



# Die Marke! Anmeldung, Kosten, Nutzen?!

von Dr. Marcus Soiné  
Fachanwalt für Arbeitsrecht  
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz  
Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht

Jeder hat sich in seinem Leben schon einmal Markenprodukte gegönnt. Marken durchziehen sämtliche Lebensbereiche. Lebensmittel, Kosmetik- oder Arzneiprodukte, Kleider, Schuhe und nicht zuletzt Unterhaltungselektronik oder gar Gastronomie und Industrie, es gibt nahezu kein Marktsegment, in dem keine „Markenprodukte“ und/oder „Markendienstleistungen“ angeboten werden. Alleine diese Erkenntnis ist ein gutes Argument, sich mit den Grundlagen der Markenentstehung und der Kosten für die Eintragung zu befassen, was im folgenden Artikel geschieht.

## 1. Markenformen und Entstehung

Die bekannteste Markenform ist sicherlich die sog. Wortmarke, also alleine die Bezeichnung eines Produktes oder einer Dienstleistung. Dass auch graphische Elemente isoliert oder in Kombination mit der Wortmarke einen eigenständigen Schutz erlangen können, dürfte auch jedem bei genauer Betrachtung des Coca Cola Schriftzuges einleuchten. Man spricht insoweit von Bildmarken oder Wort-/Bildmarken.

Dass es jedoch auch z.B. dreidimensionale Marken, Farb- oder Hörmarken gibt, das ist vielen nicht unbedingt bekannt. Hintergrund dieser verschiedenen Markenformen ist es, für bestimmte Marken ein einheitliches Corporate Design zu schaffen, welches einen hohen Wiedererkennungseffekt hat. Jeder potentielle Kunde soll anhand von Farben, Werbejingles o.ä. erkennen, womit er es zu tun hat, auch wenn der Markenname selbst nicht unmittelbar wahrgenommen wird.

Deutsche Marken entstehen mit Eintragung im Markenregister, welches beim Deutschen Marken- und Patentamt (DPMA) in München geführt wird. Schutz in Deutschland genießen darüber hinaus auch sog. Gemeinschaftsmarken, die beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) in Alicante eingetragen werden. Denkbar ist darüber hinaus eine sog. Schutzrechtserstreckung im Rahmen einer internationalen Registrierung bei der World Intellectual Property Organization

(WIPO) in Genf. Allen Eintragungsverfahren gemein ist, dass sich der Schutz unmittelbar nur auf die Waren- und Dienstleistungen erstreckt, auf die sich die Anmeldung und Eintragung bezieht. In den einzelnen Systemen existieren jeweils 45 Klassen, davon 34 Waren- und 11 Dienstleistungsklassen.

Erste Informationen finden sich jeweils auf den offiziellen Seiten der o.g. Behörden.

## 2. Vorfeld- und Eintragungskosten

Die offiziellen Internetseiten der angesprochenen Institutionen halten jeweils eine Suchfunktion vor, die jedoch auf eine Identitätssuche ausgelegt ist. Da jedoch bereits die Anmeldung einer verwechslungsfähigen Marke eine Markenverletzung darstellen kann, sollte man vor der Anmeldung zumindest eine professionelle Markenrecherche durchführen und von fachkundiger Stelle beurteilen lassen.

Hier gibt es zahlreiche gewerbliche Anbieter im Internet, die Recherchen in unterschiedlichem Umfang zu unterschiedlichen Konditionen anbieten.

Die Eintragungsgebühren für drei Klassen belaufen sich beim DPMA, Stand November 2010, auf EUR 300,00, wobei jede weitere Klasse EUR 150,00 kostet. Hiergegen sind die Kosten beim europäischen Pendant, dem HABM, Stand November 2010, mit EUR 900,00 für drei Klassen und ebenfalls zusätzlichen EUR 150,00 pro weiterer Klasse vergleichsweise gering. Durch eine solche Eintragung erreicht man Markenschutz in derzeit 27 Mitgliedsstaaten der europäischen Union.

Die Kosten für die internationale Registrierung, die stets die Eintragung einer sog. Basismarke erfordert, ist einzelfallabhängig. Generell müssen die Gebühren in Schweizer Franken gezahlt werden, was ebenfalls die Angabe eines konkreten Eurobetrages unmöglich macht. Da die WIPO selbst dieses Problem erkannt hat, hält sie auf ihrem Internetauftritt eine Gebührenrechner (fee calculator) vor.

Vorausgesetzt, dass weder die Eintragungsbehörde absolute Eintragungshindernisse geltend macht, noch andere Markeninhaber sich auf relative Eintragungshindernisse berufen und diese in das Verfahren einführen, kann theoretisch eine Markenmeldung auch ohne weitere Hilfe selbst vorgenommen werden.

Da die Markenmeldung in der Regel jedoch Teil einer größeren Strategie ist, empfiehlt es sich, bereits frühzeitig die Zusammenarbeit mit entsprechenden Fachleuten zu suchen, um von Anfang keine Schutzlücken entstehen zu lassen.

### 3. Wirtschaftliche Verwertung und Rechtsposition nach Eintragung

Außer einer repräsentativen Eintragungsurkunde für den Eingangsbereich bietet eine Marke natürliche auch wirtschaftliche Verwertungsmöglichkeiten.

Einerseits besteht die Möglichkeit, die Qualität des dahinterstehenden Produktes so zu entwickeln, dass es im entsprechenden Marktsegment zu höheren Preisen vertrieben werden kann. Ein weiterer Weg der wirtschaftlichen Nutzung ist die Erteilung von Lizenzen, verbunden mit der Zahlung von Lizenzgebühren.

Unabhängig davon bietet der Markenschutz natürlich ein sog. Verbotungsrecht jedem gegenüber, der eine Markenverletzung begeht. Der Verletzer haftet dann auf Unterlassung sowie ggf. auf Schadensersatz, Auskunft oder auch Vernichtung und Rückruf.