mit T-Shirts beim Deutschen Patent- und Markenamt schützen lassen (angemeldet 03.12.2010, eingetragen am 26.01.2011 unter Reg.-Nr. 302010070820). Er engagierte nun eine Rechtsanwaltskanzlei, die eine Abmahnung verbunden mit einer Kostenforderung von 1.780,20 Euro an den Shirt-Hersteller schickte. Der kontert ebenfalls über einen Anwalt: Ein derartiger Spruch werde nicht als Marke wahrgenommen. Es liegt die Frage nahe, ob sich der Berliner Komiker den Spruch »Nichts reimt sich auf Uschi« überhaupt schützen lassen konnte. Man darf gespannt sein, ob die Eintragungsfähigkeit dieser Marke in Nachhinein erfolgreich angefochten werden kann.

Quelle: <http://zeitgeistmagazin.com>

BUNDESPATENTGERICHT: KITKAT VS. KIKA

Das Bundespatentgericht (BPatG) hatte jüngst darüber zu entscheiden, ob eine Verwechslungsgefahr zwischen der Wortmarke »Kitkat« für mit Schokolade



überzogene Waffeln und der jüngeren Wortbildmarke »KIKa« des ZDF und MDR besteht.

Die Markenstelle des vorinstanzlichen Deutschen Patent- und Markenamtes (DPMA) hatte zunächst eine Verwechslungsgefahr bejaht. Dabei hatten die besondere Bekanntheit der Marke Kitkat und der daraus resultierende erweiterte Markenschutz eine Rolle gespielt. Aus diesem Grund sei ein größerer Abstand der Marken erforderlich, um Verwechslungen zu vermeiden. Dieser sei hier nicht gewahrt. Dementsprechend war die Löschung der jüngeren Marke KIKa für die Waren »Schokolade und Schokoladenwaren, auch in zuckerfreier und zuckerarmer Form« angeordnet worden. Die Widersprüche beider Parteien gegen diesen Beschluss waren zurückgewiesen worden.

Nun ging der Streit vor das Bundespatentgericht. Dessen Entscheidung lautete: Es besteht keine Verwechslungsgefahr. Eine mehr oder minder große Ähnlichkeit der Waren für die die Marken jeweils eingetragen sind, besteht nur für einen kleinen Teil der jeweils gekennzeichneten Waren und Dienstleistungen, nämlich insbesondere für »Schokolade und Schokoladenwaren, auch in zuckerfreier und zuckerarmer Form« sowie »Back- und Konditorwaren« und die »Bewirtung von Gästen«. Die meisten der sich gegenüberstehenden Waren und Dienstleistungen seien dagegen unähnlich.

Auch in Anbetracht der gesteigerten Kennzeichnungskraft der Marke Kitkat bestehe zwischen beiden Marken selbst bei einer Benutzung für identische Waren keine Verwechslungsgefahr, da zwischen ihnen in bildlicher und begrifflicher Hinsicht keine und in klanglicher Hinsicht nur eine sehr entfernte Ähnlichkeit bestehe. Eine Verwechslungsgefahr sei daher auch unter Berücksichtigung der gesteigerten Bekanntheit der Marke Kitkat nicht gegeben.

Quelle: BPatG 26 W (pat) 140/09 Beschluss vom 15.11.2010

Markenrecht: Microsoft vs. Apple

Apple möchte die Wortkombination »App Store« beim amerikanischen Patent- und Markenamt (USPTO) als Marke schützen lassen. Gelänge das, müssten sich alle anderen App Stores umbenennen.



Der Software-Konzern Microsoft reichte **Microsoft** dagegen Widerspruch ein. App Store sei ein generischer Begriff und könne deshalb nicht markenrechtlich geschützt werden. Die Microsoft-Juristen erklären, App Store sei inzwischen ein allgemein üblicher Begriff für Download-Shops mit Handy-Software. Darüber hinaus seien sowohl App als auch Store zu allgemeine Begriffe, als dass man sie als Marke für nur ein Unternehmen schützen könnte. Zur Untermauerung ihrer These haben die Juristen des Konzerns seitenweise Beispiele für App Stores, die nicht von Apple stammen, kopiert und zitieren auch den Apple-CEO Steve Jobs selbst. Dieser hat den Begriff bereits mehrmals in allgemeiner Form verwendet – unter anderem für Googles Android Market. Apple hat inzwischen ebenfalls mit neuen Argumenten beim U.S. Patentamt nachgelegt. Der Ausgang dieses Streites ist mit Interesse zu verfolgen.

Quelle: www.mibz.com

zusammengestellt und recherchiert von



Unter der Marke S.M.D. Markeur recherchiert und überwacht die Schutz Marken Dienst GmbH seit 1949 Marken, Patente, Firmen, Domains und andere IP Rechte weltweit. Mehr Informationen finden Sie unter www.smd-markeur.de