



Droit d'auteur, de design et de marque: embêtement ou chance?



Club de Communication Valais
Sion, 27 octobre 2021

Bernard Volken
volken@fmp-law.ch

Table des matières

1. Révision du droit d'auteur
2. Protection du packaging
3. Protection des marques
4. Protection du design



Droit d'auteur: développement

- plus de litiges
- technologie
 - appli
 - fichiers
- internet: aspect international



Droit d'auteur: développement

- concurrence internationale
- clients veulent tous les droit
(inclus droit moraux)
- propriété intellectuelle – menuiser
- information – éducation
(marché CM)

Situation de départ

- Nouveau projet ou appel d'offres, pression élevée, idées fusent
- Réaction immédiate sur le plan créatif, mais pas juridiques
- Malentendus

Malentendus

Différence entre ce que
l'expéditeur veut dire et ce
que le destinataire comprend



Malentendus

Il est difficile d'éliminer totalement les malentendus, mais il est possible de les réduire fortement

- par des affirmations écrites («effet thérapeutique»)
- et l'échange de ces affirmations.

Fardeau de la preuve (8 CC)

Chaque partie doit prouver les faits qu'elle allègue pour en déduire son droit.

- ➔ Devant un tribunal, la gagnante n'est pas celle qui est en droit, mais celle qui est en mesure de prouver les faits sur lesquelles elle se base!

Conclusion du contrat

Art. 1 CO

1. Manifestation réciproque et concordante de la volonté des parties;
2. expresse ou tacite



Résumé

- On investit trop peu de temps et d'argent dans la phase de négociation
- L'investissement dans cette phase est clairement rentable!
La probabilité de conflits coûteux est réduite de manière frappante



Droit d'auteur



Droits d'utilisation	Droits moraux
<ul style="list-style-type: none">• Polycopie, diffusion, fait de rendre perceptible, fait de rendre accessible• Droit de traitement	<ul style="list-style-type: none">• Droit à la publication primaire• Mention de l'auteur• Intégrité de l'œuvre



Révision du droit d'auteur



Révision – pourquoi?

- Changement du comportement internet du consommateur et des médias
- Lutte contre le piratage
- Réduction des obstacles pour la science

La notion d'œuvre



Bob Marley I, TF 5.9.2003

(4C.117/2003)

Caractère d'œuvre approuvé

Bob Marley,

Concert en plein air, Californie

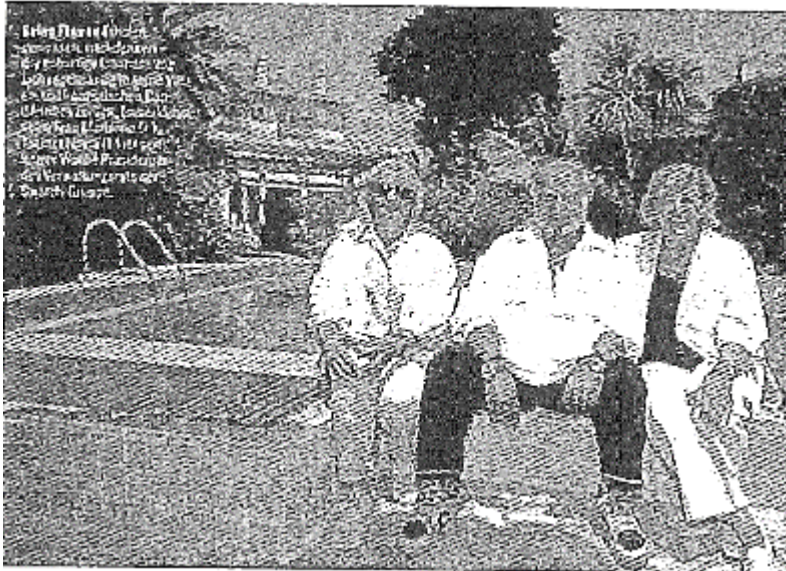
La notion d'œuvre



*TF 19.4.2004,
Caractère d'œuvre désapprouvé*

Ch. Meili
Ancien vigile UBS

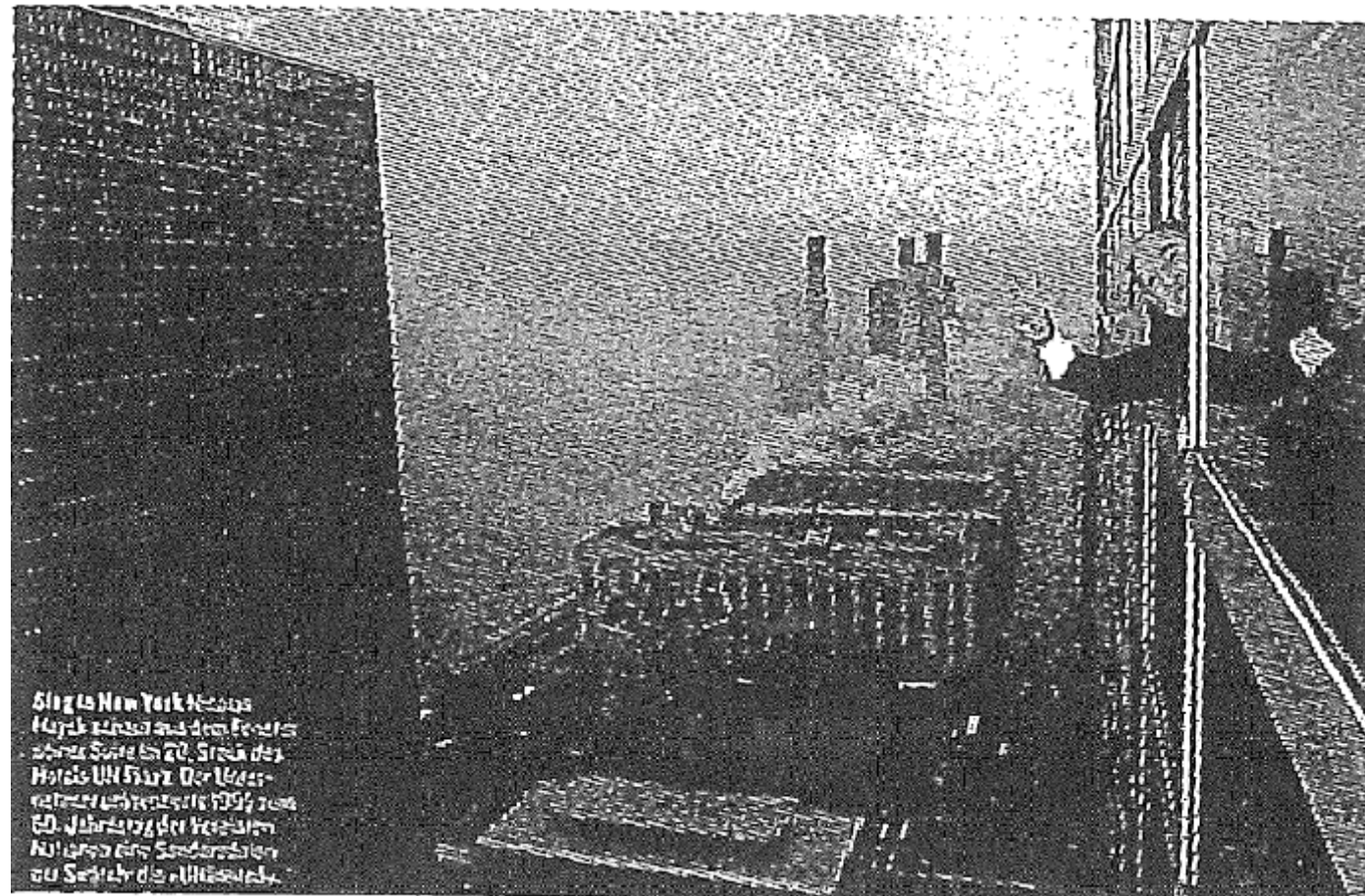
La notion d'œuvre rejetée

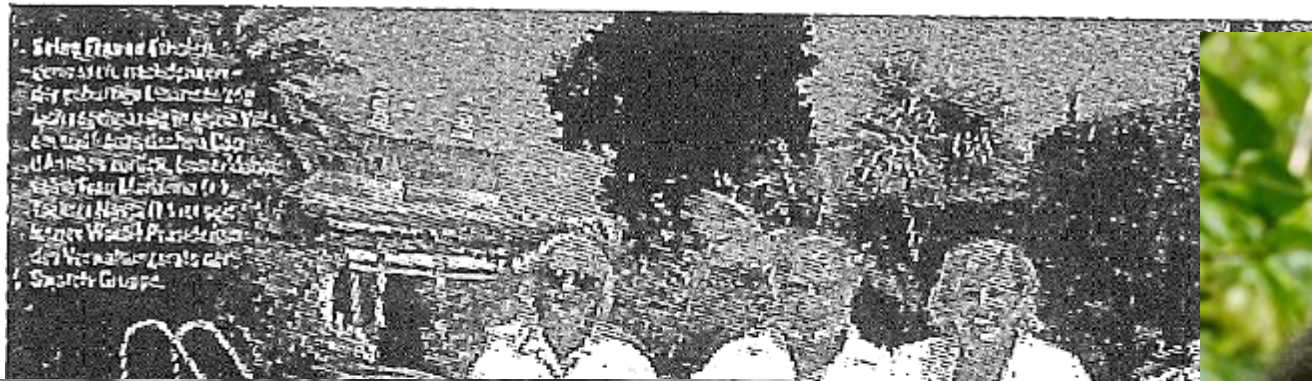


*Arrêt Hayek du Tribunal de
Commerce du Canton*

*d'Argovie du 29 août 2012
(HOR.2011.22 / AS)*

La notion d'œuvre affirmée





Protection du packaging

Protection légale du packaging

- Droit d'auteur: partiellement approprié
- Droit contre la concurrence déloyale: partiellement approprié
- Droit du design: approprié, coûts bas
(Avantages: présomption légale, mise en demeure, mesures provisionnelles, licences etc.)





Migros



Lidl









Tribunal des commerce d'Argovie accepte la plainte

Handelsgericht Aargau, 16. June 2009



Tribunal des commerce d'Argovie rejette la plainte

Bundesgericht, 26. Mai 2009 (4A_86/2009)



*Mars / Nestlé
HGer AG et TF rejette la plainte*

Handelsgericht Aargau, 3. November 2008



HGer AG rejette la demande de mesures provisionnelles

Handelsgericht Aargau 30. März 2005

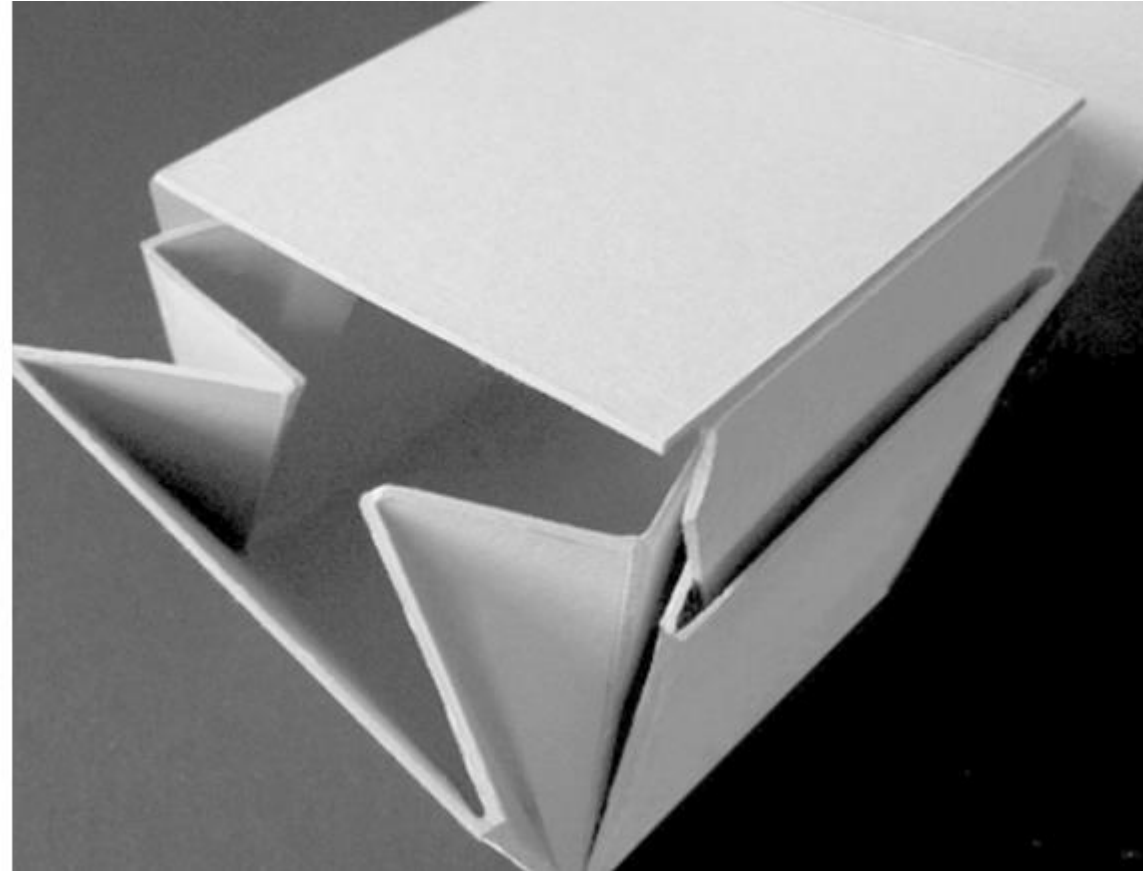


HGer AG rejette la demande de mesures provisionnelles

Protection du design

DM073048	 <p>3 always 12</p>
DM068822	 <p>Print ECO</p>
CH131706	 <p>CRACOTTE CRAQUINETTE</p>

CH130942



CH129555



Recommandation

- Protection possible, mais pas facile
- De plus le packaging est original,
de plus facile ces droits peuvent être imposés

Délicat

- Couleurs dans la nutrition
(vert = bio, bleu = sans sucre etc.)
- Reproduction du produits
(Fondue) et ingrédients

Marken

Einführung

Der Erfolg einer Marke hängt ab von:

1. “harten” Parametern (Anmeldestrategien, national, international, Schutzbereich, Wortmarke, Bildmarke, Klassen etc.): Diese können Sie stark beeinflussen.
2. “weiche“ Parametern, die Seele einer Marke: kann kaum oder nur schwer beeinflusst werden.



