

Markenschutz

Produktpiraterie wird epidemisch

Eine Umfrage im Anlagenbau ergab, dass 80 % aller befragten Unternehmen mit Markenrechtsverletzungen kämpfen. Diese verursachen einen enormen Schaden, denn hinter einem Markenprodukt stehen zumeist intensive Forschung und großes Know-how.



Dkkfm. Laurentius Mayrhofer

Institut für ganzheitliche Markenbewertungen GmbH

Mühlbergstraße 11a, 3382 Loosdorf
T +43 2754 30 177 10
office@diemarkenwertexperten.at
www.diemarkenwertexperten.at

Die Marken- oder Produktpiraterie nimmt epidemische Ausmaße an. Sie führt unweigerlich zum Vertrauensverlust in die Qualität der Hersteller. Das hat zur Folge, dass die Preise fallen, was zu Kostensenkungen führt und letztlich auch den Verlust von Arbeitsplätzen bedeutet. Daher ist der Markenschutz ein wichtiges Thema in Unternehmen. Produkte, die auf neuen technischen Lösungen basieren und gewerblich verwertbar sind, können – nach Prüfung der Patentwürdigkeit – Patentschutz erlangen. Das Ausschließungsrecht für die alleinige Möglichkeit, die Erfindung betriebsmäßig herzustellen, zu vertreiben oder zu gebrauchen, ist auf 20 Jahre begrenzt.

Daher sollte zuerst immer die Schutzfähigkeit geprüft werden. Gefährden Sie nicht selbst die Neuheit Ihrer Erfindung, indem Sie vor Anmeldung in Fachzeitschriften oder sonstigen öffentlichen Medien darüber publizieren!

Kleines Patent

Der Gebrauchsmusterschutz wird als „kleines Patent“ bezeichnet und gilt maximal zehn Jahre. Die Eintragung erfolgt ohne Prüfung des Innovationsgrades mit wesentlich geringeren Kosten. Damit hat das Patent aber eine eingeschränkte Schutzwirkung und birgt ein gewisses Risiko.

Der Musterschutz hingegen bezieht sich lediglich auf das Aussehen eines Erzeugnisses als Ausschließungsrecht für zehn Jahre. Innovationen und Herstellungsverfahren wie beim Patent sind damit nicht schützbar. Der Markenschutz definiert die Marke als Herkunftszeichen für Waren oder Dienstleistungen zur Unterscheidung gegenüber anderen Angeboten am Markt. Es ist ein exklusives Vermögensrecht für zehn Jahre – mit Verlängerungsmöglichkeit um jeweils weitere zehn Jahre!

Wissenswert für Unternehmen

Das Markenrecht ist ein sogenanntes Ausschließungsrecht. Es schafft für Unternehmen als Markeninhaber die Möglichkeit, ihre Alleinstellung exklusiv zu sichern. Diese drückt sich in Bekanntheit, Vertrauen und Akzeptanz am Markt aus – dargestellt in ihrem Markenzeichen. Die Marke bündelt damit auch alle immateriellen Werttreiber eines Unternehmens, die den wirtschaftlichen Gewinn langfristig garantieren.

Beachtenswert für Designer

Designer und Markenentwickler sehen sich zunehmend mit steigenden Zugriffen auf Stock-Anbieter und Crowdsourcing-Plattformen konfrontiert. Selbst dann, wenn es um

die Entwicklung und Auswahl eines individuellen und einzigartigen Unternehmenszeichens geht. Kosten und Nutzen werden oft kontrovers argumentiert: Logos und Zeichen aus dem Stock-Fundus sind schon um wenige Euro zu haben und könnten – so die weithin verbreitete Meinung – bei Konflikten einfach und häufig getauscht werden.

Damit könnten Kosten und Aufwände für Markenrecherche und Markenmeldung gespart werden. Übersehen wird gerne die Tatsache, dass bei Stock-Anbietern in den Nutzungsbedingungen die Eintragung als Marke und damit auch die exklusive Verwendung des Zeichens meist ausgenommen sind. Designer und Kreativagenturen legen im Regelfall mit der Logoentwicklung die Grundlage für ein markenschutzfähiges Zeichen. Bei der Vorlage des Entwurfes sollte der Profi daher auch über die Aspekte der Marken- und Schutzfähigkeit Bescheid wissen und den Auftraggeber ausreichend aufklären.

Gerade im Zusammenhang mit der Verrechnung und Abtretung von Nutzungsrechten an Firmenzeichen sind Kreativdienstleister dem Auftraggeber gegenüber für die Einhaltung der entsprechenden Rechtsansprüche und Markenschutzbestimmungen verpflichtet.

In drei Schritten zum Markenschutz

Mit diesen Schritten machen Sie Marken wettbewerbsfähig und rechtssicher:

- 1. Markenfähigkeit prüfen** (z. B. eines Logoentwurfes oder Zeichens). Marken müssen unterscheidungs-fähig und für die Kennzeichnung von Produkten und Leistungen geeignet sein und erfüllen in der Praxis meist die Kriterien einer eigentümlichen geistigen Schöpfung. Gattungsbegriffe, beschreibende und/oder dem allgemeinen Sprachgebrauch entnommene Begriffe sind nicht markenfähig.
- 2. Ähnlichkeitsrecherchen**
Sorgen Sie dafür, dass vertraglich und schriftlich exklusive und uneingeschränkte Nutzungsrechte am Zeichen über-

tragen wurden. Bevor die Marke zur Registrierung angemeldet wird, stellen Sie den Nachweis sicher, dass in den Markenregistern nicht bereits ähnliche oder verwechslungsfähige Marken registriert sind oder am Markt verwendet werden. Damit minimieren Sie das Risiko, bestehende, ältere Rechte Dritter zu verletzen. Weisen Sie Ihre Auftraggeber stets darauf hin, dass diese ihr neues Logo umgehend auch zur Registrierung anmelden sollten.

- 3. Anmeldung zur Markenregistrierung**
Bereiten Sie Ihre Markenmeldung sorgfältig vor: Art

www.patentamt.at



der Marke sowie Produkte und Leistungen, die Sie mit Ihrem Zeichen kennzeichnen möchten, sollten gut überlegt sein. Entscheiden Sie, ob Sie Ihre Marke nur national in Österreich oder international – z. B. europaweit – einsetzen und schützen wollen. Während die Anmeldung beim österreichischen Patentamt relativ einfach vorgenommen werden kann, sind es meist die strategischen Überlegungen davor, die eine Beratung durch Experten rechtfertigen. Checklisten vereinfachen kompliziert anmutende Entscheidungen und Online-Tools helfen, Übersicht und Struktur für die Vorbereitungen zu gewährleisten.