

Hero gewinnt Markenstreit

Lenzburger Konzern geht bis vor Bundesverwaltungsgericht gegen die Marke eines Konkurrenten vor

Manuel Bühlmann

Aus der einstigen «Conservenfabrik Lenzburg» ist im Verlauf der über 130-jährigen Firmengeschichte ein internationaler Konzern geworden – mit rund 4000 Angestellten in 19 Ländern. Hero ist längst weit über den Kanton Aargau hinaus zum Begriff und zur globalen Marke geworden. Entsprechend aufmerksam verfolgt das Unternehmen die Aktivitäten der internationalen Konkurrenz und setzt sich zur Wehr, wenn der eigene Name bedroht zu werden scheint, wie ein aktuelles Urteil des Bundesverwaltungsgerichts zeigt.

Auslöser des Rechtsstreits: Ein englisches Unternehmen liess in der Schweiz «Heera» als Marke eintragen. Das Logo zeigt einen Adler mit ausgebreiteten Flügeln, darunter flatternde Fahnen mit dem Aufdruck «Quality

Product». Zu ähnlich, befanden die Verantwortlichen bei Hero. Wegen Verwechslungsgefahr erhob der Konzern mit Sitz in Lenzburg Widerspruch beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum. Die Begründung: Die Marke des englischen Anbieters gefährde nicht nur die Unterscheidungskraft ihrer berühmten und älteren Marke, sondern beute auch deren Ruf aus.

Schweizer Institut sieht Verwechslungsgefahr

Beim Institut für Geistiges Eigentum teilte man diese Einschätzung und erkannte eine Verwechslungsgefahr. Auch deshalb, weil bei Produkten des täglichen Bedarfs mit einer geringen Aufmerksamkeit der Konsumenten gerechnet wird. Oder anders gesagt: Beim Griff ins Supermarktregal werden schnell mal zwei Anbieter verwechselt,

wenn Namen und Erscheinungsbild gewisse Ähnlichkeiten aufweisen. Das englische Unternehmen wollte diese Niederlage nicht auf sich sitzen lassen. Deshalb musste sich das Bundesverwaltungsgericht mit der Sache auseinandersetzen. Die Beschwerde begründete der Importeur asiatischer Lebensmittel mit den aus seiner Sicht deutlichen Unterschieden der Bildelemente und dem voneinander abweichenden Sinngehalt. Zudem richte sich «Heera» in der Schweiz an ein indisches, sri-lankisches, bangladeschisches und pakistanisches Publikum, das diese Marke und Hero auseinanderhalten könne.

Um die zentrale Frage nach der Verwechslungsgefahr zu klären, haben die Richter am Bundesverwaltungsgericht Merkmale von der Schriftart bis hin zur Aussprache in deutscher, franzö-

sischer und italienischer Sprache verglichen. Das Ergebnis fällt klar aus: Die beiden Marken sind sich ähnlich – zum Verwechseln ähnlich. Daran vermag auch der Adler mit den «Quality Product»-Fahnen nichts zu ändern.

Hero hat sich zu Recht gegen Heera gewehrt

In Fachjargon verpackt heisst es dazu im Urteil: «Indessen verbinden dieses sehr häufige Wappentier und die unspezifische Anpreisung, die beide weder geografisch noch historisch näher bestimmbar sind, mit dem um beide Bestandteile verlaufenden Blätter- oder Ährenkranz eher zu einem leicht traditionellen oder imperialistischen, aber vor allem dekorativ wirkenden und wenig prägnanten Kontextbild.» Die Bezeichnung «Heera» habe hingegen eine erinnerungskräftige Wirkung.

Sie ist zentral für die Beurteilung. Fazit des Bundesverwaltungsgerichts: Verwechslungsgefahr besteht, Hero hat sich zu Recht gegen die Eintragung ins Markenregister gewehrt. Einen Zehntel der Verfahrenskosten von 4500 Franken muss der Lenzburger Konzern dennoch übernehmen. Der Grund: In einem Punkt hat sich der englische Lebensmittelanbieter durchgesetzt. Keine Verwechslungsgefahr drohe beim Verkauf von Saatgut, halten die Richter in ihrem Entscheid fest. Für diese Produkte darf die Marke deshalb – anders als in den übrigen Lebensmittel-Bereichen – ins Register eingetragen werden. Das Urteil kann nicht ans Bundesgericht weitergezogen werden und ist somit rechtskräftig.