Die „Seele“ einer Marke

- Durchschnittskonsument: täglich mit ca. 2'000 Werbungen/Marken konfrontiert.
Herausforderung: Wahrnehmung Ihrer Marke!
- “Seele” = Versprechen, Gefühle, Erwartungen, Erfahrungen, Identität.
- Wird durch diverse äussere Faktoren oder Zufälle beeinflusst werden.

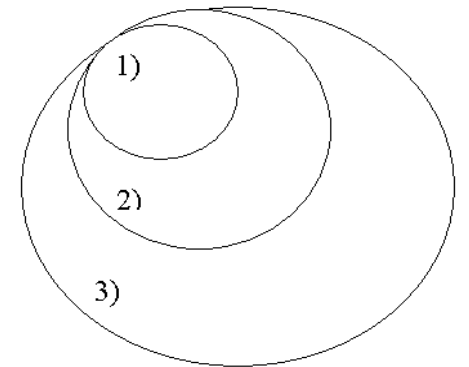


Das Markenrechtliche Spezialitätsprinzip – Locarno-Klassifikation

- **Definition der Marke**
Art. 1 I MSchG: Die Marke ist ein Zeichen, das geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von solchen anderer Unternehmen zu unterscheiden.
- **"Nizza-Klassifikation"**
= ein internationales Klassifikationssystem für Markenmeldungen. In insgesamt 45 "Klassen" sind Waren und Dienstleistungen eingruppiert.

Markenstrategie – bestmöglicher Schutzbereich

Bsp. Automarke	
Kreis	Klassen
1) Need to have	12
2) Nice to have	5, 9, 25, 28, 37, 41
3) Not bad to have	16



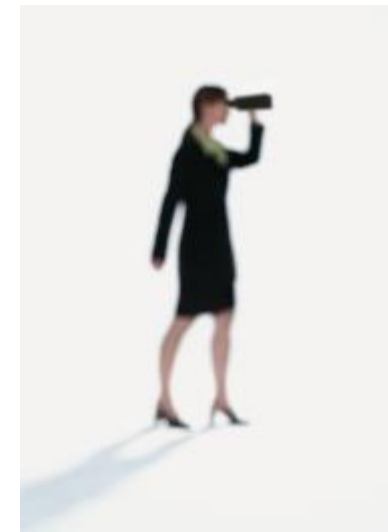
Bestmöglicher territorialer Schutzbereich

<i>Kreis</i>	<i>Land</i>
Need to have	<ul style="list-style-type: none">- Basisland- Bereiter Schutz- Alle 8 Klassen
Nice to have	<ul style="list-style-type: none">- Beabsichtigte Länder- 3 Klasse<ul style="list-style-type: none">○ Reduziert Kosten○ Reduziert Kollisionsrisiko
Not bad to have	<ul style="list-style-type: none">- Nicht beachtliche Länder- Wachsende Märkte- Möglichkeit offen halten- 1 Klasse<ul style="list-style-type: none">○ Reduziert Kosten○ Reduziert Kollisionsrisiko



Überwachung und Durchsetzung der Marke

<i>Überwachungs- und Durchsetzungsgrad</i>	
Need to have	<ul style="list-style-type: none">- Intensive Überwachung- Kein anderer in Kl. 12- Kein Spielraum für Verhandlungen
Nice to have	<ul style="list-style-type: none">- Wird überwacht- Handlung: je nach Kostellation- Spielraum für Verhandlungen
Not bad to have	<ul style="list-style-type: none">- Keine Überwachung- Keine Durchsetzung



Strategie betr. Schutzbereich

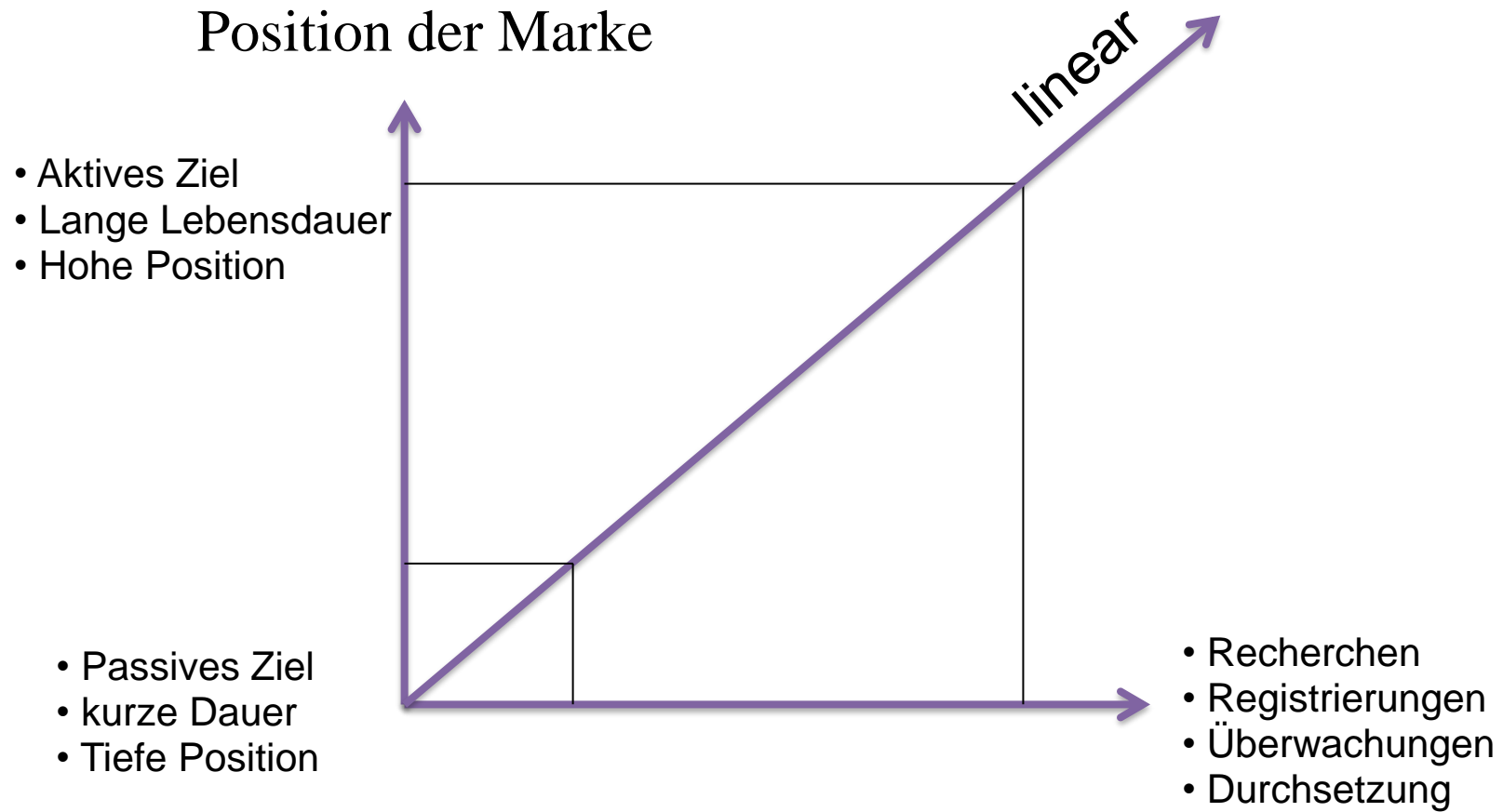
Enger Schutzbereich	Weiter Schutzbereich
Tiefe Kosten (+)	Hohe Kosten (-)
Kleines Kollisionsrisiko (+)	Hohes Kollisionsrisiko (-)
Schwierigkeiten bei Diversifizierung und Durchsetzung (-)	Problem: “Defensivmarke” – Gebrauchsobliegenheit (-) Divers. u. Durchsetzung (+)

734366	FIFA WORLD CUP	Fédération Internationale de Football Association (FIFA)	DZ AU BH GE IS NO TM TR UZ AL AM AZ BA BX CN CU EG HR KE KG KP KZ LI LR MA MC MD ME MK MN RS RU SD SM TJ UA VN	01 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 14 15 16 18 20 21 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42
------------------------	--------------------------------	---	---	--

1190042	CHANEL	CHANEL	DZ KR AT BA BX CH CN CZ DE ES HR HU IT KP LI MC ME MK MN PT RO RS SI SK VN	01 03 04 05 06 08 09 10 11 12 13 14 15 16 18 20 21 22 23 24 25 26 27 28 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45
-------------------------	------------------------	--------	---	--

909238	SCOTT	Scott USA Limited	NO TR BY CN HR KZ MD RU	09 12 25 28
------------------------	-----------------------	-------------------	-------------------------	-------------

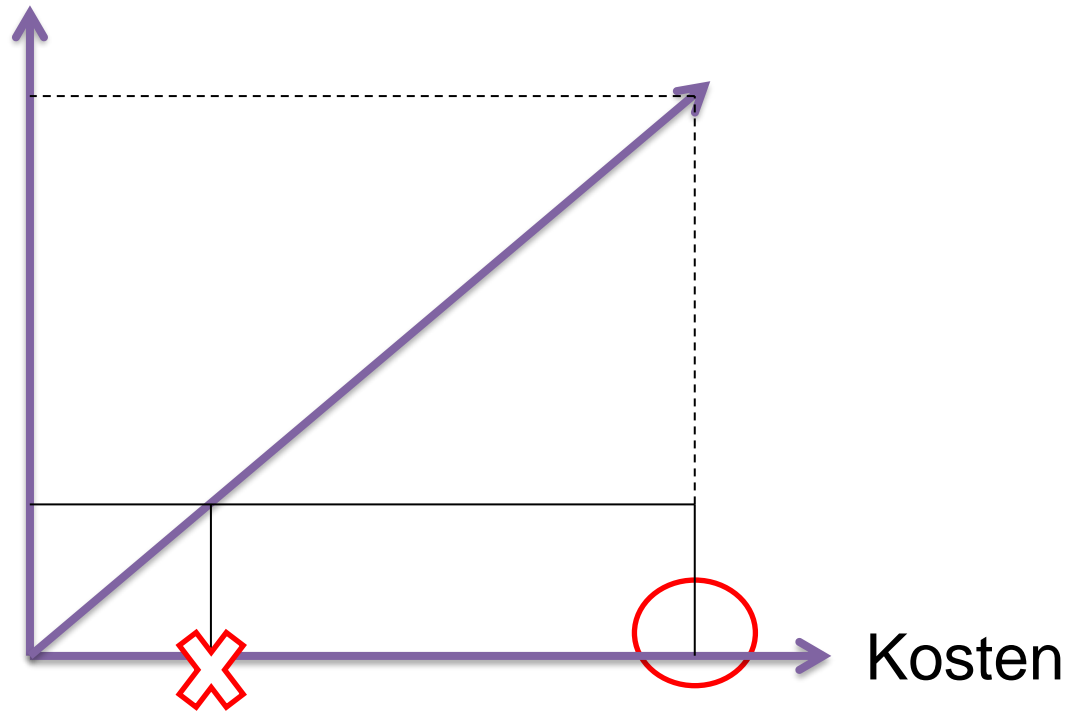
Investitionen



Ausnahme

- *Mondelēz*
(*Toblerone*)

- *Beiersdorf*
(*Nivea*)



Schlussfolgerung

- Starke Marken “fallen nicht vom Himmel”
- Nie Zufall
- Immer Folge einer massgeschneiderten Markenstrategie



Umsetzung der Markenstrategie

- Bedingt flexibles Markensystem.
- CH Basis, gefolgt von Madrider System.

