

# Zermatt - Matterhorn verteidigt seine Marke

In einem kürzlich abgeschlossenen Gerichtsverfahren ist es Zermatt Tourismus gelungen, mehrere Marken, die das Wort «Matterhorn» enthalten, aber nicht zur Tourismusdestination Zermatt - Matterhorn gehören, löschen zu lassen.



Bild: Switzerland Tourism / swiss-image.ch / Ivo Scholz

«Zermatt und Matterhorn sind starke Marken und wir sind bestrebt, dass dies so bleibt», sagt Daniel Luggen, Kurdirektor von Zermatt. Insbesondere bei Gästen aus Überseemärkten beobachtet er eine starke Markenaffinität. «Die Besichtigung des Matterhorns gehört dank der grossen Bekanntheit der Marke zu den Must-sees in der Schweiz.» Dahinter stecke eine jahrelange Aufbauarbeit in der Kommunikation und im Verkauf in den Fernmärkten, wie er weiter ausführt.

Um die Marke zu schützen, liess Zermatt Tourismus nebst dem Logo auch die Wortmarke «Matterhorn» im Markenverzeichnis amtlich registrieren. Damit darf das Wort nicht für die Kennzeichnung von anderen Produkten verwendet werden. Dank des ® auf dem Logo von Zermatt - Matterhorn ist für alle sofort ersichtlich, dass es sich um eine registrierte Marke handelt. Dies hilft der Destination, seine Markenrechte besser durchzusetzen. Dass die Destination die Marke nicht nur schützt, sondern auch verteidigt, hat sie unter anderem in einem kürzlich abgeschlossenen Fall bewiesen.

Während der letzten zwei Jahre lief ein Gerichtsverfahren beim Kantonsgericht Wallis, in welchem Zermatt Tourismus gegen Marken mit dem Bestandteil «Matterhorn» im Tourismusbereich geklagt hat. Im Rahmen eines gerichtlichen Vergleiches ist es Zermatt Tourismus gelungen, dass die Gegenseite sämtliche betroffenen Marken gelöscht hat. Gleichzeitig hat sie eine Erklärung abgegeben, gemäss welcher sie die Ausdrücke Zermatt, Matterhorn, Cervin und Cervino nicht mehr als Markenbestandteil registrieren oder verwenden wird. (htr)

Publiziert am Montag, 21. Januar 2019