

Recht: News

VOLLGAS: PORSCHE UND BRIDGESTONE SETZEN SICH DURCH

Die Gerichte der Europäischen Union haben im Januar 2016 über Marken der Automobilindustrie entschieden. Das Gericht der Europäischen Union (EuG) hat befunden, dass die Marken Aerostone und Stone verwechselbar sind. Der Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) hat über den neun Jahre andauernden Streit um das Zeichen Carrera geurteilt.

Aerostone vs. Stone: Verwirrung Produktherkunft

Im ersten Fall hatte die Bristol Global Co. Ltd. das Zeichen Aerostone als Gemeinschaftsmarke in der Nizzaer Warenklasse 12 unter anderem für Autoreifen angemeldet. Gegen die Anmeldung hatte der Reifenhersteller Bridgestone Corp. Widerspruch eingelegt. Den Widerspruch hatte Bridgestone auf die Gemeinschaftsmarke Stone gestützt, die Marke ist für Reifen für Fahrzeuge eingetragen. Das für Gemeinschaftsmarken zuständige Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) hatte dem Widerspruch größtenteils stattgegeben und die Eintragung von Aerostone insbesondere für Autoreifen abgelehnt. Das EuG hat die Entscheidung bestätigt (Rechtssache T-194/14).

Markenschutz ermöglicht dem Inhaber einer Marke gegen Zeichen vorzugehen, die zu einer Verwirrung über die Produktherkunft führen, weil das fremde Zeichen mit der Marke verwechselt wird. Eine Verwirrung über die Herkunft liegt auch vor, wenn die Gefahr besteht, dass die Unternehmen, aus denen die Produkte stammen, irrtümlich miteinander assoziiert werden. Voraussetzung ist, dass die Marke und das fremde Zeichen identisch oder ähnlich sind und die Waren oder Dienstleistungen, für die die Marke geschützt ist, mit den Waren oder Dienstleistungen des fremden Zeichens identisch oder ähnlich sind.

Aerostone und Stone sind ähnlich

Die Zeichen Aerostone und Stone sind ähnlich, urteilte das EuG. Bei einer in der gesamten EU gültigen Gemeinschaftsmarke genügt, wenn die Gefahr einer Verwechslung in einem Teil der EU vorliegt. Aerostone und Stone sind Zeichen aus dem Englischen. Das Verständnis des englischsprachigen Publikums war daher entscheidend. Die Ähnlichkeit von Zeichen wird anhand einer Gesamtbeurteilung ermittelt. Zusammengesetzte Zeichen wie Aerostone werden nicht in Einzelteile zerlegt. Indes können einzelne Elemente zusammengesetzte Zeichen dominieren. Das EuG hat die Elemente Aero und Stone in Aerostone allerdings gleich gewichtet. Das englischsprachige Publikum verstehe Aero als Präfix von Stone. Dem

Präfix komme keine besondere Bedeutung zu, sondern es qualifiziere nur den Substantiv Stone. Das Wort behalte eine zumindest halbwegs unabhängige Stellung.

Für die Anmelderin Bristol war diese Gleichgewichtung fatal. Ihre Argumentation, das Zeichen Aerostone werde vom Wortanfang Aero dominiert und das Wortende Stone sei vernachlässigbar, blieb erfolglos. Das EuG begründete weiter, dass Aerostone und Stone ähnlich seien, weil die ältere Marke vollständig in dem jüngeren Zeichen enthalten ist. Diese Tatsache ist nach ständiger Rechtsprechung der europäischen Gerichte Indiz dafür, dass die Zeichen ähnlich sind. Diese Ähnlichkeit konnte das gewöhnliche Präfix Aero nicht ausschalten. Die Gefahr, dass das englischsprachige Publikum irrtümlich annimmt, mit Aerostone oder Stone gekennzeichnete Produkte wie Autoreifen stammten aus miteinander verbundenen Unternehmen, hat das EuG bejaht.

Bekanntheit von Carrera sollte ausgenutzt werden

In dem Streit um die Marke Carrera (Rechtssache C-50/15 P) der Dr. Ing. h. c. F. Porsche AG hatte ein Dritter Carrera als Gemeinschaftsmarke in der Nizzaer Klasse 9, unter anderem für Fernsehgeräte, Computer und auch mobile Navigationsgeräte angemeldet. Die Anmeldung war beschränkt auf »nicht zum Fabrikeinbau als Serien- oder Sonderausstattung in Kraftfahrzeuge« bestimmte Ware. Der Anmeldung hatte Porsche aufgrund ihrer für Kraftfahrzeuge geschützten Marken Carrera widersprochen und auch die Bekanntheit der Marke Carrera geltend gemacht. Eine bekannte Marke genießt erhöhten Schutz. Die bekannte Marke kann ähnlichen Drittzeichen entgegengehalten werden, die für unähnliche Produkte benutzt werden sollen.

Porsche hat den Rechtsstreit gewonnen. Der EuGH bestätigte, dass Kraftfahrzeuge und Navigationsgeräte ähnlich sind, weil letztere in Kraftfahrzeugen verwendet werden können. Die Beschränkung des Warenverzeichnisses auf Waren, die nicht zum Fabrikeinbau bestimmt sind, war unerheblich. Hinsichtlich der unähnlichen Waren konnte sich der Autobauer erfolgreich auf die Bekanntheit der Marke Carrera berufen. Porsche gelang der Nachweis anhand einer Umfrage, bei der 72 Prozent der Befragten die Marke Carrera für Kraftfahrzeuge kannten. Diese Bekanntheit sollte unlauter ausgenutzt werden, indem deren positives Image mit den Waren des Dritten gedanklich in Verbindung gebracht wurde.

zusammengestellt und recherchiert von



Wir recherchieren und überwachen seit 1949 Marken, Patente, Firmennamen, Domains und andere IP Rechte weltweit.
Mehr Informationen finden Sie unter www.smd-group.info