

# Recht: News

<p><b>RITTER SPORT VS. MILKA</b></p> <p>Quadratische Milka-Schokoladentafeln können nicht mit denen von Ritter Sport verwechselt werden und sind deshalb zulässig. So entschied das Oberlandesgericht (OLG) Köln und wies damit eine entsprechende Klage der Fima Ritter zurück, die in den Milka-Doppelquadraten eine Verwechslungsgefahr mit den eigenen, quadratisch geformten Schokoladenverpackungen sieht. Eine solche Gefahr bestehe nicht, weil die Doppelquadrate durch die Farbe und den Milka-Schriftzug eindeutig dieser Marke zuzuordnen seien, so das OLG. Der Gesamteindruck der Tafeln werde weniger durch die Form als vielmehr durch die typische lila Farbgestaltung und den bekannten Schriftzug mit der lila Kuh bestimmt. Dadurch erkenne man sie als Produkte des Nahrungsmittelherstellers Kraft. Mit dem Urteil hob das OLG Köln eine Entscheidung der Vorinstanz auf, die eine Verwechslungsgefahr gesehen und den Vertrieb bis auf weiteres untersagt hatte. Kraft als Inhaber von Milka hatte daraufhin Berufung eingelegt. Eine Revision beim Bundesgerichtshof ließ das OLG Köln nicht zu.</p> <p style="text-align: right;">Quelle: <a href="http://www.derwesten.de">www.derwesten.de</a></p>	<p><b>BGH: BEWEISLAST BEIM HÄNDLER</b></p> <p>Wenn ein Markeninhaber behauptet, dass ein Händler Fälschungen seiner Produkte vertreibt, so liegt die Beweislast dafür, dass es sich um Originalmarkenware handelt, künftig beim Händler. Der Markeninhaber muss aber Anhaltspunkte für seine Behauptung liefern. Das geht aus zwei Urteilen des Bundesgerichtshofes (BGH) hervor.</p> <p>Die in den USA ansässige Converse Inc., Inhaberin der Marke Converse, hatte gegen einen Händler geklagt. Dieser hatte vermeintlich gefälschte Schuhe an einen Verbrauchermarkt in Solingen geliefert und sollte auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Die Schuhe seien jedoch mit Zustimmung der Converse Inc. in Europa in Verkehr gebracht worden. Der Markenschutz sei daher erschöpft, verteidigte sich der Händler. Die Markeninhaberin dürfe ihm die Benutzung der Marke demnach nicht untersagen.</p> <p>Das Gericht entschied: Den Beweis, dass es sich um Originalmarkenware handelt, muss nicht der Markeninhaber erbringen, sondern der Händler. Der Markeninhaber müsse lediglich Anhaltspunkte dafür vortragen, dass es sich um eine Fälschung handelt. Dies hatte Converse getan. Der Händler müsse außerdem beweisen, dass die Ware vom Markeninhaber oder mit dessen Zustimmung im Europäischen Wirtschaftsraum in Verkehr gebracht wurde. Nur wenn die Gefahr einer Marktabschottung durch den Markeninhaber besteht, kann der Händler von dieser Beweislast befreit sein. Eine solche Gefahr bestand aber nicht.</p> <p>Da im Converse-Fall nicht feststand, ob es sich um Originalmarkenware handelt, die vom Markeninhaber oder mit seiner Zustimmung im Europäischen Wirtschaftsraum in Verkehr gebracht worden ist, hat der Bundesgerichtshof die Sache an das Berufungsgericht zurückverwiesen. Dort soll der Fall nochmals geprüft werden.</p> <p>In einem anderen Verfahren hatte die Exklusiv-Vertriebsgesellschaft der Converse Inc. für Deutschland, Österreich und die Schweiz gegen einen der weltweit größten Handelskonzerne geklagt, der mehrfach in seinen Einkaufsmärkten original Converse-Schuhe verkauft hatte. Auch hier entschied der BGH, dass der Händler den Beweis dafür erbringen müsse, dass die Originalmarkenware von der Markeninhaberin oder mit ihrer Zustimmung in Europa in den Verkehr gebracht worden sei.</p> <p style="text-align: right;">Quelle: Pressestelle des Bundesgerichtshofs, Karlsruhe</p>
<p><b>IRREFÜHRENDE COMDIRECT-WERBUNG</b></p> <p>Die Comdirect-Bank darf künftig nicht mehr für eine kostenfreie  Visakarte werben, wenn die Ausstellung dieser Karte entgegen der werblichen Ankündigung von einem monatlichen Geldeingang auf dem Girokonto abhängig gemacht wird. Dies entschied das Landgericht Itzehoe.</p> <p>Die Wettbewerbszentrale hatte die Werbung als irreführend beanstandet, weil entgegen der Ankündigung »Ohne Mindestgeldeingang« die Ausstellung der Visakarte von einem Gehaltseingang abhängig gemacht wurde. Die Direktbank verteidigte sich unter anderem damit, dass sie sich eine Bonitätsprüfung vorbehalten müsse und lehnte die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung ab, weshalb die Wettbewerbszentrale Klage erhoben hatte. Das Landgericht Itzehoe urteilte, dass ein erheblicher Teil der angesprochenen Verbraucher die Werbung der Bank so verstehen könne, dass auch ohne Mindestgeldeingang auf jeden Fall eine kostenlose Visakarte erhältlich sei. Dies sei aber nicht der Fall. Die strittige Werbung wurde daher untersagt.</p> <p style="text-align: right;">Quelle: <a href="http://www.kostenlose-urteile.de">www.kostenlose-urteile.de</a></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)