

# Recht: News

<h2>WERBUNG MIT BEKANNTEN MARKEN</h2>	<h2>BLOG ALS BEWEISMITTEL</h2>
<p>Ein Automobilhersteller darf es einer markenunabhängigen Werkstatt auf Grund seines Markenrechts untersagen, mit der Bildmarke des Herstellers für die angebotenen Reparatur- und Wartungsarbeiten zu werben. So entschied kürzlich der Bundesgerichtshof (BGH).</p>  <p>Die Volkswagen AG hatte dagegen geklagt, dass die ATU Auto-Teile-Unger Handels GmbH &amp; Co. KG, die markenunabhängige Reparaturwerkstätten betreibt, in einer Werbung für die Inspektion von VW-Fahrzeugen die Bildmarke des Autoherstellers verwendet. Die Beklagte ATU habe, so das BGH, damit die Werbefunktion der Klagemarke beeinträchtigt. Mit der Verwendung des bekannten Bildzeichens der Klägerin sei ein Imagetransfer verbunden, der die Klagemarke schwäche. Für den Fall, dass die Verwendung der Marke ein notwendiger Hinweis auf den Gegenstand der Dienstleistungen ist, kann der Markeninhaber laut Markenrecht einem Dritten die Verwendung der Marke nicht verbieten, solange die Benutzung nicht gegen die anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe und Handel verstößt. Im Streitfall seien diese Voraussetzungen jedoch nicht erfüllt, denn die ATU konnte zur Beschreibung der angebotenen Dienstleistungen ohne weiteres auf die Wortzeichen »VW« oder »Volkswagen« zurückgreifen und war nicht auf die Verwendung des Bildzeichens angewiesen.</p> <p>Quelle: BGH, Pressemitteilung zum Urteil I ZR 33/10 vom 14.04.2011</p>	<p>Ein Geschmacksmuster schützt das Design eines Produkts unter der Voraussetzung, dass es neu und eigenartig ist. Als neu gilt ein Muster, wenn vor dem Anmeldetag kein identisches Muster offenbart worden ist. Allerdings werden Neuheit und Eigenart im Eintragungsverfahren nicht geprüft. Sofern die Anmeldung zum Geschmacksmuster formell in Ordnung ist, wird es eingetragen. Jeder kann einen Antrag stellen, ein eingetragenes Geschmacksmuster für nichtig zu erklären, wenn es zum Zeitpunkt der Anmeldung nicht neu war.</p> <p>Über einen solchen Fall hatte das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) kürzlich zu entscheiden. Besonderheit: Der Antragsteller verwies zum Beweis auf einen Blog-Eintrag, dass das Geschmacksmuster nicht neu sei. Der Blog-Eintrag war vor dem Anmeldedatum des Geschmacksmusters datiert und zeigt ein identisches Muster. Das HABM hielt den Eintrag im Internet als Beweis für ausreichend. Im Blog gebe es eine exakte Angabe zum Veröffentlichungszeitpunkt der Abbildung. Die Information sei öffentlich zugänglich und es bestünden keine begründeten Zweifel an der Richtigkeit des Datums.</p> <p>Quelle: <a href="http://oami.europa.eu">http://oami.europa.eu</a></p>
<h2>FARBKOMBINATION ALS MARKE?</h2>	<h2>WERBUNG MIT GARANTIEEN</h2>
<p>Die Farbkombination blau/silber ist für Energy-Drinks nicht als Marke eintragungsfähig, hat das Bundespatentgericht (BPatG) entschieden. Zentrale Voraussetzung für die Eintragungsfähigkeit von Marken im Sinne des § 3 MarkenG sei nämlich die graphische Darstellbarkeit einer Marke. Die Beschreibung der Marke lautete »...Kombination der Farben Blau (Pantone 2747C) und Silber (Patrone 877C) in einem Verhältnis von ungefähr 50 zu 50«. Das sei nicht grafisch darstellbar, so das Gericht: Bei Farbzusammenstellungen müsse die konkrete Farbverteilung angegeben werden. Auch der Nachweis einer hohen Bekanntheit dieser Farben (Verkehrsdurchsetzung) könne dieses Schutzhindernis nicht überwinden. Folglich sei es nicht möglich, die Farbkombination als Marke einzutragen.</p> <p>Quelle: <a href="http://juris.bundespatentgericht.de">http://juris.bundespatentgericht.de</a></p>	<p>Beim Verbrauchsgüterkauf müssen in einer Garantieerklärung nähere Angaben gemacht werden. In der Werbung mit einer Garantie müssen diese notwendigen Angaben jedoch nicht zwingend enthalten sein, entschied der BGH im April.</p> <p>Hintergrund der Entscheidung war der Streit zweier Parteien, die Tintenpatronen und Tonerkartuschen für Computerdrucker über das Internet vertreiben. Der Beklagte hatte auf seiner Internetseite Druckerpatronen angeboten – mit dem Versprechen, drei Jahre Garantie zu gewähren. Dies hatte die Klägerin für wettbewerbswidrig gehalten, da der Beklagte in der Werbung nicht angegeben hatte, wie sich die Bedingungen für den Eintritt des Garantiefalls darstellen und unter welchen Umständen der Verbraucher die Garantie in Anspruch nehmen kann.</p> <p>Der BGH entschied: Eine Garantieerklärung ist eine Willenserklärung, die zum Abschluss eines Kaufvertrags oder eines eigenständigen Garantievertrags führt; nicht dagegen die Werbung, die den Verbraucher lediglich zur Warenbestellung auffordert und eine Garantie ankündigt, ohne sie bereits rechtsverbindlich zu versprechen.</p> <p>Quelle: BGH, Urteil vom 14. April 2011 ( I ZR 133/09)</p>

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](http://www.smd-markeur.de)