Flexibles Markensystem

betreffend

- Länder
- Klassen
- Verlängerung Land/Klasse
- Übertragungen Land/Klasse


 Erlaubt Umsetzung flexibler Markenstrategie


Beispiel



Query:

International Registration Number contains 673219

Print hit list  

Download all 




N°	Mark N°	Mark Name	Office of Origin	Designated Contracting Parties	Nice Classification
1.	673219	BMW	DE	DZ AG EE GE IS JP LT NO SG TM TR US UZ ZM AL AM AT AZ BA BG BX BY CH CN CU CZ EG ES FR HR HU IT KE KG KP KZ LI LR LS LV MA MC MD ME MK MN MZ PL PT RO RS RU SD SI SK SL SM SZ TJ UA VN	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42

- 60 Länder
- 40 Klassen
- Nur 3 Schutzverweigerungen

Beispiel



Query:
International Registration Number contains 457952

Print hit list  
Download all 


N°	Mark N°	Mark Name	Office of Origin	Designated Contracting Parties	Nice Classification
1.	457952	GUCCI	IT	DZ AG BW GH MG OM ST TR UZ AL AM AT AZ BA BT BX BY CH CZ DE EG ES FR HR HU IR KE KG KP KZ LI LR LS MA MC MD ME MK MN MZ PT RO RS RU SD SI SK SL SM SY TJ UA	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42

- 58 Länder
- 42 Klassen
- Nur 3 Schutzverweigerungen



Massgeschneiderte Markenstrategie bedingt unterschiedliche Markentypen

- 3-D Marke
- Farbmarke
- Hologramm
- Akustische Marke
- Slogan
- Titel
- Positionsmarke

Tailor-made filing strategy - different types of trademark: 3D-mark (cl. 30)

Status	aktive Marke
Marken Nr.	635942
Hinterlegungsdatum	01.06.2012
Ablauf Schutzfrist	01.06.2022
Quelle erste Veröffentlichung	Swissreg am 02.11.2012
Gesuch Nr.	56702/2012
Marke	Markenabbildung (93 KB) 
Inhaber/in	Kraft Foods Schweiz Holding GmbH Chollerstrasse 4 6301 Zug
Vertreter/in	Kraft Foods Europe GmbH Lindbergh-Allee 1 8152 Glattpark
Waren und Dienstleistungen	30 Cacao, chocolat, boissons à base de cacao, de chocolat et préparations pour faire ces boissons; produits de boulangerie, de pâtisserie et de confiserie, en particulier sucreries et confiserie de chocolat, pralinés, biscuits, gaufres, gaufrettes, pâte à pain ou à gâteaux, préparations faites de céréales, glaces comestibles; tous les produits précités de provenance suisse.
Nizza Klassifikation Nr.	30
Markenart	Dreidimensionale Marke
Farbanspruch	Chamois, rouge, or, bleu.
Eintragung ins Markenregister	02.11.2012

Tailor-made filing strategy - different types of trademark: 3D-mark (cl. 30)

1141028 - TOBLERONE  expand all 

Countries: All | **Granted** | Refusal | Final decision | No longer designated

JP

151 Date of the registration
02.11.2012

180 Expected expiration date of the registration/renewal
02.11.2022

270 Language of the application
French


Current Status

732 Name and address of the holder of the registration
Kraft Foods Schweiz Holding GmbH
Chollerstrasse 4
CH-6301 Zug (CH)

812 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment
CH

740 Name and address of the representative
Kraft Foods Europe GmbH Trademark Department
Lindbergh-Allee 1
CH-8152 Glattbrunn (CH)

540 Mark



550 Indication relating to the nature or kind of mark
Three-dimensional mark

531 International Classification of the Figurative Elements of Marks (Vienna Classification) - VCL(6)
03.01.14 ; 03.01.20 ; 06.01.02 ; 18.03.03 ; 27.05.02 ; 29.01.13

591 Information concerning colors claimed
Buff, red, gold and blue.
Chamois, rouge, or at bleu.
Beige, rojo, oro y azul.

511 International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks (Nice Classification) - NCL(10)
30 Cocoa, chocolate, beverages made with cocoa, chocolate and preparations for making such beverages; bakery, pastry and confectionery products, in particular sugar confectionery and chocolate confectionery, pralines, biscuits, cookies, waffles, wafers, dough for bread or cake mix, preparations made from cereals, edible ices; all the aforesaid goods of Swiss origin.

Tailor-made filing strategy - different types of trademark: 3D-mark (cl. 30)

576176 - TOBLERONE expand all

Countries: All | Granted | Refusal | Final decision | No longer designated
AM BG BY KG KZ MD FL SU TJ UA

151 Date of the registration
30.10.1991

180 Expected expiration date of the registration/renewal
30.10.2021

270 Language of the application
French

Current Status

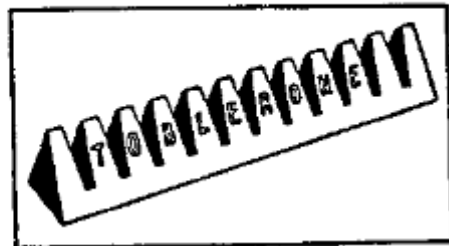
732 Name and address of the holder of the registration
MONDELEZ EUROPE GMBH
Lindbergh-Allee 1
CH-8152 Glattpark (CH)

812 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment
CH

740 Name and address of the representative
Mondelz Europe GmbH
Lindbergh-Allee 1
CH-8152 Glattpark (CH)

770 Name and address of the previous holder
Kraft Foods Europe GmbH Trademark Department
Lindbergh-Allee 1
Glattpark (CH)




540 Mark



*tailor-made filing strategy -
different types of trademark: colour mark (cl. 32)*

Status	aktive Marke
Marken Nr.	580791
Hinterlegungsdatum	20.06.2008
Ablauf Schutzfrist	20.06.2018
Quelle erste Veröffentlichung	Swissreg am 19.12.2008
Gesuch Nr.	00538/2008
Marke	Markenabbildung (632 KB) 
Inhaber/in	Red Bull GmbH Am Brunnen 1 5330 Fuschl am See AT-Österreich
Vertreter/in	Swissberg AG Seefeldstrasse 224 Postfach 8034 Zürich
Waren und Dienstleistungen	32 Alkoholfreie Getränke, nämlich Energy Drinks.
Nizza Klassifikation Nr.	32
Markenart	Farbmarke
Farbanspruch	Die Marke besteht aus der Kombination der Farben Blau (Pantone 2747 C) Silber (Pantone 877 C) in einem Verhältnis von 50:50.
Bemerkungen	Durchgesetzte Marke.
Eintragung ins Markenregister	19.12.2008

Tailor-made filing strategy - different types of trademark: colour mark (cl. 28, 32, 35, 36, 41, 42)

890375 -  expand all  

Countries: All | Granted | Refusal | Final decision | No longer designated

AU BA BG CH EG HR MA ME MK RO RS RU TR UA

151 **Date of the registration**
17.08.2005

180 **Expected expiration date of the registration/renewal**
17.08.2015

270 **Language of the application**
English


▼ Current Status

732 **Name and address of the holder of the registration**
Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn (DE)

812 **Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment**
DE



740 **Name and address of the representative**
Hogan Lovells International LLP
Alsterdor 21
20095 Hamburg (DE)

540 **Mark**



531 **International Classification of the Figurative Elements of Marks (Vienna Classification) - VCL(5)**
29.01.11

Tailor-made filing strategy - different types of trademark: colour mark (cl. 9, 38, 42)


908137 -  [expand all](#) 

Countries: [All](#) | [Granted](#) | [Refusal](#) | [Final decision](#) | [No longer designated](#)
AT CH ES GB MD NO PL RO SK

151 Date of the registration
21.08.2006

180 Expected expiration date of the registration/renewal
21.06.2016

270 Language of the application
French

 **Current Status**


732 Name and address of the holder of the registration
Orange Brand Services Limited
3 More London Riverside
London SE1 2AQ (GB)

813 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has his domicile
GB



740 Name and address of the representative
RGC JENKINS & CO.
26 Caxton Street
London SW1H 0RJ (GB)

770 Name and address of the previous holder
ORANGE BRAND SERVICES LIMITED
St. James Court,
Great Park Road,
Almondsbury Park,
Bradley Stoke
BRISTOL (GB)

540 Mark



Tailor-made filing strategy - different types of trademark: colour mark (several classes for g & s)

1001828 -  [expand all](#) 


Countries: [All](#) | [Granted](#) | [Refusal](#) | [Final decision](#) | [No longer designated](#)

CH

151 Date of the registration
04.09.2008

180 Expected expiration date of the registration/renewal
04.09.2018

270 Language of the application
French


 Current Status

732 Name and address of the holder of the registration
SOCIETE NATIONALE DES CHEMINS DE FER FRANCAIS S.N.C.F.
34 rue du Commandant René Mouchotte
F-75014 PARIS (FR)

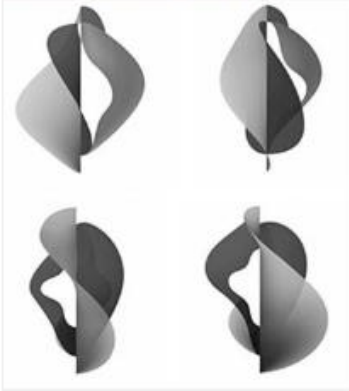
812 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment
FR

740 Name and address of the representative
Cabinet STRATO-IP
18 rue Soleillet
F-75020 Paris (FR)




540 Mark



Tailor-made filing strategy - different types of trademark: Bewegungsmarke (cl. 9, 16, 35 – 38, 41 - 42)

Status	aktive Marke
Marken Nr.	574633
Hinterlegungsdatum	14.12.2007
Ablauf Schutzfrist	14.12.2017
Quelle erste Veröffentlichung	Swissreg am 18.07.2008
Gesuch Nr.	64245/2007
Marke	<u>Markenabbildung (19 KB)</u> 
Inhaber/in	Swisscom AG Hauptsitz 3050 Bern
Nizza Klassifikation Nr.	9, 16, 35 - 38, 41 - 42
Markenart	Bewegungsmarke
Bemerkungen	Das dargestellte Objekt rotiert kontinuierlich gegen den Uhrzeigersinn um eine zentrale, vertikale Achse. Nach 7 Sekunden Bewegung kommt die gesamte Bewegung zum Abschluss. Für eine animierte Darstellung vgl. http://www.ige.ch/files/64245_2007.mpg
Eintragung ins Markenregister	18.07.2008

Tailor-made filing strategy - different types of trademark: hologram (cl. 9, 16, 36, 38)

883249 -  expand all  


Countries: All | **Granted** | Refusal | Final decision | No longer designated

CH MC

151 Date of the registration
19.11.1997

180 Expected expiration date of the registration/renewal
19.11.2017

270 Language of the application
French

 Current Status


732 Name and address of the holder of the registration
GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES
151 bis rue Saint-Honoré
F-75001 PARIS (FR)

012 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment
FR

740 Name and address of the representative
ERNEST GUTMANN - YVES PLASSERAUD SAS
3 rue Aubert
F-75009 PARIS (FR)

770 Name and address of the previous holder
GROUPEMENT DES CARTES BANCAIRES (Groupement d'Intérêt Economique)
31 Rue de Berni, Immeuble Monceau,
PARIS (FR)

540 Mark



*tailor-made filing strategy -
different types of trademark: sound mark
(cl. 3, 9, 11, 16, 20, 25, 28 - 32, 42)*

Status	aktive Marke
Marken Nr.	2P-409860
Hinterlegungsdatum	28.05.1993
Ablauf Schutzfrist	28.05.2023
Quelle erste Veröffentlichung	SHAB-Nr. 103 vom 31.05.1994
Gesuch Nr.	07683/1993
Marke	Markenabbildung (36 KB) 
Inhaber/in	Migros-Genossenschafts-Bund Limmatstrasse 152 8005 Zürich
Waren und Dienstleistungen	Wasch- und Putzmittel; Seifen, Parfümerien, Mittel zur Körper- und Schönheitspflege; elektrische Reinigungsapparate für den Haushalt; fotografische und optische Apparate; Geräte zur Aufzeichnung, Uebertragung und Wiedergabe von Ton, Bild und Daten; Beleuchtungs-, Heizungs-, Kühl- und sanitäre Anlagen; Schreibwaren, Druckereierzeugnisse, Lehr- und Unterrichtsmittel (ausgenommen Apparate); Möbel und Spiegel, Rahmen; Bekleidungsstücke, Schuhwaren; Spiele, Spielzeug; Turn- und Sportartikel (ausgenommen Bekleidungsartikel); sämtliche Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke; Dienstleistungen bestehend in der Gewährung von Verpflegung.
Nizza Klassifikation Nr.	3, 9, 11, 16, 20, 25, 28 - 32, 42
Markenart	Akustische Marke
Bemerkungen	Gebrauchspriorität: Mitte 1984
Eintragung ins Markenregister	02.05.1994

*tailor-made filing strategy -
different types of trademark: sound mark
(cl. 5, 30)*

Status	aktive Marke
Marken Nr.	P-525027
Hinterlegungsdatum	23.04.2004
Ablauf Schutzfrist	23.04.2024
Quelle erste Veröffentlichung	SHAB-Nr. 174 vom 08.09.2004
Gesuch Nr.	01483/2004
Marke	Markenabbildung (34 KB) 
Inhaber/in	Ricola AG (Ricola Ltd.) Baselstrasse 31 4242 Laufen
Vertreter/in	A.W. Metz & Co. AG Kreuzbühlstrasse 8 8008 Zürich
Waren und Dienstleistungen	5 Bonbons für medizinische Zwecke und medizinische Kräutertees. 30 Bonbons, nicht für medizinische Zwecke, Konfiseriewaren; nicht-medizinische Kräutertees.
Nizza Klassifikation Nr.	5, 30
Markenart	Akustische Marke
Eintragung ins Markenregister	25.08.2004

tailor-made filing strategy - different types of trademark: sound mark (cl. 5, 30)

