

„Wissensreihe gewerblicher Rechtsschutz“

Von Dipl.-Ing. Stefan Brinkmann, Düsseldorf

Patentanwalt und Vizepräsident der DASV Deutsche Anwalts- und Steuerberatervereinigung für die mittelständische Wirtschaft e. V.

Teil 2: Die Marke

Die Marke dient der Kennzeichnung, das heißt der Individualisierung von Produkten und/oder Dienstleistungen eines Unternehmens. Der von der Marke angesprochene Verkehrskreis unterscheidet mithin aufgrund der Marke sowohl zwischen einzelnen Unternehmen als auch zwischen den von den Unternehmen angebotenen Produkten und/oder Dienstleistungen. Zudem besitzen Marken Imageträgerfunktion, die den angesprochenen Verkehrskreis den damit gekennzeichneten Waren und/oder Dienstleistungen bzw. den dahinter stehenden Unternehmen ein bestimmtes Image zuordnen lassen. Das mit einer Marke einhergehende Image stellt für den angesprochenen Verkehrskreis häufig ein ausschlaggebendes Kaufargument dar, denn es ist die Marke, die Unternehmenswerte, wie beispielsweise Tradition oder Qualität vermittelt. Je bekannter eine Marke ist, desto größer wird daher der Anreiz für Mitbewerber, diese Marke zu kopieren oder sich ihr anzunähern. Der angesprochene Verkehrskreis wird hierdurch verunsichert, was zu einer Verwässerung der Originalmarke und damit zu einem Untergang des von dieser Originalmarke ehemals transportierten Image führt. Um Mitbewerber in die Schranken weisen zu können, bedarf es der rechtzeitigen Anmeldung und Registrierung von als Marken genutzten Kennzeichen.

Ohne Markenmeldung ist der Verwender eines als Marke genutzten Kennzeichens schutzlos und er kann es der Konkurrenz nicht untersagen, gleichartige Produkte mit gleichem Namen zu kennzeichnen. Zudem hat er keine Handhabe, wenn der Nachahmer das benutzte Zeichen als Marke eintragen lässt, was im schlimmsten Fall dazu führen kann, dass er dem eigentlichen Schöpfer des Namens die weitere Verwendung untersagen kann.

Markenfähigkeit

Markenfähig sind dem Grunde nach alle Zeichen, die sich grafisch darstellen lassen und die darüber hinaus geeignet sind, Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Hierzu zählen insbesondere Wortzeichen, Bildzeichen oder kombinierte Wort-Bild-Zeichen, aber auch Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen und unterscheidungskräftige Aufmachungen von Waren einschließlich ihrer Farben. Rein beschreibende Angaben wie zum Beispiel „super“ oder „top“ sind hingegen nicht als Marke eintragungsfähig, da sie nicht dazu geeignet sind, dem Verkehrskreis als Unterscheidungshilfe für Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber denjenigen anderer Unternehmen zu dienen.

Entstehung des Markenschutzes

Der Markenschutz entsteht entweder durch Eintragung eines Zeichens als Marke in das vom Patentamt geführte Register oder durch Benutzung eines Zeichens im geschäftlichen Verkehr, soweit das Zeichen innerhalb beteiligter Verkehrskreise als Marke Verkehrsgeltung erworben hat. Verkehrsgeltung bedeutet, dass das als Marke benutzte Zeichen einen bestimmten Bekanntheitsgrad innerhalb des angesprochenen Verkehrskreises hat, der angesprochene Verkehrskreis also qua Benutzung des Zeichens an dieses Zeichen gewöhnt ist und es als Marke auffasst.

Der Inhaber einer nicht eingetragenen, sondern durch Benutzung erworbenen Marke hat im Zweifel die von Gesetzes wegen geforderte Verkehrsgeltung nachzuweisen. Aus diesem Grunde empfiehlt es sich, vor der markenmäßigen Benutzung eines Zeichens dieses als Marke anzumelden und in das vom Deutschen Patent- und Markenamt geführte Markenregister eintragen zu lassen. Nur so kann sich der Markeninhaber seiner Markenrechte sicher sein.