Bundesverwaltungsgericht
Urteil B-2165/2018, 26. Juni

Fahrländer

Beznau 1: Viel Glück zum Geburtstag

Am 21. Juli 1969 betrat der erste Mensch den Mond. Mit zahlreichen Berichten und Anlässen wird in den nächsten Tagen der 50. Jahrestag dieses Ereignisses gefeiert. Vier Tage zuvor, am 17. Juli 1969, ging auf der Aareinsel Beznau in der Gemeinde Döttingen das erste Atomkraftwerk der Schweiz zum ersten Mal ans Netz (kommerzielle Inbetriebnahme im Dezember). Wird dieser Geburtstag auch gebührend gefeiert? Oder eher verschwiegen?

Beznau 1 gehört weltweit zu den ältesten Atomkraftwerken, die heute noch in Betrieb sind. Im Dezember 2019 geht das AKW Mühleberg vom Netz. Dieser Reaktor wurde 1972 erstmals hochgefahren. Als Stilllegungsgrund nennt die Betreiberin BKW freilich nicht «zu alt», sondern «Nachrüstung lohnt sich finanziell nicht mehr». Beznau 1 brachte für die Betreiberin Axpo in jüngster Vergangenheit auch nicht nur Freude: Im Juli 2015 wurden im Reaktordruckbehälter Hunderte kleine Risse entdeckt. Diagnose und Sanierung dauerten fast drei Jahre.

Damit wird «Atomstrom aus der Schweiz» praktisch zu einer Aargauer Angelegenheit (okay, Gösgen liegt ein paar Kilometer ausserhalb unserer Gemarkung). Atomkraft ist bei uns auch ein Wirtschaftsfaktor. Die Mehrheit drängt hier nicht auf schnelle Abschaltung. Mit steigenden Temperaturen und kaum sinkenden CO₂-Emissionen ist in letzter Zeit auch die Zahl der Medienbeiträge gestiegen, welche eine «Renaissance der Atomenergie» fordern. Dieses Jahr sind es deutlich mehr als noch in den Vorjahren. Bewegt sich da etwas?

Tatsache ist: Wenn der Umbau des Energiesystems, wie von der Energiestrategie 2050 des Bundes gefordert, weiterhin so schleppend vorangeht, bekommen wir eher früher als später ein Problem. So hat das Berner Stimmvolk die Umsetzungspläne der Kantonsregierung vergangenen Februar versenkt. Im Aargau droht, wenn man den Revisionsprozess des Energiegesetzes verfolgt, Ähnliches. Man kann natürlich nicht eine grossartige Strategie gutheissen und vor den konkreten Folgen entsetzt davonlaufen.

Trotzdem sollten wir nicht auf eine Renaissance der Atomenergie setzen. Jedenfalls nicht auf die ewige Lebensdauer der bestehenden Werke. Das ist high risk. Neuen technologischen Entwicklungen sollten wir uns indes nicht mit einem Denkverbot verschliessen.



Hans Fahrländer
hans.fahrlaender@chmedia.ch

Auf dem Pokal ist kein Platz mehr

Regierungsrat Alex Hürzeler besucht Mindfactory. Sieben Jugendliche, die mit Robotern Vize-Weltmeister wurden

Mindfactory. So heisst ein Team Aargauer Jugendlicher zwischen 11 und 16 Jahren, die eine grosse Leidenschaft teilen: Roboter. Ihre Leidenschaft ist so gross, dass sie jeden Samstag für ihre Erfindungen opfern. Ihre Leidenschaft ist so gross, dass manchmal einer mit dem Schlafsack in der Berufsschule Baden übernachtet. Ihre Leidenschaft ist so gross, dass sie für ihre Roboter um die ganze Welt jetten.

Mindfactory ist ein Programm zur Begabtenförderung und wird vom Kanton finanziell unterstützt. Vom internationalen Roboter-Wettbewerb, der First Lego League, bekommt die Gruppe jedes Jahr ein Thema gestellt. Ein Thema, das Probleme birgt, die gelöst werden müssen. Und zwar mit Robotern. Ein halbes Jahr tüfteln und fachsimpeln die Jugendlichen dann, programmieren, rechnen, basteln, optimieren, strukturieren – fast wie echte Wissenschaftler. Und die Aargauer sind erfolgreich in dem, was sie tun. So erfolgreich, dass Regierungsrat und Bildungsdirektor Alex Hürzeler in die Berufsschule Baden fuhr, um den Jugendlichen einen Blick über die Schulter zu werfen.