838231 - RICOLA



▶ expand all

Countries : [All](#) | [Granted](#) | [Refusal](#) | [Final decision](#) | [No longer designated](#)

[BX](#) [DE](#) [DK](#) [ES](#) [FR](#) [IT](#) [JP](#) [KR](#) [SG](#) [US](#)

151 Date of the registration

23.09.2004

180 Expected expiration date of the registration/renewal

23.09.2024

270 Language of the application

French

▼ Current Status

732 Name and address of the holder of the registration

Ricola AG (Ricola Ltd.)
Baselstrasse 31
CH-4242 Laufen (CH)

812 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment

CH



740 Name and address of the representative

A. W. Metz & Co. AG
Kreuzbühlstrasse 8
CH-8008 Zürich (CH)

540 Mark



tailor-made filing strategy - different types of trademark: sound mark (several classes for g & s)

729484 -  [expand all](#) 


Countries : [All](#) | [Granted](#) | [Refusal](#) | [Final decision](#) | [No longer designated](#)

[AT](#) [BG](#) [CH](#) [DK](#) [FI](#) [FR](#) [GB](#) [HU](#) [IT](#) [LI](#) [ME](#) [NO](#) [PL](#) [PT](#) [RS](#) [RU](#) [SE](#) [UA](#)
[YU](#)

151 Date of the registration
23.12.1999

180 Expected expiration date of the registration/renewal
23.12.2019

270 Language of the application
English

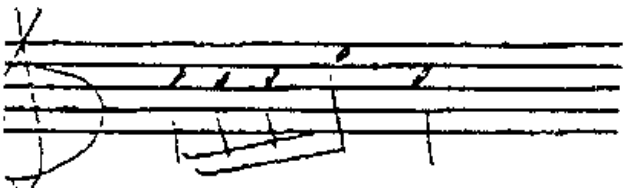
 **Current Status**

732 Name and address of the holder of the registration
Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn (DE)

812 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment
DE

740 Name and address of the representative
Hogan Lovells International LLP
Alstertor 21
20095 Hamburg (DE)


540 Mark



tailor-made filing strategy - different types of trademark: slogan (cl. 35, 38, 42)

Status	aktive Marke
Marken Nr.	P-497578
Hinterlegungsdatum	23.11.2001
Ablauf Schutzfrist	23.11.2021
Quelle erste Veröffentlichung	SHAB-Nr. 78 vom 24.04.2002
Gesuch Nr.	11148/2001
Marke	TIEFER ALS MAN DENKT
Inhaber/in	Swisscom AG Hauptsitz 3050 Bern
Vertreter/in	FMP Fuhrer Marbach & Partner Konsumstrasse 16A 3007 Bern
Waren und Dienstleistungen	35 Beratung bei der Organisation und Führung von Unternehmen; Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten; Buchführung, Buchprüfung; Zusammenstellung und Systematisierung von Daten in Computerdatenbanken; Dateiverwaltung mittels Computer. 38 Telekommunikation; Übermittlung (inkl. on-line Übermittlung) von Informationen; Telefon- - und Bildschirmtextdienste; Telekommunikationsdienste mittels E-mail und Videotext; Verschaffen des Zugangs zu globalen Computernetzwerken (Internet), Datenbanken und Websites; gewerbmässige und/oder technische Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung) im Bereich Telekommunikation einschliesslich der elektronischen Abwicklung des Geschäftsverkehrs. 42 Rechtsberatung, insbesondere in Bezug auf die Gründung und Verwaltung von Unternehmen; wissenschaftliche und industrielle Forschung; Erstellen von Programmen für die Datenverarbeitung; Vermieten von Zugriffszeit zu Computernetzwerken, Datenbanken und Websites; Programmieren von Websites; Design von Datenbanken und Websites; Vermieten von Speicherplatz zur Benutzung als Websites (hosting); gewerbemässige und/oder technische Beratung (ausgenommen Unternehmensberatung) im Bereich der Datenverarbeitung; Verwaltung und Verwertung von Immaterialgüterrechten.
Nizza Klassifikation Nr.	35, 38, 42
Eintragung ins Markenregister	10.04.2002

tailor-made filing strategy - different types of trademark: slogan (cl. 25)

807450 - JUST DO IT  [▶ expand all](#) 

Countries : [All](#) | [Granted](#) | [Refusal](#) | [Final decision](#) | [No longer designated](#)

[BY](#) [CH](#) [CN](#) [CU](#) [CZ](#) [HR](#) [HU](#) [ME](#) [MK](#) [NO](#) [PL](#) [RS](#) [RU](#) [TR](#) [UA](#) [VN](#) [YU](#)

151 Date of the registration
15.07.2003

180 Expected expiration date of the registration/renewal
15.07.2023

270 Language of the application
English

 **Current Status**

732 Name and address of the holder of the registration
Nike International Ltd.
One Bowerman Drive
Beaverton - Oregon 97005-6453 (US)

812 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment
BX

740 Name and address of the representative
NLO Shieldmark B.V.
J.W. Frisolaan 13
NL-2518 JS Den Haag (NL)

540 Mark
JUST DO IT

*tailor-made filing strategy -
different types of trademark: title
(including cl. 9, 41)*

Marken Nr.	P-486730
Hinterlegungsdatum	06.02.2001
Ablauf Schutzfrist	06.02.2021
Quelle erste Veröffentlichung	SHAB-Nr. 154 vom 13.08.2001
Gesuch Nr.	01218/2001
Marke	HARRY POTTER
Inhaber/in	Warner Bros. Entertainment Inc. 4000 Warner Boulevard Burbank, CA 91522 US-Vereinigte Staaten v. Amerika
Vertreter/in	BOHEST AG Holbeinstrasse 36-38 4051 Basel
Waren und Dienstleistungen	9 Wissenschaftliche, Schiffsfahrts-, Vermessungs-, elektrische, photographische, Film-, optische, Wäge-, Mess-, Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; Verkaufsautomaten und Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Datenverarbeitungsgeräte und Computer; Feuerlöschgeräte. 41 Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; sportliche und kulturelle Aktivitäten.
Nizza Klassifikation Nr.	9, 41
Eintragung ins Markenregister	12.07.2001

tailor-made filing strategy - different types of trademark: title (including cl. 9, 41)

729484 -



▶ expand all

Countries : [All](#) | [Granted](#) | [Refusal](#) | [Final decision](#) | [No longer designated](#)

[AT](#) [BG](#) [CH](#) [DK](#) [FI](#) [FR](#) [GB](#) [HU](#) [IT](#) [LI](#) [ME](#) [NO](#) [PL](#) [PT](#) [RS](#) [RU](#) [SE](#) [UA](#)
[YU](#)

151 Date of the registration

23.12.1999

180 Expected expiration date of the registration/renewal

23.12.2019

270 Language of the application

English

▼ **Current Status**

732 Name and address of the holder of the registration

Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn (DE)

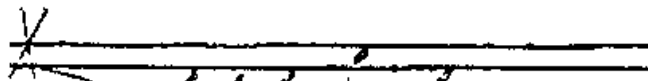
812 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment

DE

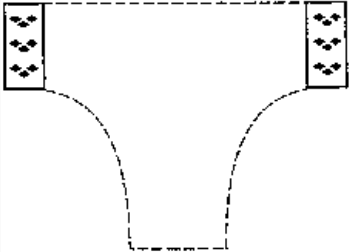
740 Name and address of the representative

Hogan Lovells International LLP
Alstertor 21
20095 Hamburg (DE)

540 Mark



*tailor-made filing strategy -
different types of trademark: position mark
(including cl. 25)*

Status	aktive Marke
Marken Nr.	P-465214
Hinterlegungsdatum	22.03.1999
Ablauf Schutzfrist	22.03.2019
Quelle erste Veröffentlichung	SHAB-Nr. 205 vom 21.10.1999
Gesuch Nr.	02472/1999
Marke	Markenabbildung (15 KB) 
Inhaber/in	Arena Distribution S.A. Via Maggio 1 6900 Lugano
Vertreter/in	Jacobacci & Partners SA Via Luganetto 3 6962 Lugano
Waren und Dienstleistungen	25 (Herren-) Badehosen.
Nizza Klassifikation Nr.	25
Markenart	Positionsmarke
Bemerkungen	Die Eintragung der Marke erstreckt sich nicht auf die abgebildete Badehose (Positionsmarke).
Eintragung ins Markenregister	22.09.1999

*tailor-made filing strategy -
different types of trademark: position mark
(including cl. 25)*

722608 - MRS [expand all](#)

Countries: [All](#) | [Granted](#) | [Refusal](#) | [Final decision](#) | [No longer designated](#)
[DE](#) [ES](#) [FR](#) [GB](#) [HU](#) [IT](#) [PT](#)

151 Date of the registration
22.09.1999

180 Expected expiration date of the registration/renewal
22.09.2019

270 Language of the application
French

Current Status

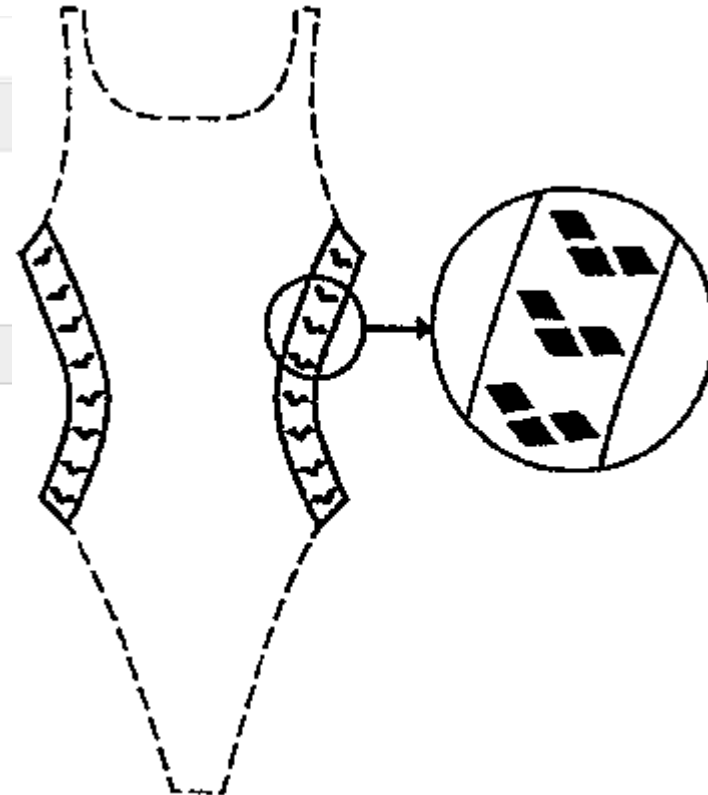
732 Name and address of the holder of the registration
Arena Distribution S.A.
Via Maggio 1
CH-6900 LUGANO (CH)

812 Contracting State or Contracting Organization in the territory of which the holder has a real and effective industrial or commercial establishment
CH

740 Name and address of the representative
Jacobacci & Partners S.A.
Via Luganetto 3
CH-6902 Lugano (CH)

770 Name and address of the previous holder
Arena Distribution S.A.
Route du Crochet 14
Givisiez (CH)

540 Mark



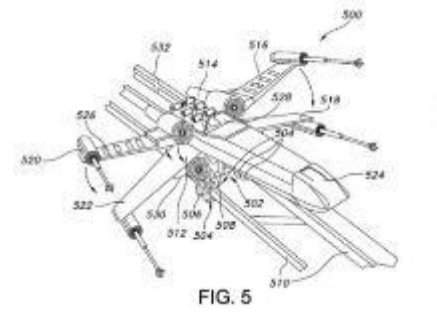
Schlussfolgerung Marken

- Starke Marken = immer
Ergebnis massgeschneiderten Strategie
- Keine exakte Wissenschaft, aber dennoch
gibt es klare Parameter.
- Diese gilt es zu beachten und umzusetzen.

1. Teil: Designschutz

1. Einführung (Gesetzesvermutung)
2. Kein Spezialitätsprinzip!
3. Keine Gebrauchspflicht!
4. Ausstattungsschutz und Schutz von Logos
5. Parameter einer Anmeldestrategie
6. Rechtsprechung
7. Schlussfolgerung

Einführung



Patent (in den meisten Ländern): geprüft

➔ Tendenz: wird als “fast” unantastbar betrachtet.



Design (in den meisten Ländern) = nicht geprüft



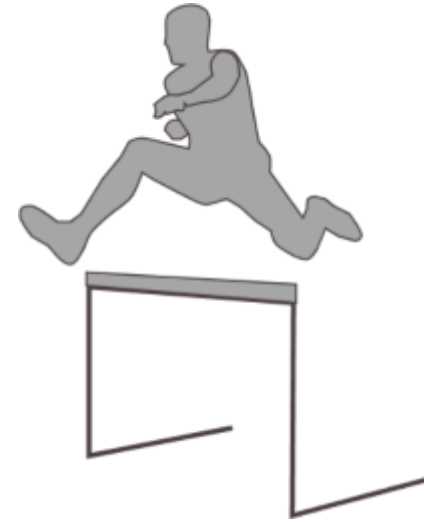
Tendenz:

Design wird (zu Unrecht) als
eher “schwach”

betrachtet.



