

Recht: News

KOMPLIZIERTE PRODUKTWELT: DER STEIN DES ANSTOSSES

Im August dieses Jahres erhielt ein WC-Spülstein mehr Aufmerksamkeit als der Hersteller Henkel sich wünschen konnte. Das Unternehmen hatte auf dem osteuropäischen Markt einen Toilettenreiniger beworben, der – in die WC-Schüssel geklebt – Bakterien und schlechte Gerüche vertreiben sollte. Der Stein zeigte zwei horizontale Streifen in Blau und Gelb in der Form eines leicht geschwungenen Rechtecks – wie eine Fahne, die im Wind weht. Die Ukrainer fühlten sich an ihre Nationalflagge erinnert und waren empört. Die Empörung reichte so weit, dass Henkel den WC-Stein in Osteuropa wieder vom Markt nahm.



Foto: Reuters

Derjenige, der neue Marken etabliert, sollte vor dem Launch prüfen, ob die Aufmachung des Produkts etwaige Rechte Dritter verletzt, insbesondere Rechte bezogen auf Markennamen (Wort) und Markendesign (Bild, Geschmacksmuster). Bei der Produktgestaltung sind viele verschiedene Elemente auf ihre Markt- und Markentauglichkeit zu hinterfragen. Der WC-Stein Bref gibt Anlass, das Thema Produktaufmachung näher zu betrachten.

Sprachliche Besonderheiten beachten

Zunächst ist da der Name eines Produkts: Die Liste von Markennamen, die statt des gewünschten positiven Image ein negatives Bild transportieren, ist lang. Häufig ist der Name im Heimatmarkt kein Problem, aber der internationale Sprung trifft auf Sprachbarrieren. Das Modell »Pajero« der Autoherstellers Mitsubishi bekam beispielsweise in Spanien viel Aufmerksamkeit, weil das Wort »pajero« umgangssprachlich Masturbierer bedeutet. Der Wagen heißt dort jetzt »Montero«. Das Modell »Silver Mist« der Luxusmarke Rolls Royce musste für den deutschen Markt in »Silver Shadow« umbenannt werden.

Solche sprachlichen Verirrungen sind vermeidbar. Denn mit der Recherche nach Markenrechten Dritter kann zugleich die Meinung eines Sprachkundigen zu möglichen negativen Assoziationen eingeholt werden. Dafür bieten professionelle Dienstleister Markenrecherchen mit umfassender Bewertung nicht nur der Rechtslage, sondern auch der sprachlichen Besonderheiten an.

Am Beispiel des WC-Steins werden weitere kritische Punkte der Produktgestaltung deutlich: Neben dem Markennamen ist auch die Bildmarke auf etwaige Rechte Dritter zu recherchieren. Es sollte geklärt werden, ob das typische Bref-Bildzeichen in Osteuropa benutzt werden kann. Dazu ist zum einen zu klären, ob Dritte für ähnliche Produkte ähnliche Logos haben, die der Verwendung des Bref-Signets widersprechen könnten. Zudem sprechen Bilder wie Worte und können ebenso missverstanden werden. Die Liste peinlicher Markenbilder ist so lang wie die Liste peinlicher Markennamen wie man am alten Logo des »Arlington Pediatric Center« (oberes Bild) erkennt. Inzwischen sieht das Logo anders aus (unteres Bild).



Altes Logo



Neues Logo

Bildmarke oder Geschmacksmuster?

Produktgestaltung meint natürlich auch das Produkt selbst. Der blau-gelbe WC-Stein in Flaggenform kann sowohl eine Bildmarke als auch ein Geschmacksmuster sein. Ein Geschmacksmuster ist ein zwei- oder dreidimensionales Modell, das als Vorlage für Massenwaren der Gestaltung der äußeren Form dient. Geschmacksmuster sind wie Marken rechtlich geschützt. Die Bildmarke kann grundsätzlich beliebig lang als Recht wirken und schützt die Herkunft des mit der Marke gekennzeichneten Produkts aus einem bestimmten Unternehmen (z.B.: blau-gelber WC-Stein von Hersteller xyz). Mit einem Geschmacksmuster wird die Leistung des Designers vor Nachahmern geschützt. In Deutschland ist das Design in der Regel 25 Jahre ab dem Tag seiner Anmeldung beim zuständigen Amt geschützt (nicht eingetragene Muster drei Jahre ab Offenbarung). Ein blau-gelber WC-Stein kann sowohl Bildmarken als auch Geschmacksmuster Dritter verletzen.

Wer möglichst sicher sein will, dass ein Produkt etabliert werden kann, lässt entsprechende Recherchen durchführen. Diese erscheinen zwar finanziell aufwendig, können aber höhere Kosten und Imageverlust peinlicher und rechtsverletzender Produktaufmachungen verhindern.

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