Gegen 40 000 Teams aus aller Welt durchgesetzt

Alex Hürzeler und das Mindfactory-Team stehen vor einem Tisch. Darauf sind verschiedene Hindernisse platziert. Der Lego-Roboter düst geschickt drum herum, fährt seine Greifarme aus, bewegt Gegenstände, wirft Bälle. Dem Regierungsrat bleibt manchmal der Mund offen stehen. Den Jury-Mitgliedern der internationalen Robotik-Wettkämpfe wohl auch: Die Jugendlichen von Mindfactory wurden Vize-Europameister und Vize-Weltmeister. Setzten sich gegen 40 000 Teams aus 98 Ländern durch. Auf ihre Erfolge sind die sechs Buben und das eine Mäd-



«Es ist enorm eindrücklich, was die Jugendlichen leisten», sagt Bildungsdirektor Alex Hürzeler über das Mindfactory-Team. Bild: Alex Spichale

chen mächtig stolz. «Wären wir Schweizer doch auch in anderen Sportarten so gut», sagt Hürzeler. «Es ist enorm eindrücklich, was die Jugendlichen hier leisten.» Er selbst interessiert sich sehr für Technik, vom Leistungsgedanken her sei diese Gruppe genau sein Ding. «Aber ich denke, ich hätte in diesem Alter nicht genügend Geduld dafür aufbringen können.»

Mindfactory will Kinder früh an Wissenschaft und Technik heranführen und sie dafür begeistern. Geklappt hat das bei Michael Sommerhalder, der zusammen mit seiner Mutter Brigitte Sommerhalder die Jugendlichen coacht. Der 23-Jährige macht inzwischen seinen Master in Maschinenbau an der ETH

Zürich. Angefangen hat er bei Mindfactory. «Ich habe kürzlich ein Praktikum bei einer Robotikfirma absolviert», sagt er. «Dank meinen Erfahrungen bei Mindfactory konnte ich mich gut in die Arbeitswelt einfinden.» Alex Hürzeler sagt dazu: «Das ist das Ziel, die Mitglieder in die Wirtschaft, die Techbranche und die Forschung zu bringen.» Die Verknüpfung von Theorie und Praxis mache das Programm so speziell. Michael Sommerhalder meint: «Auch in den Bestimmungen für meine Masterarbeit habe ich viele Begriffe wiedergefunden, die mir bei Mindfactory schon mal begegnet sind.» Die Jugendlichen lernen dort nämlich nicht nur Programmieren, sondern auch, wie man For-

schungsarbeiten angeht und strukturiert. Sommerhalder wird demnächst mit dem Coaching aufhören und übergibt sein Amt der 21-jährigen Margherita Bernero. Sie war selbst mal Mitglied bei Mindfactory und studiert inzwischen Biologie an der ETH.

Alex Hürzeler kriegt eine Ansteckplakette geschenkt

Die sieben Jugendlichen präsentieren den Besuchern ihre Roboter und deren Funktionen äusserst souverän. Überraschend, denkt man an ihr Alter. Das jüngste Mitglied ist elf Jahre alt. Das findet auch Alex Hürzeler bemerkenswert: «An den Wettkämpfen müssen sie ja jeweils Englisch reden», weiss er. Ein Junge wirft ein: «Ach, wir lernen

in der Schule schon viel und gut Englisch.» Worte, die den Bildungsdirektor zu erleichtern scheinen.

Alex Hürzeler bekommt, als Dankeschön für seinen Besuch, eine Plakette zum Anstecken. Damit seien die Jugendlichen schon an Wettbewerbe auf der ganzen Welt gereist, erzählen sie. Auch die sieben Mindfactory-Mitglieder gehen nicht leer aus. Sie bekommen einen Pokal überreicht. Darauf eingraviert sind Titel, die sich die Jugendlichen an nationalen Wettbewerben holten. «Die internationalen hatten wohl keinen Platz mehr auf dem Pokal», sagt ein Bub. Stolz ist er trotzdem.

Nora Güdemann