

Marken

Basisinformationen der Kanzlei HEINRICH · PARTNER · RECHTSANWÄLTE



Was ist eine Marke?

Marken sind Kennzeichnungen von Waren- oder Dienstleistungen. Die Markierung hat in erster Linie das Ziel, auf die Herkunft einer Ware oder Dienstleistung hinzuweisen und diese von Wirtschaftsgütern anderer Unternehmen zu unterscheiden. Marken treten in unterschiedlichen Formen auf. Am häufigsten finden sich Marken als Worte wieder, als Bildzeichen oder als Kombination beider Elemente. Marken können aber auch dreidimensionale Gestaltungen, Farben, Klänge oder sogar Gerüche sein.

Marken können für einzelne Wirtschaftsgüter stehen oder aber auch für ein ganzes Produktsortiment oder ein Unternehmen. Eine mögliche Markenstrategie besteht etwa darin, eine Dachmarke wie etwa eine Firma sowie daneben einzelne Produktmarken für bestimmte Produktgruppen oder einzelne Produkte zu nutzen.

Marken gehören zu dem geistigen Eigentum des Unternehmens. Sie dienen neben der Produktunterscheidung auch der Steigerung der Bekanntheit sowie der Vermittlung eines Images. Sie helfen bei der Durchsetzung höherer Preise, der Kundenbindung sowie der leichteren Markteinführung von Folgeprodukten. Die Bedeutung der Marke kann als Instrument moderner Marketingpolitik nicht hoch genug eingeschätzt werden.

Marken verkörpern nicht nur Unternehmenswerte, sondern stellen auch bedeutende Vermögenswerte dar. Als solche können Marken auch veräußert, lizenziert oder zur Sicherung von Darlehen verwendet werden.

Was ist bei der Eintragung einer Marke zu beachten?

Recherche

Vor jeder Benutzung oder Anmeldung einer Marke sollte eine Recherche stehen. Eine Recherche nach identischen oder verwechslungsfähigen älteren Marken oder anderen Kennzeichen dient in erster Linie der Vermeidung von rechtlichen Auseinandersetzungen mit Inhabern älterer Kennzeichen. Darüber hinaus kann sie auch bei der Einschätzung der Eintragungsfähigkeit einer Marke helfen.

Markenfähigkeit

Die Marke hat mehrere ökonomische Funktionen. Die Marke kann ein Erzeugnis mit bestimmten Eigenschaften identifizieren und damit Gewähr für eine bestimmte Qualität sein. Außerdem vermittelt die Marke bestimmte Werte, die für den Verbraucher ein entscheidender Kaufimpuls sein können. Vor diesem Hintergrund ist ein Zeichen nur dann als Marke schutzfähig, wenn es Unterscheidungskraft besitzt. Dies ist nur dann der Fall, wenn das Zeichen einen hinreichenden Fantasiegehalt aufweist und nicht eine reine Beschreibung der zu schützenden Wirtschaftsgüter darstellt oder aus anderen Gründen freihaltebedürftig ist.



Waren- und Dienstleistungsverzeichnis

Jede eingetragene Marke beansprucht Schutz für einen bestimmten Marktbereich, denn Marken werden nicht abstrakt eingetragen. Vielmehr muss in einem Waren- und Dienstleistungsverzeichnis angegeben werden, für welche Waren und Dienstleistungen eine Marke geschützt werden soll. Grundlage hierfür ist eine international einheitliche Einteilung in verschiedene Klassen.

Zu berücksichtigen ist in diesem Zusammenhang, dass mit einer wachsenden Zahl beanspruchter Klassen auch die Kosten sowie die Wahrscheinlichkeit steigen, dass Konflikte mit Inhabern anderer Kennzeichenrechte auftreten.

Internationaler Schutzzumfang

So wie die Marke lediglich Schutz für die eingetragene Waren- und Dienstleistung beansprucht, so gilt ihr regionaler Schutzzumfang ausschließlich in den Ländern, in denen die Marke eingetragen wird. Neben der Eintragung einer nationalen Marke etwa in Deutschland existiert die Möglichkeit eines EU weiten Schutzes durch die Anmeldung einer so genannten Gemeinschaftsmarke. Außerdem ist eine Internationale Registrierung möglich, bei der ein nationaler Markenschutz auf die Mitgliedsstaaten des Madrider Markenabkommen oder des Protokolls erstreckt werden kann. Hierzu zählen beispielsweise die USA oder Japan.



Schutzdauer und Benutzung

Grundsätzlich kann eine Marke sowohl national als auch international gegen Zahlung einer Verlängerungsgebühr um jeweils zehn Jahren verlängert werden.



Unabhängig davon ist zu beachten, dass eine Marke spätestens innerhalb von fünf Jahren nach ihrer Eintragung in der eingetragenen Form ernsthaft benutzt werden muss. Andernfalls besteht die Gefahr, dass die Marke gelöscht werden kann.

Ist eine Marke eingetragen, kann das Zeichen ® verwendet werden, das auf die Eintragung einer Marke im Markenregister hinweist. Zwingend notwendig ist die Verwendung des Zeichens aber nicht.

Was ist bei einer Verletzung der Markenrechte zu unternehmen?

