

Recht: News

SMART ÄRGERT FERRARI

Großspuriger Auftritt mit Folgen: In einem Werbespot vergleicht sich Daimler-Kleinstwagen Smart mit Porsche und Ferrari. »Ist es nicht erstaunlich, dass Traumwagen immer Zweisitzer sind?«, wird in dem Werbespot gefragt, während die Kamera an einem Lamborghini Gallardo, einem Porsche Carrera GT und einem Ferrari Enzo vorbei fährt, um am Ende einen Smart zu zeigen.



Der Spot war zunächst nur eine spontane Idee einer Werbeagentur: Bei Dreharbeiten in Südafrika sei den Werbern beim Feierabendbier eine Parallele zwischen Lamborghini, Porsche, Ferrari und Smart aufgefallen – die Anzahl der Sitzgelegenheiten.

Als Smart-Hersteller Daimler das Filmchen später zu sehen bekam, griffen die schwäbischen Marketingleute zu. Ferraris Advokaten pochten auf den Schutz der Markenrechte und forderten sofortigen Werbestopp. Statt den Italienern aber gram zu sein, freut sich der Hersteller des Kleinstwagens über die überraschende Aufmerksamkeit. Den beanstandeten TV-Spot lässt Smart-Chef Langenbrinck zurückziehen, zumal die Kampagne eigentlich längst gelaufen ist und das Filmchen nur noch im Internet steht. Freundlich hat er sich beim italienischen Autobauer entschuldigt – und angekündigt, den Film demnächst noch einmal drehen zu wollen und dabei den Ferrari durch einen roten Mercedes Sportwagen zu ersetzen.

Quelle: www.spiegel.de

G-STAR: ERFOLG GEGEN NACHAHMER

In Italien konnte die Firma G-Star einen Erfolg im Streit um eine Nachahmung ihrer Hose »Elwood«



erringen. Der beklagte italienische Hosen-Importeur Kruder wurde auf Unterlassung und Schadensersatz verurteilt. Das Urteil ist insofern von besonderer Bedeutung, da sich G-Star in Italien anders als bei vorangegangenen Rechtsstreitigkeiten in anderen Ländern nicht auf eine eingetragene Marke oder ein eingetragenes Geschmacksmuster stützen konnte. Für den vorliegenden Fall konnte das Markenrecht daher nicht angewendet werden. Die Hose »Elwood« von G-Star besitze allerdings relevante differenzierende Kriterien beispielsweise bei der Stickerei und im Kniebereich, die Kruder sklavisch nachgeahmt habe, urteilte das Mailänder Gericht. Es befand daher auf unlauteren Wettbewerb.

Durch die Entscheidung wurde das Kopieren von Fashion-Produkten neuerlich verurteilt. Es wurde klar gestellt, dass originelle Eigenschaften nicht nur im Bereich der Haute Couture zu finden sein können, sondern auch bei einem Paar Jeans. Darüber hinaus bedarf es nicht unbedingt einer eingetragenen Marke oder eines eingetragenen Geschmacksmusters, um sich gegen Nachahmer in diesem Bereich zur Wehr zu setzen. In einem solchen Fall bleibt die Option, auf unlauteren Wettbewerb zu klagen.

Quelle: www.marques.org

TELEKOM: ABSCHIED VON »ALT-MARKEN«

Auf der CeBIT gab die Deutsche Telekom bekannt, dass sie ihre Marken T-Home und T-Mobile ab April 2010 abschafft.



Hintergrund ist die Zusammenlegung des Mobilfunk- und Festnetz-Geschäftes des Telefonkonzerns. Zukünftig will man sich nur noch auf die Marke »T« konzentrieren und unter dem Signet »T« präsent sein, sagt Deutschland-Chef van Damme. »Wir bringen die Produkte zusammen und werden mehr und mehr integrierte Lösungen haben.« Die Telekom setzt damit nun auch nach außen die im Vorjahr eingeleitete Zusammenlegung ihrer Festnetz- und Mobilfunksparte um. Einzig die Geschäftskunden-Sparte T-Systems wird ihren Namen behalten, da sie kaum Kontakt mit Endkunden hat.

Quelle: www.ibusiness.de

ONLINE-ANMELDUNG BEIM DPMA

Seit dem 1. März können Geschmacksmuster (Designs) beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) elektronisch angemeldet werden. Der Schutz des Geschmacksmusters besteht für 25 Jahre ab Eintragung in das Register. Während ein Patent die Funktionalität eines Gegenstandes schützt, betrifft das Geschmacksmuster ein Design, das heißt eine Farb- oder Formgestaltung, die bestimmt und geeignet ist, das geschmackliche Empfinden des Betrachters anzusprechen. Mit einem Geschmacksmuster lässt sich eine Form einfacher schützen als mit einer Marke. Gegenüber einer Marke besteht darüber hinaus der Vorteil, dass der dauerhafte Bestand des Schutzes nicht von der Benutzung abhängt.

Mit der Einführung der Online-Anmeldung für Geschmacksmuster steht den Anmeldern der Onlineservice DPMAdirekt für alle gewerblichen Schutzrechte zur Verfügung.

Quelle: www.dpma.de

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