Schutzvoraussetzungen

Ein als Marke eintragungsfähiges Zeichen muss zwei Schutzvoraussetzungen genügen, wobei das Markengesetz nicht regelt, unter welchen Bedingungen ein Zeichen als Marke eintragungsfähig ist, es definiert vielmehr, welche Hindernisse einer Markeneintragung entgegenstehen. Man spricht hier von den sogenannten

absoluten Schutzhindernissen einerseits und den sogenannten relativen Schutzhindernissen andererseits.

Absolute Schutzhindernisse liegen dann vor, wenn das als Marke angemeldete Zeichen eine für die mit der Markenmeldung benannten Waren und/oder Dienstleistungen im Vordergrund stehende beschreibende Angabe darstellt oder wenn das Zeichen hinsichtlich der benannten Waren und/oder Dienstleistungen nicht unterscheidungskräftig ist, das heißt der angesprochene Verkehrskreis die so gekennzeichneten Waren und/oder Dienstleistungen als nicht zu einem bestimmten Unternehmen zugehörig erkennen kann. Stehen einem als Marke angemeldeten Zeichen die vorgenannten absoluten Schutzhindernisse nicht entgegen, so wird das Zeichen als Marke eingetragen.

Dem als Marke eingetragenen Zeichen können ältere Marken anderer Inhaber entgegenstehen. Dies ist dann der Fall, wenn zwischen der jüngeren Marke einerseits und den entgegenstehenden, älteren Marken andererseits Verwechslungsgefahr besteht. Der jüngeren Marke steht dann ein relatives Schutzhindernis entgegen und kann auf Antrag der Inhaber der älteren Marken aus dem Markenregister wieder gelöscht werden.

Anmeldung und Eintragung

Die Anmeldung einer Marke erfolgt beim Deutschen Patent- und Markenamt. Der Markenmelder hat mit seiner Anmeldung das Zeichen, für welches Markenschutz begehrt wird, anzugeben sowie die Waren und Dienstleistungen zu benennen, für die das Zeichen als Marke eingetragen werden soll. Das Deutsche Patent- und Markenamt prüft das zur Marke angemeldete Zeichen auf Markeneintragbarkeit, das heißt es prüft, ob dem zur Marke angemeldeten Zeichen absolute Schutzhindernisse entgegenstehen. Ist dies nicht der Fall, so beschließt das Deutsche Patent- und Markenamt die Markeneintragung und veröffentlicht die Markeneintragung.

Mit Veröffentlichung der Markeneintragung beginnt eine dreimonatige Frist zu laufen, innerhalb der Inhaber von älteren und mit der eingetragenen Marke verwechslungsfähigen Marken Widerspruch gegen die Markeneintragung

einlegen können. Ein solcher von dritter Seite eingelegter Widerspruch gegen die Markeneintragung wird vom Deutschen Patent- und Markenamt überprüft. Kommt das Deutsche Patent- und Markenamt zu dem Ergebnis, dass der Widerspruch begründet ist, so wird die ins Markenregister eingetragene Marke wieder gelöscht. Andernfalls bleibt die Markeneintragung bestehen.

Laufzeit

Die Eintragung einer Marke erfolgt für einen Zeitraum von 10 Jahren und kann beliebig oft um weitere 10 Jahre verlängert werden.

Dipl.-Ing. Stefan Brinkmann

Patentanwalt

Vizepräsident der DASV Deutsche Anwalts- und Steuerberatervereinigung für die mittelständische Wirtschaft e. V. und Leiter des DASV-Fachausschusses für nationales und internationales Wettbewerbsrecht, Patentrecht, Marken- und Urheberrecht

Stenger Watzke Ring - intellectual property

Am Seestern 8

40547 Düsseldorf (Deutschland)

Telefon: 0211/572131

Telefax: 0211/588225

Email: info@stewari.de

www.stewari.de