

Recht: News

<p>FLECKI VS. PAULA: TIERISCHER STREIT</p> <p>Paula muss Flecki dulden. Die Dr. August Oetker KG ist vorläufig mit seinem Versuch gescheitert, das Pudding-Produkt Flecki des Discounters Aldi Süd verbieten zu lassen. Aldi Süd darf seinen Schoko-Vanille-Pudding weiterhin verkaufen. Das Landgericht Düsseldorf wies den Eilantrag des Bielefelder Nahrungsmittelkonzerns für ein europaweites Verkaufsverbot zurück. Im Jahr 2006 hat Oetker sein Produkt Paula auf den Markt gebracht und als Geschmacksmuster schützen lassen. Die Vermischung beider Pudding-Bestandteile führt zu einem optischen Gesamteindruck, der an das Fell und die Farben einer Kuh erinnert. Der Oetker-Pudding ist benannt nach der gleichnamigen Kuh, die im Mittelpunkt der Werbemaßnahmen für das Produkt steht und auch die Verpackung dominiert. Bei der Süßspeise von Aldi, die erst im vergangenen Jahr herausgekommen ist, handelt es sich ebenfalls um einen Vanille-Schoko-Strudelpudding, auf dessen Verpackung das Bild einer weißen Kuh vor der Kulisse eines Bauernhofes prangt. Oetker hatte darin eine Verletzung seiner Geschmacksmusterrechte und einen Wettbewerbsverstoß gesehen.</p> <p>Es müsse einem Wettbewerber grundsätzlich möglich sein, ein Milchprodukt zur kindgerechten Gestaltung in die Nähe einer Kuh und deren Fell zu bringen, so das Gericht. Es müsse aber sichergestellt sein, dass der Käufer nicht über den Hersteller getäuscht werde. Im vorliegenden Fall würden sich die Aufmachung und Verpackung beider Produkte erheblich unterscheiden, urteilte das Gericht. Zwar sei das Produkt Flecki in der Seitenansicht ähnlich gefleckt wie das Geschmacksmuster, in der Draufsicht jedoch – vom Geschmacksmuster deutlich abweichend – nahezu einfarbig. Auch die Aufmachung beider Kuhmotive unterscheide sich deutlich. Darüber hinaus werde Paula nur in Viererpacks angeboten, während es Flecki ausschließlich in Zweierpacks gebe.</p> <p>Zwischen dem Oetker-Geschmacksmuster und der Gestaltung von Flecki ergebe sich kein übereinstimmender Gesamteindruck. Die Gestaltung des Puddings Flecki verletze somit keine Rechte an dem eingetragenen Geschmacksmuster. Das Landgericht urteilte zugunsten des Discounters. Aldi Süd darf seinen Fleckenpudding weiterhin verkaufen.</p> <p>Quelle: Düsseldorfer Landgericht, Az.: 14c O 302/11</p>	<p>MARKENLÖSCHUNGSVERFAHREN</p> <p>Das Bundespatentgericht (BPatG) hat mitgeteilt, dass die derzeit geltenden Ausgangswertansätze für unbenutzte angegriffene Marken in Löschungsbeschwerdeverfahren und Widerspruchsbeschwerdeverfahren weiterhin angemessen erscheinen.</p> <p>Bei Löschungsbeschwerdeverfahren wird ein Regelstreitwert von 25.000 Euro und bei Widerspruchsverfahren ein Gegenstandswert von 20.000 Euro angenommen. Bei gut benutzten und eingeführten Marken könne dieser Wert im Löschungsverfahren je nach Lage des Falles angehoben werden.</p> <p>Quelle: http://juris.bundespatentgericht.de</p>
	<p>VINHO VERDE GEGEN BIOVERDE</p> <p>Zwischen Bioverde und Vinho Verde besteht keine Verwechslungsgefahr. Das hat das Bundespatentgericht (BPatG) entschieden.</p> <p>Die Inhaberin der prioritätsälteren internationalen Registrierung Vinho Verde Portugal für alkoholische Getränke in Klasse 33 hatte Widerspruch eingelegt gegen die Eintragung der deutschen Marke Bioverde in der gleichen Klasse. Dieser war von der Markenstelle des Deutschen Patent- und Markenamts (DPMA) zurückgewiesen worden. Dagegen hatte die Markeninhaberin von Vinho Verde Portugal Beschwerde beim BPatG eingereicht.</p> <p>Dem BPatG zufolge ist bei der Beurteilung der Verwechslungsgefahr der Gesamteindruck entscheidend, da der Durchschnittsverbraucher die Marke als Ganzes wahrnehme und nicht auf die verschiedenen Einzelheiten achte. Die Marken unterscheiden sich schon aufgrund ihrer unterschiedlichen Anzahl von Wortbestandteilen sowohl akustisch als auch optisch deutlich voneinander, so das BPatG. Keine der beiden Marken werde durch den Wortbestandteil ‚Verde‘ geprägt. Dieser gemeinsame Wortbestandteil schaffe auch nicht die Gefahr, dass beide Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden könnten. Der Grad der Markenähnlichkeit sei zu gering, um zu einer Verwechslungsgefahr im Sinne des § 9 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG zu führen. Bioverde bleibt also bis auf weiteres eingetragen.</p> <p>Quelle: BPatG, Beschluss vom 17.02.2012, Az.: 26 W (pat) 578/10</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