Die Wahrheit liegt in der Mitte

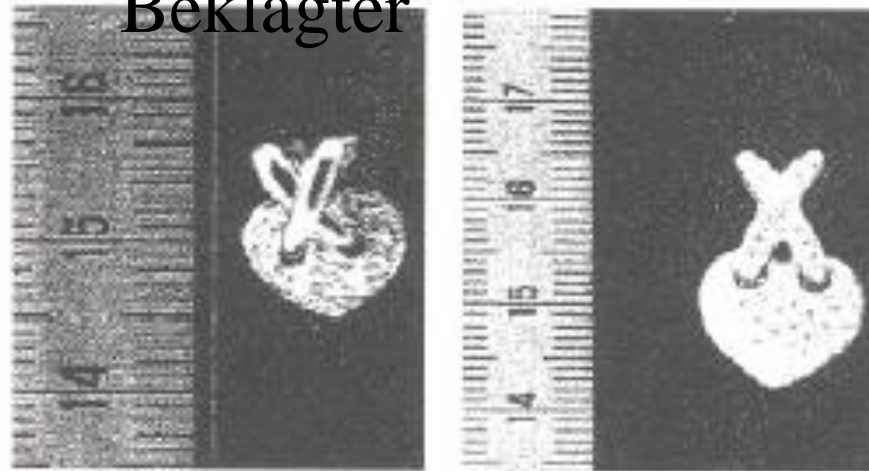


- Designschutz wird klar unterschätzt
- Weshalb: *Gesetzesvermutung* der rechtsgültigen Eintragung → dreht Beweislast!



BGE 13. Juli 2004:



*Designverletzung
bejaht!*

Kläger //
Beklagter



- Beklagte konnte fehlende Neuheit nicht beweisen.
- Fehlende Neuheit irrelevant wenn nicht von Beklagten bewiesen.
- „Fehlende materielle Prüfung“ wird teilweise kompensiert durch Gesetzesvermutung!

<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagter</i>	<i>Entscheid</i>
Copenhagen Maritime and Commercial Court (22 May 2008, No. V-0052-7)	Reisenthel Accessoires 	Zebra A/S 	Designverletzung und Schadenersatzp flicht bejaht.

<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagter</i>	<i>Entscheidung</i>
<p>Copenhagen Maritime and Commercial Court</p> <p>(25 Jan 2008, No. V. 68/06)</p>	<p>Staff ApS</p> 	<p>Marc Lauge A/S</p> <p>Verwechselbar ähnliche Hosen</p> 	<p>Designverletzung und Schadenersatzp flicht bejaht.</p>

General Court C-345/13

Karen Millen vs. Dunnes, Decision 19 June 2014

Karen Millen Dunnes

(Savida label)



Karen Millen

Dunnes

(Savida label)



(Irish High Court, unregistriertes *Gemeinschaftsgeschmacksmusterrecht*).

- *“The right holder of a design is not required to prove that it has individual character”.*



- *= Rechteinhaber wird befreit vom Beweis der gegebenen Neuheit!*

- (interpretation of the General Court of article 85 II of Regulation 6/2002 [presumption of validity - defense as to the merits])

Gesetzesvermutung = Vorteil im Streitfall:

- für Abmahnungsschreiben
- für vorsorgliche Massnahmen
- für Verhandlungen von Lizenzverträgen

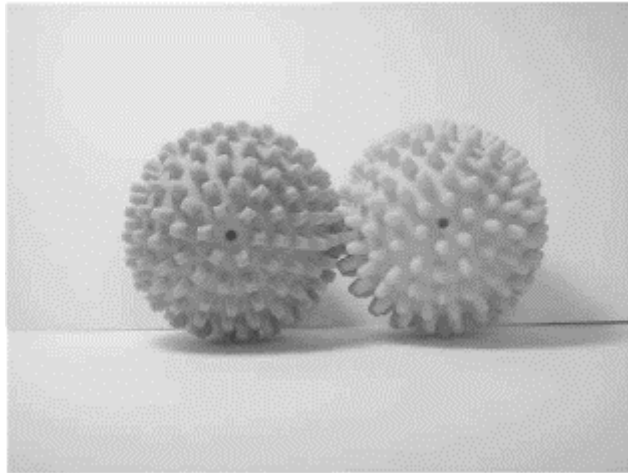
Kein Spezialitätsprinzip

Art. 2 I Locarno-Klassifikation:

Vorbehaltlich der sich aus diesem Abkommen ergebenden Verpflichtungen hat die Internationale Klassifikation nur verwaltungsmässige Bedeutung. Jedoch kann ihr jedes Land die ihm geeignet erscheinende rechtliche Bedeutung beilegen. Insbesondere bindet die Internationale Klassifikation die Länder des besonderen Verbandes nicht hinsichtlich der Art und des Umfangs des Schutzes des Musters oder Modells in diesen Ländern.

Decision by the UK Court of Appeals (23. April 2008)

Spiky balls for use as laundry aids,
registered designs under Nos.
000217187-0001 – 004; application
date 2004:



Sold and used as a
massage ball since 2002:



Die Parteien einigten sich einvernehmlich. Ein Richter sah sich dennoch zu folgender Ausführung veranlasst:

“...this case gives rise to points of law of *general importance which have an impact on those not directly engaged in this particular dispute*. Where our judgment may clarify that which has been moot and the result is of *wider public interest*, I take the view that we should make our conclusions known and so I have been in favour in this case of handing down this judgment.”

Das Gericht führt aus:



“the right gives a monopoly over any kind of goods according to the design. It makes complete sense that the prior art available for attacking novelty should also extend to all kinds of goods”.

Keine Gebrauchspflicht!

Oft werden Marken für 45 Klassen registriert.

Problem: Rechtsprechung zur defensiven Marken.

Dieses Problem wird mit Design gelöst:

- kein Spezialitätsprinzip
- keine Gebrauchspflicht!

Monopol



Korrektiv

Design

- Kein Spezialitätsprinzip, keine Gebrauchspflicht = grosser Schutzbereich
- → Korrektiv: zeitliche Begrenzung.

Marke

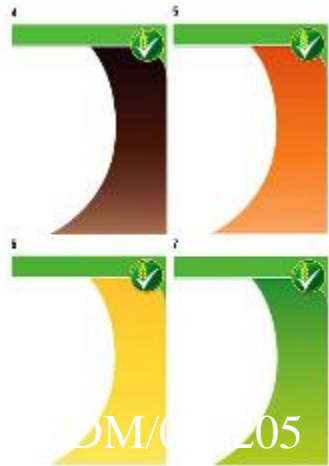
- Zeitlich unbegrenzt
- → Korrektiv: Spezialitätsprinzip und Gebrauchspflicht

Ausstattungsschutz und Schutz von Logos

“An industrial design may consist of three dimensional features, such as the shape of an article, ...”.

- (<http://www.wipo.int/designs/en>)

*Ausstattungsschutz –
Lauterkeitsrecht und Designschutz!*



Nestlé DM/077205



Nestlé DM/074008

Schutz von Logos (Locarno Kl. 32-00)

- 9 Locarno Edition (1er Januar 2009): „*graphic symbols and logos*“.
- Vorher: Markenämter teilweise restriktiv. Seither: markante Zunahme von Logo-Design-Anmeldungen.



DM/078389

BUNDESREPUBLIK
DEUTSCHLAND



DM/078399

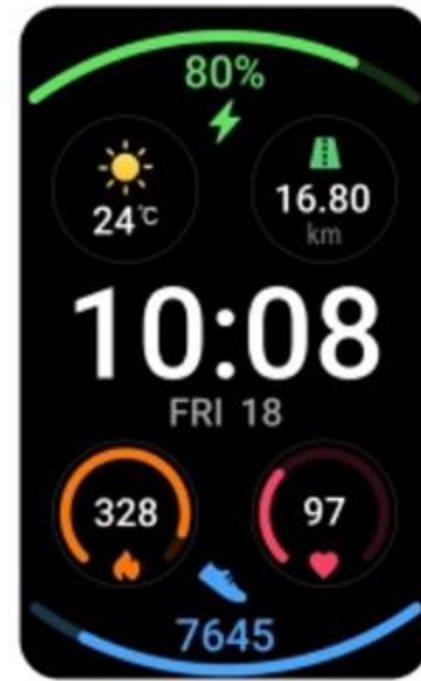


TM IR 1124274

Protection of Graphical User Interfaces (GUIs)



EM ID 008416564-0002
2021-01-28
Huawei Technologies Co., Ltd.



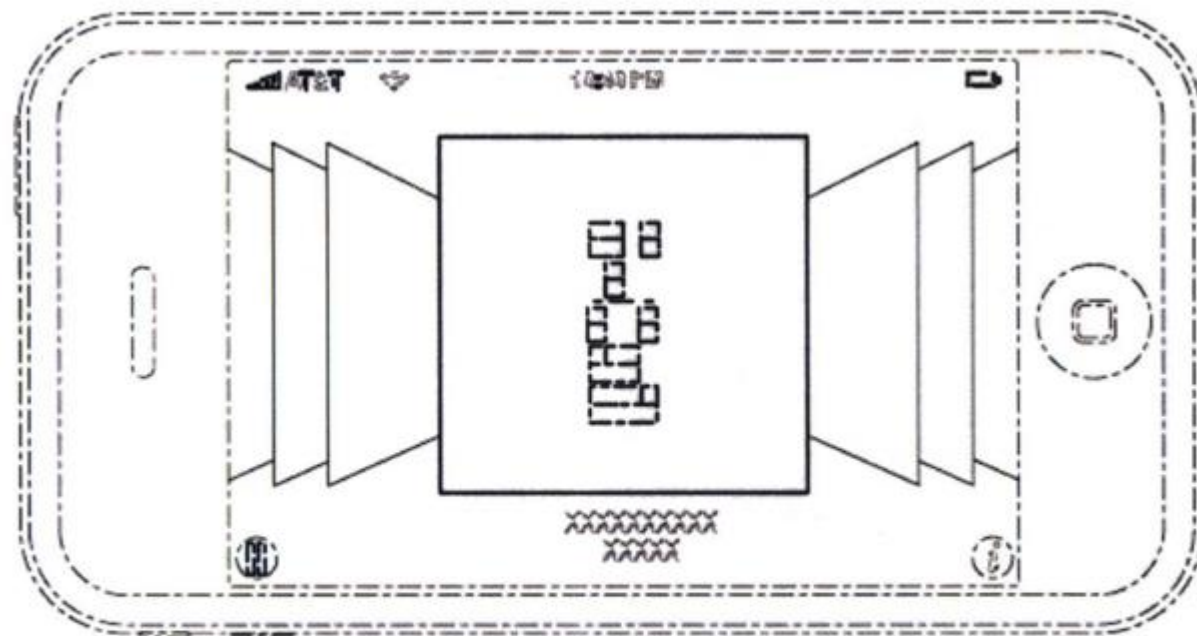
EM ID 008416564-0003
2021-01-28
Huawei Technologies Co., Ltd.



EM ID 008353304-0011
2020-12-21
Apple Inc.



EM ID 008352322-0007
2020-12-21
Apple Inc.



RCD 000847017

kein Spezialitätsprinzip

+

keine Gebrauchspflicht

+

Gesetzesvermutung

+

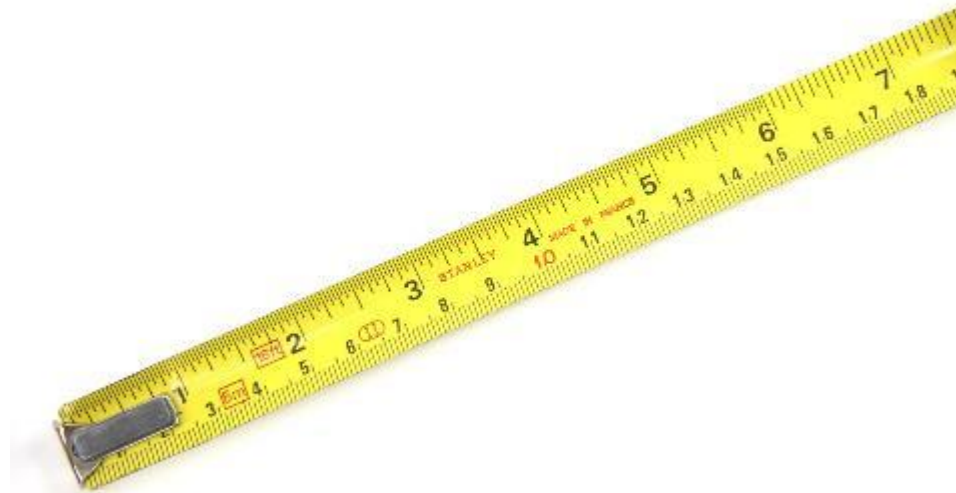
Massgeschneiderte
Anmeldestrategie

=

Design starker Trumpf!



