

Recht: News

<p>T-SHIRT-DEKO KEINE MARKENVERLETZUNG</p>	<p>BPATG: ENTSCHEIDUNG GEGEN i-MARKEN</p>
<p>Der großflächige Aufdruck einer eingetragenen fremden Marke auf der Vorderseite eines T-Shirts stellt keine Markenverletzung dar. So urteilte das Berliner Kammergericht. Hintergrund: Ein T-Shirt-Händler hatte den Schriftzug »Held der Arbeit«</p>  <p>in Verbindung mit der Abbildung eines Händedrucks auf einem T-Shirt aufgebracht. Dieses Motiv ist in ähnlicher Form als Marke eingetragen (DE 30538381, vergleiche Abb.) – unter anderem für Bekleidung (Klasse 25). Der Markeninhaber hatte in dem T-Shirt-Aufdruck eine Markenverletzung gesehen und dagegen geklagt. Eine Markenverletzung setzt einen sogenannten kennzeichenmäßigen Gebrauch des geschützten Zeichens durch den potenziellen Verletzer voraus. Ein solcher Gebrauch liegt aber nur dann vor, wenn das Zeichen so benutzt wird, dass mögliche Abnehmer darin eine betriebliche Herkunftskennzeichnung der Waren sehen. Der Aufdruck auf dem T-Shirt werde vom Verbraucher jedoch nicht als Hinweis auf die Herkunft des T-Shirts verstanden, sondern als rein dekoratives Element gesehen, so das Gericht. Auch der Durchschnittsverbraucher, der den konkreten historischen Hintergrund des Ausdrucks »Held der Arbeit« sowie des Symbols »Hände« nicht kennt, würde in der Wortfolge eine humorvolle Aussage über den Träger des T-Shirts sehen. Im vorliegenden Fall wurde deshalb zugunsten des Beklagten entschieden. Aber Vorsicht: Daraus kann keine generelle Erlaubnis abgeleitet werden, registrierte Marken zu rein dekorativen Zwecken beispielsweise auf T-Shirts abzudrucken. Die Beurteilung kann je nach Art und Platzierung des Motivs variieren. Die Lage wäre vermutlich anders beurteilt worden, wenn der T-Shirt-Aufdruck einer bekannten Marke geähnelt hätte, denn diese genießen grundsätzlich einen höheren Schutz. So wurde 2005 zum Beispiel ein T-Shirt-Händler zur Zahlung von Schadenersatz verurteilt. Er hatte im Zuge der »Retro-Welle« T-Shirts verkauft, auf denen ein Matrose zu sehen war, der eine Flagge mit dem Namen »Ahoj Brause« schwenkte. Es sei davon auszugehen, dass T-Shirts mit Traditionsmarken nur wegen des aufgedruckten Motivs erworben werden, entschied das OLG Hamburg damals.</p> <p>Quelle: www.markenmagazin.de</p>	<p>Das Bundesgericht (BPatG) hat entschieden, dass die Marke iNanny nicht als Marke geschützt werden kann. Ihr fehle die notwendige Unterscheidungskraft. Die Marke war für die Klassen 9 (Mobiltelefone und Satellitenortungsgeräte), Klasse 38 (Bereitstellung des Zugriffs auf Informationen im Internet) und Klasse 45 (Dienstleistungen zur Bestimmung und Überwachung des Aufenthaltsortes von Personen) angemeldet worden. Das Gericht sah es als erwiesen an, dass »i« in Deutschland oftmals als Abkürzung für den Begriff Internet verwendet wird, während »Nanny« auch für Überwachungsgeräte, -programme und -dienstleistungen steht. Insoweit habe das Deutsche Patent- und Markenamt der angemeldeten Marke zu Recht die notwendige Unterscheidungskraft abgesprochen. Apple dürfte das einerseits freuen, denn so dürfte es schwieriger werden, nach dem Apple-Prinzip benannte Marken in Deutschland anzumelden. Andererseits wird das Unternehmen künftig selbst Probleme haben, hierzulande weitere i-Marken registrieren zu lassen. Darüber hinaus wird es schwieriger, bereits bestehende i-Marken wirksam zu verteidigen. Derzeit werden die auf EU-Ebene bereits eingetragenen Marken »APPSTORE« (EU 7078314) und »APPSTORE« (EU 5554779) angegriffen – Begründung: Es fehle ihnen an Unterscheidungskraft. Übrigens gilt die Anmeldung einer Wort-Bildmarke als gängige Strategie, um beschreibende Marken trotz mangelnder Unterscheidungskraft eingetragen zu bekommen. So war die gleichlautende Wort-Bildmarke »iNanny« problemlos registriert worden.</p> <p>Quelle: http://juris.bundespatentgericht.de</p>
	<p>ROYALE EXTRABEHANDLUNG ABGELEHNT</p> <p>Prinz Ernst August von Hannover hat eine Absage vom Europäischen Gerichtshof erhalten. Er hatte sich eine EU-Bildmarke für verschiedene Waren und Dienstleistungen eintragen lassen. Diese stellt das Wappen der Familie Hannover dar. Das Argument des Prinzen, er habe ein absolutes Recht daran, sein Familienwappen als europäische Marke eintragen zu lassen, wies das Gericht zurück. Das Bild stelle im heraldischen Sinn eine Nachahmung von Emblemen dar, die bereits durch das Vereinigte Königreich und Nordirland seit 1971 geschützt seien. Der einzige Unterschied bestehe in der Darstellung der Kronen. Er könne das Wappen benutzen, aber nicht als Marke eintragen lassen.</p> <p>Quelle: http://curia.europa.eu</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