



Rubiks Würfel bleibt geschützt

In der 80er Jahren hatte ihn jeder, den Rubiks Würfel (engl. Rubik's Cube). Während sich bis heute unzählige Menschen an dem magischen Würfel die Zähne ausbeißen, versuchte ein deutscher Spielzeughersteller eine für den Würfel eingetragene 3D-Marke zu Fall zu bringen. Die Sache wurde nun durch das Gericht der Europäischen Union entschieden.

1999 wurde für die britische Seven Towns Limited, welche die Rechte des geistigen Eigentums am [Rubiks Cube](#) (Rubiks Würfel) verwaltet eine dreidimensionale Gemeinschaftsmarke für den Rubiks Würfel eingetragen.

Simba Toys wollte diese 3D-Marke für nichtig erklären lassen, da die Marke eine in der Drehbarkeit technische Lösung enthalte, welche nur als Patent, nicht aber als Marke geschützt werden könnte. Angemerkt sie, dass der Patentschutz 2006, als Simba Toys den Antrag stellte, das Patent auf den Würfel bereits ausgelaufen war.

Entscheidung des Gerichts

Das EuG (Urteil vom 25.11.2014 - Az. T-450/09) lehnte eine Löschung der Marke ab, wie sich aus der heutigen [Pressemitteilung](#) ergibt.

Gegenstand der Marke sei zum einen der Würfel als solche und zum anderen die auf jeder Würfelseite erkennbare Gitterstruktur. Aus den dicken schwarzen Gitterlinien ergebe sich kein Hinweis darauf, dass Einzelteile des Würfels drehbar sind, so dass sie keine technische Funktion erfüllen.

Die Drehbarkeit des Würfels ergebe sich weder aus den schwarzen Linien noch der Gitterstruktur, sondern aus dem innen liegenden Mechanismus, der nicht Bestandteil der Marke sei. Somit enthalte die Marke keine technische Funktion und könne aus diesem Grund auch nicht gelöscht werden.

Ein Verbot von dreidimensionalen Geduldsspielen durch Dritte sei damit nicht verbunden. Lediglich dreidimensionale Geduldsspiele in Form eines Würfels auf dessen Flächen eine Gitterstruktur aufgebracht sei, könne die Markenrechte verletzen.

Zu guter Letzt unterscheide sich die Gitterstruktur von der Optik anderer am Markt befindlicher dreidimensionaler Geduldsspiele, so dass insoweit auch die erforderliche Unterscheidungskraft bestehe.

Fazit

Die 3D-Marke ermöglicht hier eine Fortsetzung des Vertriebsmonopols auch nach Ablauf des Patentschutzes. Dies geht aber nur dann, wenn die Marke selbst keine technische Funktion beinhaltet. Der Schutz dieser endet mit Ablauf des Patents.

Patentinhaber können durch eine geeignete Markenstrategie bei geeigneten Produkten auf diese Weise versuchen dauerhaften Schutz zu erlangen, da die Marke anders als andere gewerbliche Schutzrechte keine maximale Dauer hat, sondern im Grunde unendlich verlängert werden kann.