Überwachung

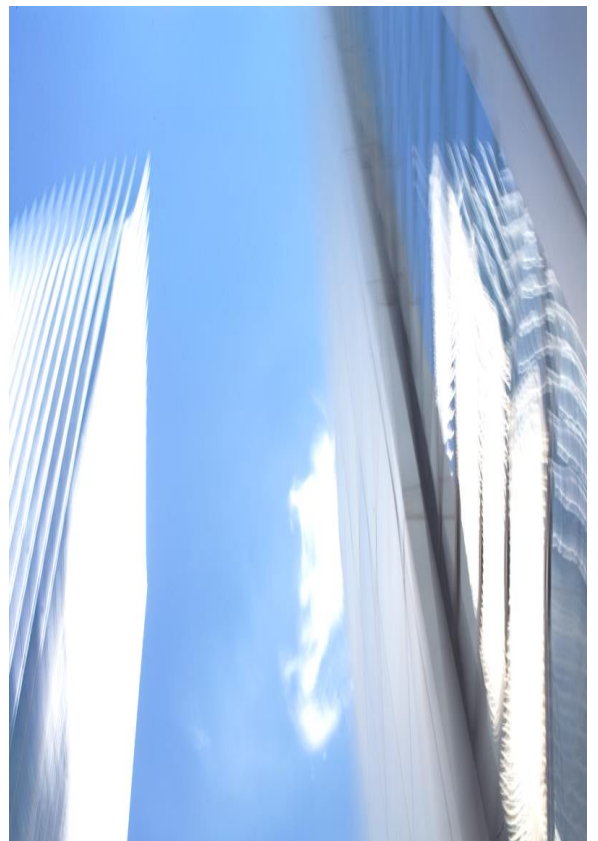
Ist eine Marke eingetragen, liegt es grundsätzlich in der Verantwortung des Inhabers, die Marke gegen Verletzungen zu schützen. Die Patent- und Markenämter prüfen bei Neueintragungen anderer Marken beispielsweise nicht, ob die neu angemeldeten Marken mit einer eingetragenen Marke verwechslungsfähig sind oder nicht.

Basis eines sachgerechten Schutzes einer Marke oder eines Markenportfolios ist daher die Einrichtung einer Markenüberwachung, mit der neue Markeneintragungen oder Neueintragungen von Firmen überwacht werden. Die Markenüberwachung ermöglicht es, zeitnah gegen Verletzungen von Markenrechten vorzugehen, was die Rechtsverfolgung in aller Regel erleichtert.

Maßnahmen

Wird eine verwechslungsfähige Marke durch Dritte angemeldet, müssen zeitnah die erforderlichen Schritte zum Schutz der Marke eingeleitet werden. In aller Regel ist es sinnvoll, den Anmelder der neuen Marke anzuschreiben. Sollte eine einvernehmliche Regelung etwa durch den Abschluss einer Abgrenzungsvereinbarung nicht möglich sein, sollte Widerspruch eingelegt werden.

Kann auf diesem Weg keine Lösung erzielt werden oder ist eine rein registerrechtliche Auseinandersetzung nicht ausreichend, müssen gerichtliche Schritte eingeleitet werden. Dies kann entweder in Form eines einstweiligen Verfügungsverfahrens oder eines Hauptsacheverfahrens geschehen.



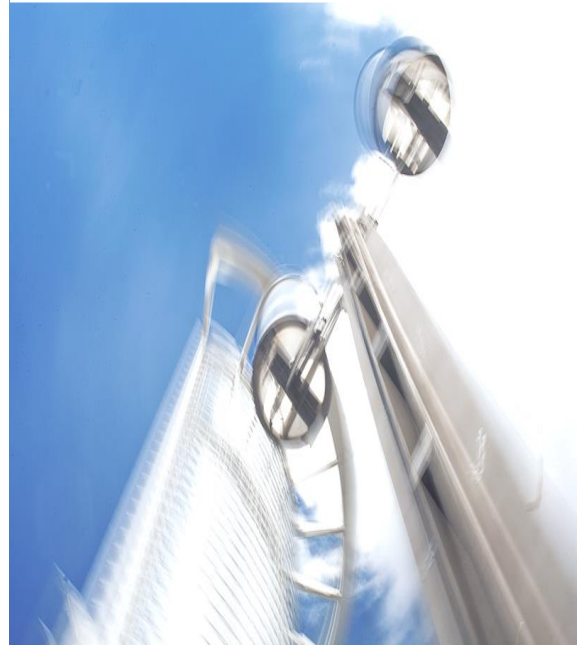
Andere Kennzeichenrechte

Firmen und andere geschäftliche Bezeichnungen

Neben den Marken existieren eine Reihe weiterer Kennzeichenrechte wie etwa die Firma und andere geschäftliche Bezeichnungen oder Titelschutzrechte. In aller Regel ist es sinnvoll, die Marke in eine umfassende Strategie zum Schutz aller Kennzeichenrechte einzubinden.

Domains

Entsprechendes gilt für Domains. Diese können zwar auch selbständigen rechtlichen Schutz genießen. In aller Regel ist aber auch hier eine markenrechtliche Absicherung sinnvoll.



Was kostet der Markenschutz?

Die Kosten für Markenrecherchen sind stark von dem jeweiligen Einzelfall abhängig. Die Kosten für eine erste Online-Recherche beschränken sich allerdings regelmäßig auf einige hundert Euro.

Der Schutz einer Marke in Deutschland ist ab ca. Euro 1.000,-- einschließlich der Anmeldegebühren zu realisieren. Der Schutz in der EU kostet ca. Euro 2.000,-- einschließlich der Anmeldegebühren. Die Kosten für eine Internationale Registrierung beginnen ab ca. Euro 1.500,-- zuzüglich der jeweiligen Ländergebühren.

Insgesamt sind die Kosten für einen angemessenen markenrechtlichen Schutz stark einzelfallbezogen und vor allem von dem angestrebten internationalen Schutzzumfang als auch von dem Umfang der geschützten Waren und Dienstleistungen abhängig. Gerne erstellen wir Ihnen ein individuelles Angebot.