*Parameter einer
massgeschneiderten
Anmeldestrategie*





Kombination „unterschiedliche
Perspektiven“ + Disclaimer

DM/070912
Daimler AG



Disclaimer



DM/076650 Daimler AG
“The blue marked areas are not coming into the scope of protection, they have the function of a disclaimer”

15.2

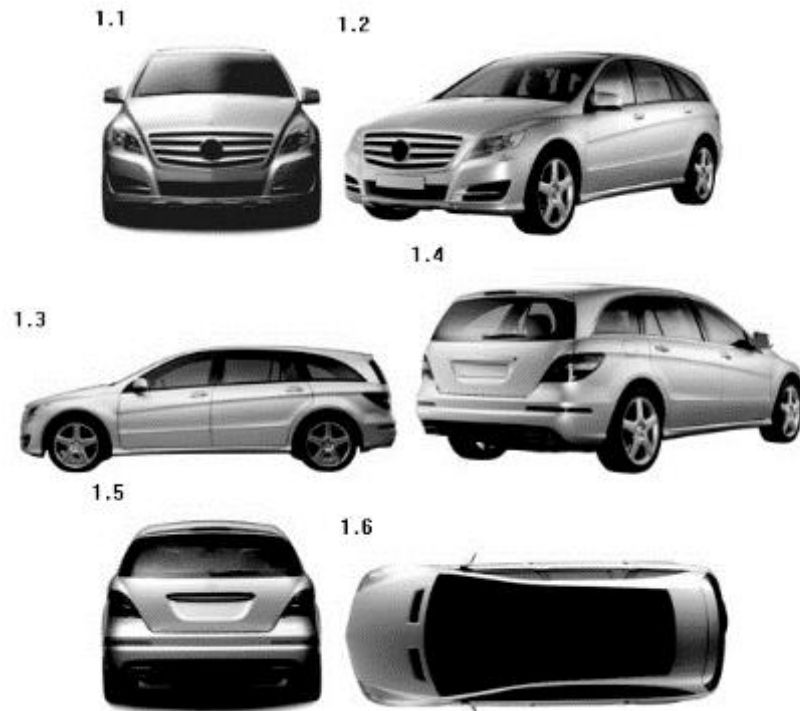


DM/076222
“The blue marked parts of designs 8, 9, 10, 11, 12, 13 and 14 are not coming into the scope of the industrial design (disclaimer)”



DM/075740

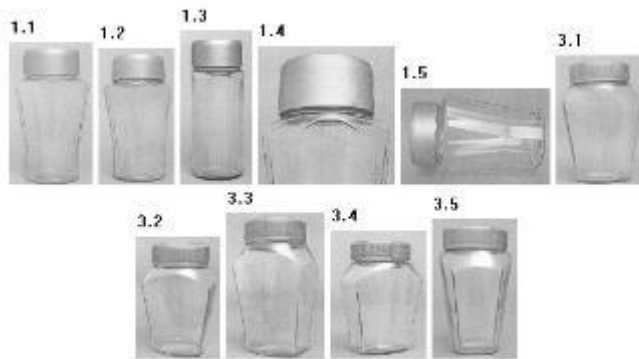




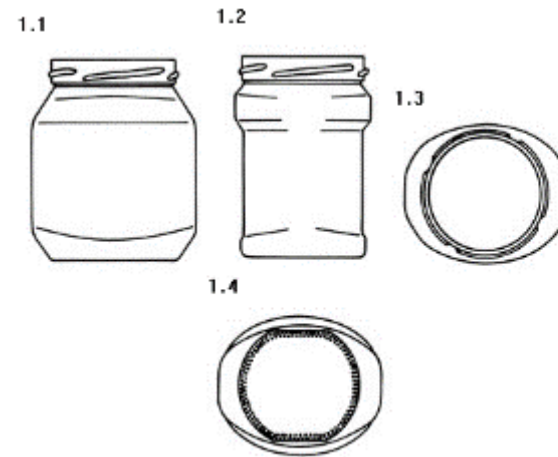
Unterschiedliche Perspektiven

DM/071034
Daimler AG

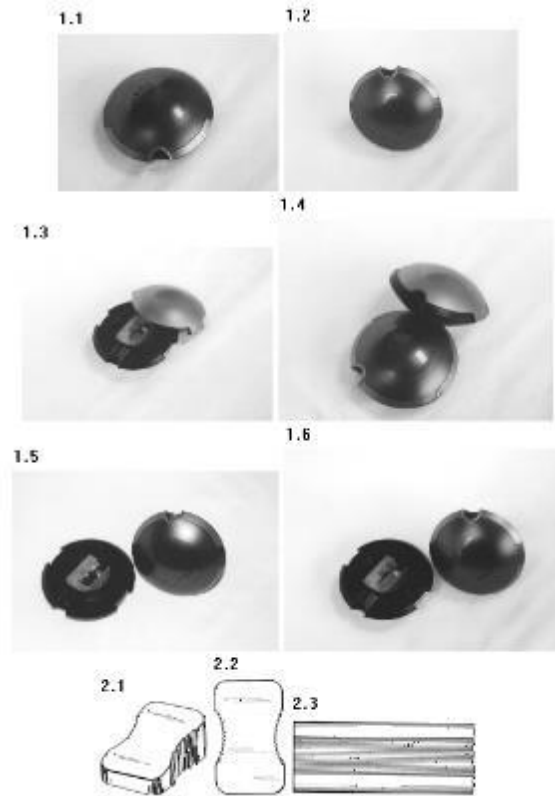
Photographie oder Skizze



DM/066980 (15); Lidl, DE



DM/066875 (15), Lidl, DE



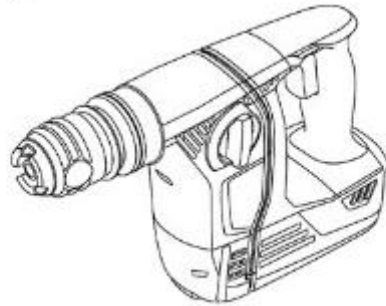
Kombination von Fotos und Skizzen

DM/052026 (15);
EISEN GMBH, DE

Farbig oder schwarz-weiss



3.1



3.2

DM/075961 (15); Hilti, LI



1.3

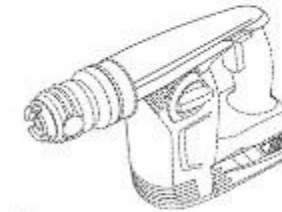
1.4

1.5

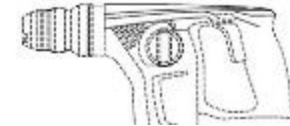
1.6

1.7

2.1

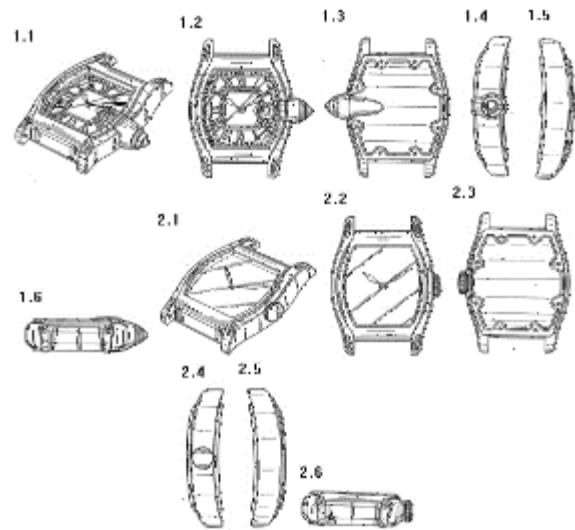


2.2



DM/076048 (15); Hilti, LI

Das ganze Produkt und/oder einzelne Teile



DM/047327 (15); Cartier; CH



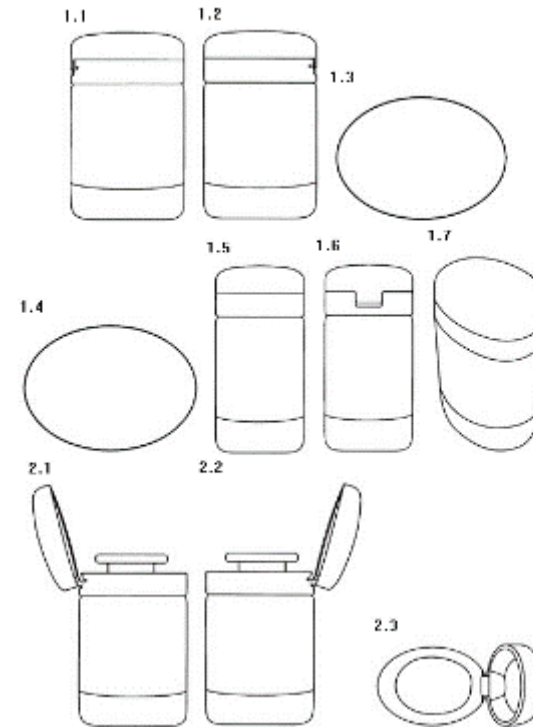
DM/071188 (15); Cartier, CH

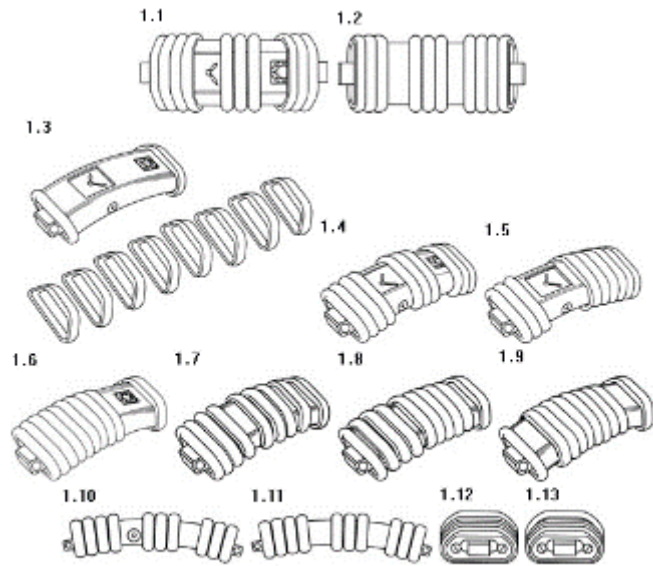
100 words description?

(11) DM/075296 (15) 10.02.2011 (18) 10.02.2016

(22) 03.11.2010 (73) **CARTIER** CREATION STUDIO S.A., Boulevard James-Fazy 8, CH-1201 Genève (CH) (86)(87)(88)(85) CH (89) CH (74) GRIFFES CONSULTING SA Route de Florissant 81, CH-1206 Geneva (CH) (28) 8 (51) Cl. 09-01, 07 (54) 1.-4. Perfume bottles; 5.-8. Caps for perfume bottles / 1.-4. Flacons de parfum; 5.-8. Bouchons pour flacons de parfum / 1.-4.

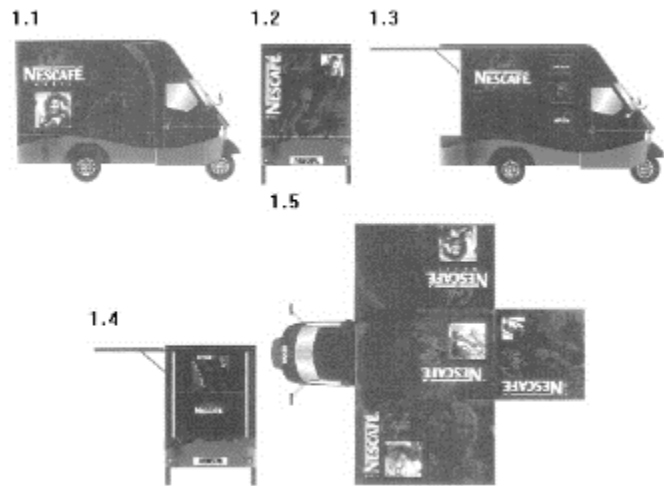
Frascos de perfume; 5.-8. Tapas de frascos de perfume (57)(55) Design 1: bottle of perfume with its cap closed; the bottle with its cap forms an overall oval cylinder; the bottle cap is linked to the main cylinder by a single binding element; the top part of the cap is domed; the bottle features an horizontal line on its lower part; Design 2: bottle of perfume with its cap open; the bottle forms an overall oval cylinder; the open bottle's cap shows a large and flat topped sprayer that has an oval shape; the base of the sprayer is narrow compared to its upper part; the top part of the cap is domed; the bottle features an horizontal line on its lower part; Design 3: bottle of perfume with its cap closed; the bottle with its cap closed forms an overall oval cylinder; the bottle's cap which is domed on its top part is linked to the main cylinder by a single binding element; Design 4: bottle of perfume with its cap open; the bottle forms an overall oval cylinder; the bottle's cap which is domed on its top part is linked to the main cylinder by a single binding element; the open bottle's cap shows a large and flat topped sprayer that has an oval shape; the base of the sprayer is narrow compared to its upper part; Design 5: cap closed for a bottle of perfume; the cap forms an oval cylinder; the upper part of the cap is domed; the cap is linked to the main cylinder by a single binding element; Design 6: open cap for a bottle of perfume; the cap forms an oval cylinder; the upper part of the cap is domed; the cap is linked to the main cylinder by a single binding element; the open cap shows a large and flat topped sprayer that has an oval shape; the base of the sprayer is narrow compared to its upper part; Design 7: cap





*Ein Bild kann mehr sagen
als 100 Wörter.*

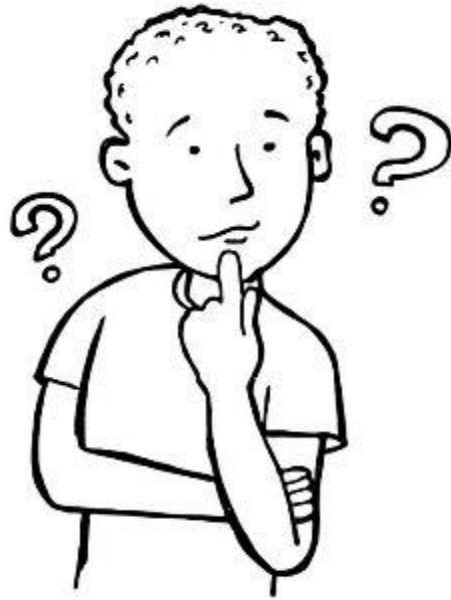
DM/062910 (15); Cartier, CH



*Ein Bild kann mehr
sagen als 100 Wörter.*

DM/047707 (15); Nestlé, CH

Soweit die Theorie: Wie sieht die Rechtsprechung aus?



