

# Recht: News

## EIN SÜSSER »PROBLEMBÄR«

Ein Urteil des Landgerichts (LG) Köln vom 18.12.2012 hat zunächst für das Verschwinden eines goldenen »Problembären« gesorgt. Das Gericht entschied nämlich, dass Lindt mit seinem in goldenes Papier gehüllten Schokoladen-Teddy (s. Abb.) die Wortmarke Goldbär von Haribo verletzt. Ob der Streit in der höheren Instanz fortgeführt wird, bleibt abzuwarten.



Lindt hatte im Jahr 2011 sein Sortiment um einen goldenen Teddybären ergänzt. Vor Gericht argumentierte der Schokoladenhersteller, die Aufmachung des Bären orientiere sich an dem Goldhasen. Der Schoko-Teddy stelle eine Fortentwicklung der Produktlinie dar. Eine Verwechslung mit dem Haribo-Goldbären sei ausgeschlossen. Haribo hingegen vertrat die Meinung, der Lindt-Teddy sei nichts anderes als die bildliche Darstellung des Wortes Goldbär. Für den Verbraucher liege nahe, den Lindt-Teddy als »Goldbär« zu bezeichnen. Dabei könne das Publikum irrtümlich glauben, es bestünde eine Verbindung zwischen »Lindt-Teddy« und »Goldbär«.

Das LG Köln schloss sich der Meinung von Haribo an. Der Lindt-Teddy sei zur Wortmarke Goldbär hochgradig ähnlich, die Assoziation von Goldbär und Lindt-Teddy die Folge. Angesichts der überragenden Bekanntheit der Haribo-Marke sei die am nächsten liegende Bezeichnung des goldenen Schoko-Bären der Begriff Goldbär. Auch das sprachliche Pendant zum bekannten Goldhasen sei Goldbär. Im Ergebnis verletze daher Lindt mit der goldenen Bärenfigur die Wortmarke Goldbär.

Die Entscheidung zeigt: 1) Auch zwischen verschiedenen Markenarten (beispielsweise Wort- und Bildmarken) kann Verwechslungsgefahr bestehen. Um eine Kollision mit älteren Rechten zu vermeiden, kann es daher unter Umständen notwendig sein im Vorwege einer Markenmeldung auch prioritätsältere Marken anderen Typs zu recherchieren. 2) Grundsätzlich erlaubt das deutsche Markenrecht keinen Schutz von Motiven wie einem Bären. Aber ein Wort und ein Bild beziehungsweise eine 3D-Form können verwechselbar sein, wenn nicht nur beider Motiv übereinstimmt, sondern das Wort die naheliegende, einprägsame Benennung des konkreten Bildes ist. Haribo hatte Erfolg, weil Goldbär für Fruchtgummi besonders einprägsam ist und der Lindt-Teddy laut Gericht Goldbär genannt werden würde. Den Wert des Rechtsstreits hat das Gericht mit 2,5 Millionen Euro festgesetzt.

## KAMPF DER I-MARKEN

Apple kämpft an vielen Fronten um Markenrechte, allerdings nicht immer als Kläger:

**USA:** In seinem Heimatland führte Apple sein iPhone Anfang 2007 ein. Gleich darauf erhob Cisco Systems Klage wegen Verletzung seiner Marke iPhone, genutzt für ein Telefon namens iPhone zur Internet-Telefonie. Man einigte sich, dass beide Unternehmen den Markennamen in den USA nutzen dürfen.



**China:** Im Rechtsstreit mit dem chinesischen Hersteller von Monitoren, Proview Technology, entschied ein Gericht gegen Apple. Apple durfte die Marke iPad nicht verwenden, denn Proview hatte sich den Namen als Erster gesichert. Die Amerikaner hatten zwar mit einer Tochtergesellschaft von Proview einen Vertrag geschlossen, wonach weltweite Rechte an dem Begriff iPad für rund 54.000 US-Dollar auf Apple übertragen wurden. Die chinesische Muttergesellschaft argumentierte aber später vor Gericht, der Vertrag umfasse nicht das Recht, den Namen in China zu nutzen. Apple unterlag in dem Streit und zahlte einen Millionen-Betrag.

**Mexiko:** Der Oberste Gerichtshof Mexikos hat kürzlich bestätigt, dass der Firma Ifone SA die Namensrechte an ifone für Telekommunikation (Klasse 38) in Mexiko zustehen. Jahre vor der Markteinführung des iPhones hatte Ifone SA sich die Rechte gesichert. Apple hat bis dato die Marke iPhone nur in Klassen 9 (Mobiltelefone etc.) und 28 (Spielekonsolen u.a.) angemeldet. Die Ifone SA darf ihren Namen weiter einsetzen und verlangt von Apple Schadensersatz wegen Markenverletzung.

**Brasilien:** In Brasilien läuft Apple derzeit Gefahr, sein Smartphone unter einer anderen Marke verkaufen zu müssen. Ein Gericht hat der brasilianischen Firma Gradiente die Rechte an iPhone zugesprochen. Gradiente hatte sich den Namen bereits im Jahr 2000 schützen lassen, aber erst später sein Telefon auf den Markt gebracht. Apple hat deshalb Klage auf Löschung wegen Nichtbenutzung erhoben. Eine Entscheidung dazu steht noch aus.

Weltweite Markteinführung kann weltweite Markenkonflikte bedeuten. Gut, wenn das Konfliktpotenzial und der etwaig notwendige finanzielle Atem, solche Konflikte auszutragen, vorher bekannt sind. Professionelle Markenrecherche und anwaltliche Bewertung von Konfliktlagen können dafür wichtige Quellen sein.

zusammengestellt und recherchiert von

S.M.D.  Markeur

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)