PORSCHE-decision EGC, June 6, 2019
(T-209/18 EGC)

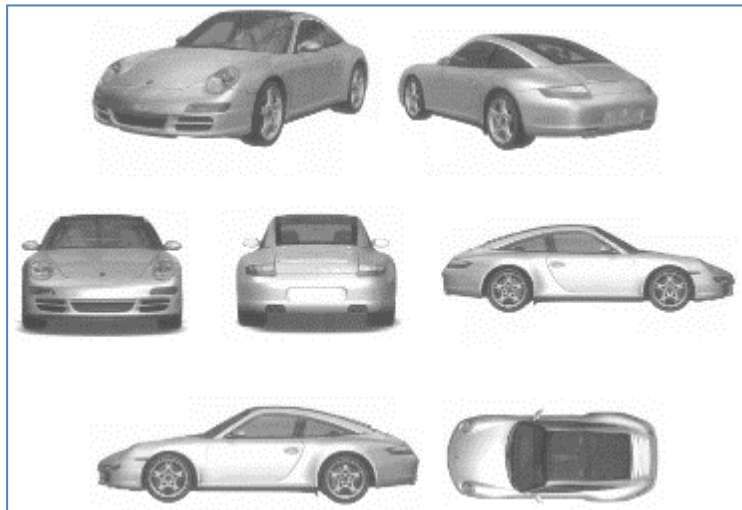


Contested RCD 001230593-0001
(20.08.2010; Prio: 27.04.2010)

Facts

Autec AG (German manufacturer of toy cars) filed invalidity proceeding claiming lack of both novelty and individual character based on

- RCD 000735428-0001 of PORSCHE, published 23.06.2008)
- RCD 000633748-0001 of PORSCHE, published 09.01.2007

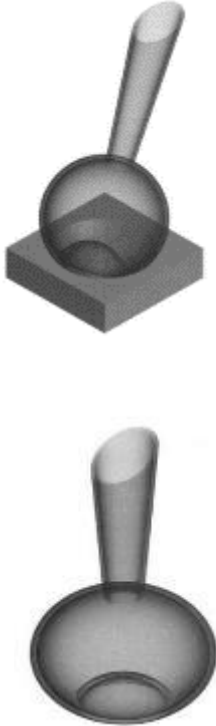






Informed user



Porsche	EGC
particular attention with regard to the different models of the Porsche 911 passenger car	a person with standard characteristics

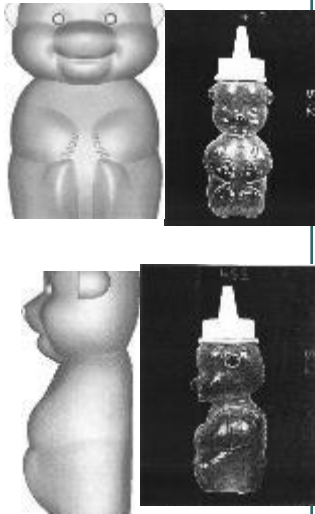

Decision

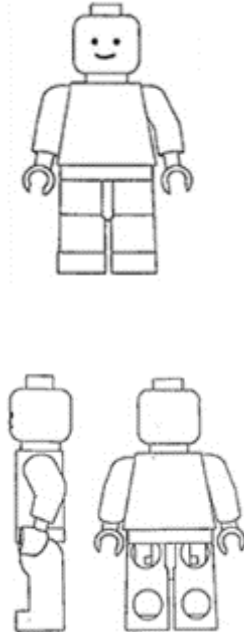
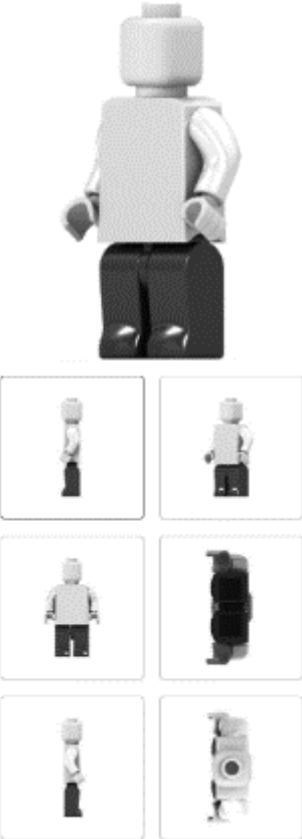
- decision June 06, 2019: design declared invalid due to lack of individual character.
- current status: PORSCHE appealed against EGC's decision (ECJ ref.: C-613/19 P)

<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagter</i>	<i>Entscheid</i>
<p>BGH</p> <p>(8 March 2012, No. I ZR 124/10)</p>			<p>Verletzung verneint.</p> <p>Das Design des Klägers zeigt 7 Abbildungen einer Weinkaraffe: •4 mit Sockel •3 ohne Sockel</p> <p>Teile oder Elemente einer Designregistrierung sind nicht separat geschützt. Deshalb schützt das Design die “Weinkaraffe mit Sockel” und nicht einen Teil davon (Weinkaraffe ohne Sockel).</p> <p>Vorsicht bei der Anmeldestrategie!! Zwei Anmeldungen: Gutheissen der Klage.</p>

<i>Court</i>	<i>Applicant</i>	<i>Intervener</i>	<i>Decision</i>
GC (12 March 2020, Case T-353/19)	RCD application 	Applied for a declaration of invalidity  	The foodstuffs inside the container must not be taken into consideration for assessing the overall impression. ➤ Registration refused due to lack of individual character.

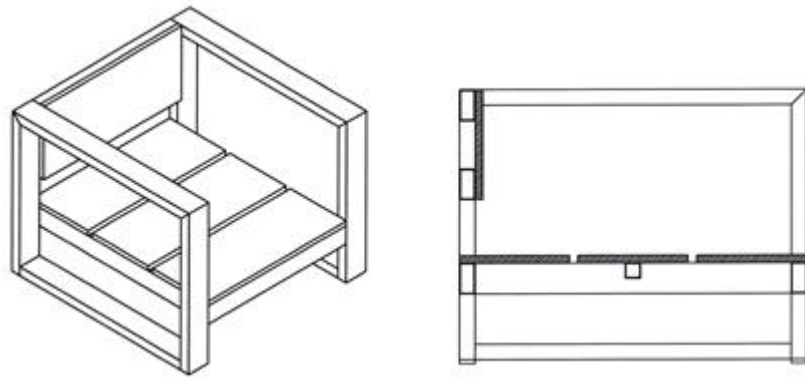
<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p>Hungarian Supreme Court</p> <p>(3 October 2012, n.Pfv.IV.21.04 4/2012/7)</p>	<p>Prior art</p> 	<p>Registered design (honey container)</p> 	<p>Defendants design was declared invalid due to a lack of individual character.</p>

<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p data-bbox="443 254 774 362">Hungarian IP Office decision</p> <p data-bbox="443 444 766 619">(23 May 2019, no. D1000028 /21)</p>	<p data-bbox="800 254 991 301">Prior art</p> 	<p data-bbox="1110 254 1352 491">Registered design (honey container)</p> 	<p data-bbox="1442 254 2135 425">Defendants design was declared invalid due to a lack of individual character.</p>

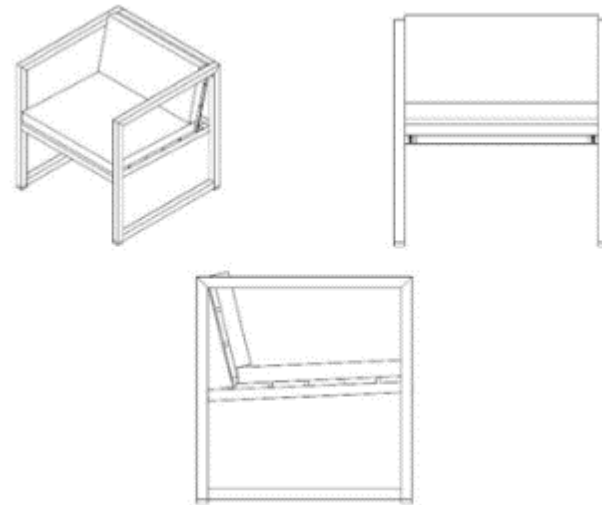
<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p data-bbox="443 254 606 301">EUIPO</p> <p data-bbox="443 382 749 492">(1 April 2019, n. 104541)</p>	<p data-bbox="800 254 919 301">Lego</p> <p data-bbox="800 382 988 429">Prior art</p> 	<p data-bbox="1110 254 1370 425">Guangming CHEN RCD</p> 	<p data-bbox="1442 254 2147 368">Despite differences the similarity outweighs.</p> <p data-bbox="1442 444 2117 554">➤ Community Design declared invalid.</p>

General Court T-339/12
Fauteuil cubique, Decision dated 4 February 2014

Älteres Design



Angefochtenes Design



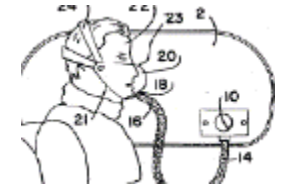
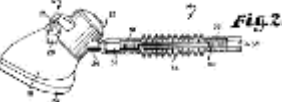
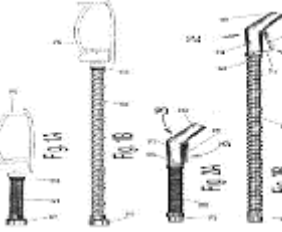

→ Unterschiede in: Sitzhöhe und der Neigung der Sitz- und Rückenlehne

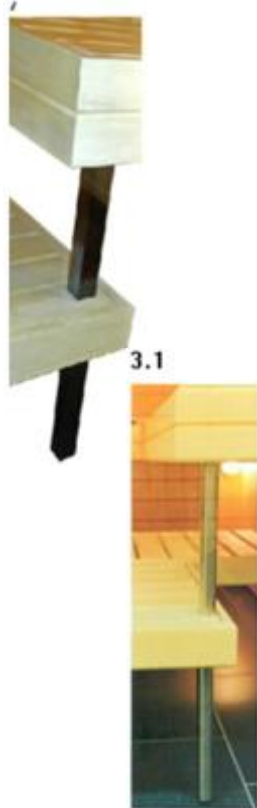

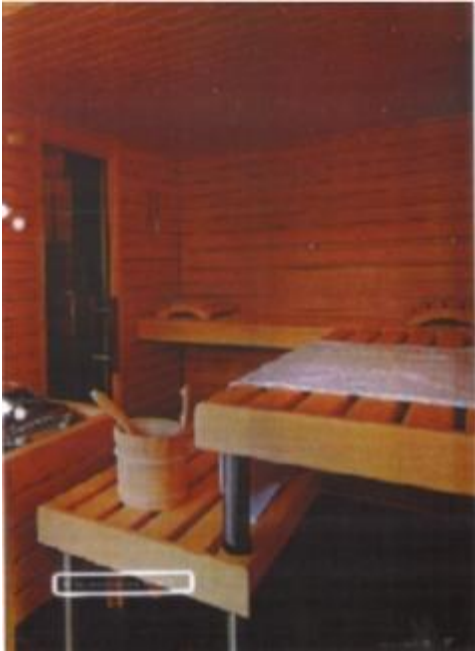
General Court:


“Overall impression produced on the informed user must be determined based on **how the product is used**: differences in design lead to **different level of comfort**”.


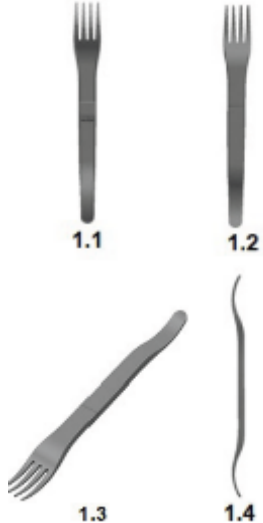


Klage abgewiesen.

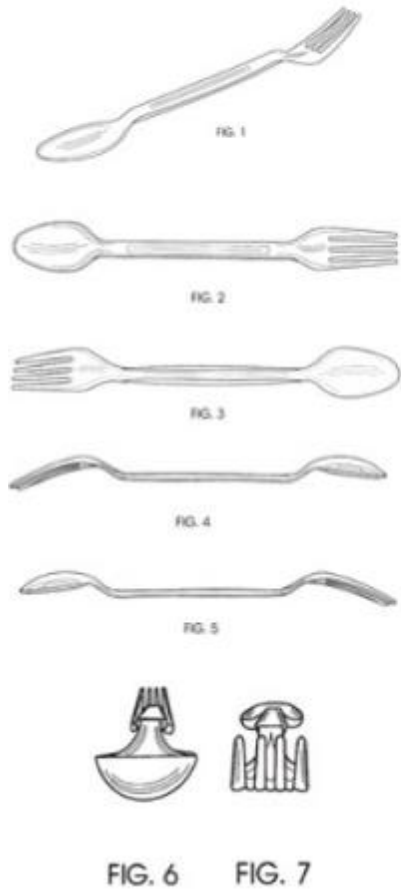
<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagte</i>	<i>Urteil</i>
<p>Beschwerde- kammer</p> <p>(23 Januar 2017, Fall-Nr. 1519 /2014-3)</p>	<p>US Patent:</p>   	<p>Design, Locarno: Schläuche</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - Die technischen Elemente dürfen darf nicht via Design geschützt werden - Das Konzept wird in 3 Patenten vorweggenommen - Es wurde im Design keine Farbe beansprucht <p>➤ Design ungültig erklärt</p>

<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagte</i>	<i>Urteil</i>
<p>Bundesgericht Lausanne</p> <p>(25 Mai 2016, 4A_44/2016)</p>	<p>Klägerisches Design: Sauna und Teile davon</p> 		<p>Das Bild unten, erschienen in einem Katalog 2009 nimmt Neuheit vorweg</p> <p>➤ Beschwerde abgewiesen</p> 

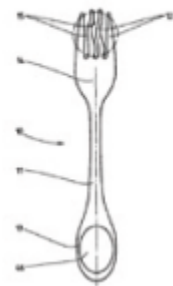
<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagter</i>	<i>Entscheid</i>
<p>Tribunal de Grande Instance, Paris (18 December 2014, 13/04545)</p> 	<p>ELEVEN produziert T-Shirts mit Bekanntheiten (hier: Rihanna).</p>	<p>HK & CITY verkauft identische T-Shirts</p>	<p>Das Gericht hat eine Verletzung des “Unregistered Community Design” bejaht.</p> <p>(Auch eine Verletzung der Urheberrechte wurde bejaht).</p> <p>➡ Der Fall wurde übers das Designrecht gelöst (und nicht über das Persönlichkeitsrecht).</p>

<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagter</i>	<i>Entscheid</i>
<p>Court of Appeal of Paris</p> <p>(05 December 2014, 14/03506)</p> 	<p>Europlastic's Inhaber von zwei (registrierten) Gemeinschafts geschmacksmu- ster</p> 	<p>GERMAY PLASTIC</p>	<p>- Das Gericht erachtete das Design des Klägers als gültig.</p> <p>- Der Beklagte konnte die fehlende Neuheit nicht beweisen.</p> <p>➔ Designverletzung bejaht.</p>

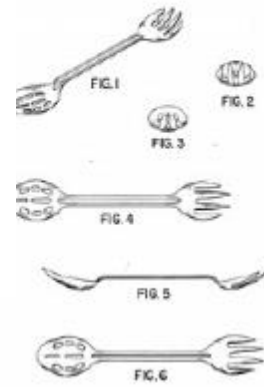
Prior art:
US D535 857



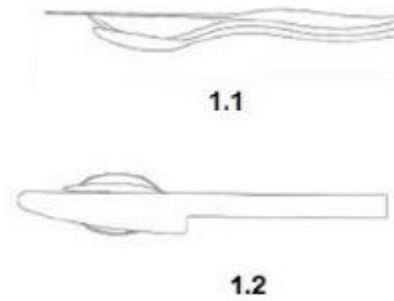
DE 298 11 134 U1



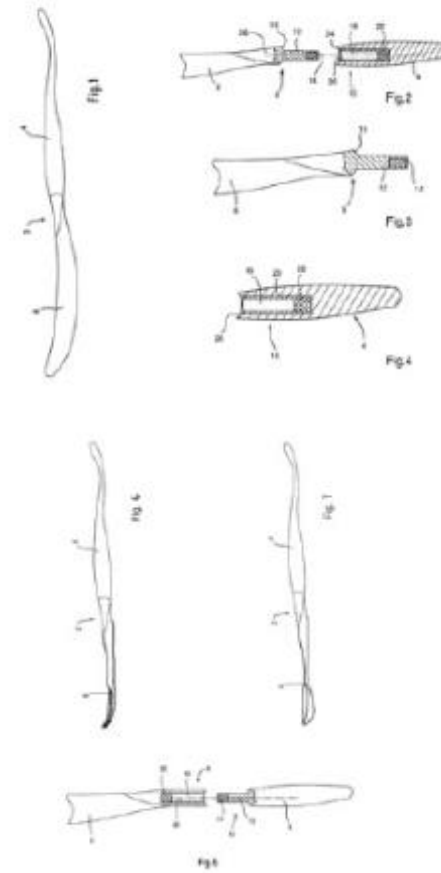
US Des. 325,855





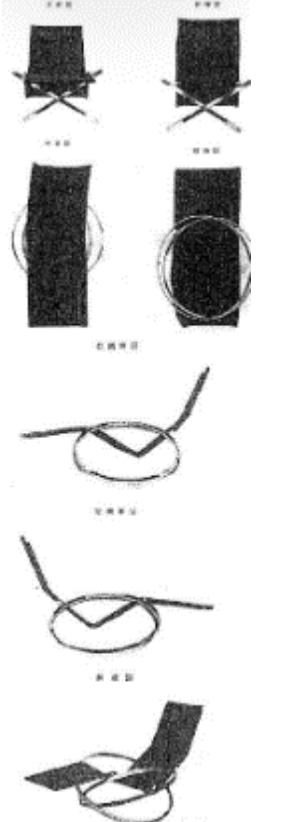
RCD 000005517-0001





US 7.162,802 B2








<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagter</i>	<i>Entscheidung</i>
GC (9 September 2014, Case T- 494/12)	Gesuchsteller für ein regsitriertes Gemeinschafts- geschmacksmus- ter 	Beantragt die Ungültigerklär- ung	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht sichtbare Merkmale des Produktes beeinflussen das Erscheinungsbild nicht. • Gesuchsteller hat (3) RCDR falsch verstanden (Schutzvoraussetzungen). <p>➔ Gesuch wurde abgewiesen.</p>




<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagter</i>	<i>Entscheid</i>
<p>BoA (14 June 2012, Case R 2194/2010-3)</p>	 <p>000.1.1 000.1.2 000.1.3 000.1.4 000.1.5 000.1.6 000.1.7</p>	 <p>*** *** *** *** *** *** ***</p>	<p>Beklagter zerstörte die Neuheit des Designs gestützt auf ein Japansiches Patent.</p> <p>➔ <u>Design wurde für ungültig erklärt.</u></p>



<i>Gericht</i>	<i>Designinhaber</i>	<i>Kläger</i>	<i>Entscheid</i>
<p>BoA (10 October 2014, Case R 1682/201-3)</p> 	RCD	<p>Beantragt Löschung des Designs wegen älterer Marke.</p> 	<p>Markeninformationen auf der Verpackung sind nicht relevant für den Konsumenten.</p> <p>➔ <u><i>Design wurde für ungültig erklärt.</i></u></p>



<i>Gericht</i>	<i>Kläger</i>	<i>Beklagter</i>	<i>Entscheid</i>
<p>Oberlandsgericht Düsseldorf</p> <p>(24 July 2012, No. I-20 U 52/12)</p>	<p>Dr. Oetker reg. Design:</p>  <p>Verpackung:</p> 	<p>Aldi Verletzendes Produkt:</p>  <p>Verpackung:</p> 	<p>Verletzung verneint.</p> <p>Unterschiedlicher Gesamteindruck: “Spiralelement/Be- wegungseindruck” des Designs des Klägers fehlt.</p> <p>Beschränkter Schutzbereich des Designs des Klägers?</p>


<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p>Metropolitan Court of Appeal (Hungarian)</p> <p>(10 January 2019, n. 8.Pf.21.226/2018/4)</p>	<p>Registered Design:</p> 		<p>Similar overall impression.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Preliminary injunction granted, based on registered Community Design.



<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p>Court of Milan - Business Division, Preliminary Injunction</p> <p>(24 October 2018)</p>	<p>Registered Design:</p>  		<p>The products of the plaintiff belong to the “café racer style”, which cannot be monopolized. Limited creative freedom.</p> <p>➤ Models are visually different, no infringement.</p>

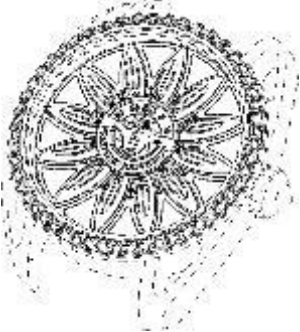

<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p>Paris Court of Appeal</p> <p>(19 October 2018 n°17/00906)</p>	<p>Unregistered Community Design:</p> 	 	<p>It is not an identical copy, due to different geometric stitches. Accordingly no design infringement.</p> <p>However, copyright infringement affirmed.</p>





<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
Rechtbank Den Haag (18 July 2018 C/09/521187 / HA ZA 16- 1247)	Table gas fire (Registered Design): 		Design infringement denied due to different overall appearance based on the color (black/woodlook).

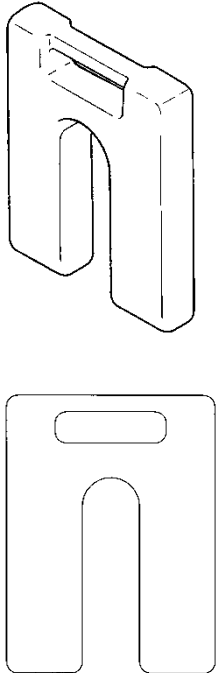
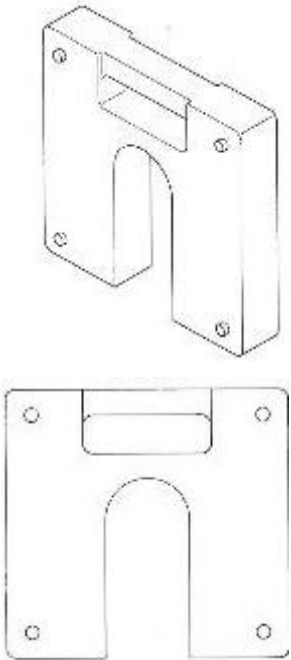
<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p>Delhi High Court</p> <p>(01 June 2018 CS(COMM) 837/2017)</p>	<p>Registered design (orange helmet)</p> 		<p>Imitation in various aspects (shape, flip-up, vents).</p> <p>Infringement affirmed. Interim injunction granted.</p>

<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p>Paris Court of Appeal</p> <p>(27 March 2018)</p>	<p>Plaintiff: PI-DESIGN AG /BODUM FRANCE</p> <p>Registered Community design n°206545-002:</p> 	<p>Defendant: CONSORTIUM MENAGER PARISIEN SAS (CMP) / ATOMOSPHER ES INTERNATION AL</p> <p>Defendant's products: Slavish imitation</p>	<p>Two sided glass has an obvious technical character but also an essential aesthetic appearance. Valid design. Infringement affirmed.</p>

<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p>Paris Court (02 October 2017)</p>	<p>Plaintiff: CINNA SAS / G.</p> <p>Registered design n°DM/082596- 5:</p> 	<p>Defendant: NICOLETTI TRADE SRL / DIPAVI SARL</p> <p>Defendant's products:</p> 	<p>Design has a new individual character. Infringement affirmed.</p>

<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p>Swiss Supreme Court</p> <p>(02 Mai 2017, Case 4A_565/2016)</p>	<p>Plaintiff: Frédéric Jouvenot</p> <p>Registered design:</p> 	<p>Defendant: Christophe Claret</p> <p>Defendant's products:</p> 	<p>The Court states that the arrangement of the characteristic elements do also influence the overall impression of the design, under the condition that they contribute to the originality and novelty of the respective design.</p> <p>Based on this and on the “short-lasting” memory of the consumer the Court denied an infringement and refused the appeal.</p>

<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p data-bbox="443 254 777 428">Court of Turin, Business Division</p> <p data-bbox="443 506 777 621">(06 April 2017, N.1900/2017)</p>	<p data-bbox="802 254 1006 299">3D-mark</p> 	<p data-bbox="1116 254 1312 299">Model 1:</p>  <p data-bbox="1116 571 1312 616">Model 2:</p>  <p data-bbox="1116 949 1312 995">Model 3:</p> 	<p data-bbox="1442 254 2135 428">3D-mark is valid. Model 3 infringes the mark, not the other two.</p>

<i>Court</i>	<i>Plaintiff</i>	<i>Defendant</i>	<i>Decision</i>
<p>Japan/ Tokyo District Court</p> <p>(15 April 2016, 2014(Wa) 33834/)</p>	<p>Designs, Reg. No. 1276221 (principal design) and Rig. No. 1276481 (related design).</p> 		<p>The features of the plaintiff's product and the defendant's product are substantially identical, and even after taking differences between the products into consideration, the designs of the products generally share a similar aesthetic sense.</p>

*Entscheid des Oberlandgericht Hamm (Deutschland) vom
24 Februar, 2011*

Kläger



Beklagter



- Das Gericht bejaht die Gültigkeit der Designregistration aus dem Jahr 2001. Es bejaht ebenso die Werkqualität.
- Allerdings erachtete das Gericht den Gesamteindruck als unterschiedlich aufgrund der Unterschiede der Nase, des Gesichts und der Pfoten.

Designschutz ist wie ein Einrad:

Schwierig zum Beherrschen.

Beherrscht man es, macht es sehr
flexibel und stark!



