



## Markenrecht

### Checkliste

#### Markenrecht

„Ist Ihr guter Name sicher?“

1. Enthält Ihr Firmenname noch andere Bestandteile als nur den des Firmeninhabers?
2. Verwenden Sie Produktnamen oder -zeichen, die für Ihr Unternehmen von besonderem Wert sind oder zukünftig werden können?

Falls Sie eine dieser Fragen mit „ja“ beantwortet haben, sollten Sie Ihren Firmennamen sowie Ihre Produktnamen und -zeichen („Marken“) zum Schutz vor Nachahmung schützen.

Die folgenden Fragen zeigen Ihnen, ob hier zusätzlicher Handlungsbedarf besteht:

1. Sind Ihre Marken in Deutschland und/oder in den Ländern, in denen Sie diese derzeit verwenden oder auf absehbare Zeit verwenden möchten, angemeldet?
2. Falls ja, werden die Marken regelmäßig überwacht, um ähnliche Markenmeldungen durch Dritte zu ermitteln?
3. Falls ja, befinden sich Ihre Anmeldungen auf dem aktuellen Stand, d. h. wurden auch Änderungen in Ihren Produkten, in der Verwendung Ihrer Marken oder in Ihrem Firmennamen entsprechend angemeldet?

Wenn Sie diese drei Fragen mit „ja“ beantwortet haben, haben Sie eine gute Grundlage für den dauerhaften Erfolg Ihrer Marken geschaffen – herzlichen Glückwunsch! Wir informieren Sie gerne darüber, wie Sie Ihre Marken noch erfolgreicher am Markt durchsetzen und gegen Nachahmer verteidigen können.

Haben Sie eine oder mehrere Fragen mit „nein“ beantwortet, raten wir Ihnen dringend dazu, Ihre Marken besser als bisher gegen Nachahmung zu schützen. Die optimale Absicherung Ihrer Marken ist umso wichtiger, je größer die Bedeutung der Marken für Ihr Unternehmen ist. Wir zeigen Ihnen gerne, welche konkreten markenrechtlichen Maßnahmen Ihr Unternehmen darin unterstützen, die Absicherung Ihres Firmennamens bzw. Ihrer Produktnamen oder -zeichen zu verbessern.



## Markenrecht

### Kurzinformation

#### Markenrecht

##### Ihre Marke und die Bedeutung für Ihr Unternehmen

Mit Ihrer Marke unterscheiden Sie die Produkte oder Dienstleistungen Ihres Unternehmens von den Produkten oder Dienstleistungen anderer Anbieter. Dies sollten Sie nutzen! Durch geschicktes Marketing und gute Markenpflege kann schon die Marke allein positive Vorstellungen beim Kunden hervorrufen, denn eine Marke steht für bestimmte Eigenschaften und Qualitäten.

Eine Marke kann auf diese Weise eine eigenständige Bedeutung erlangen und damit sogar den Wert eines Unternehmens erheblich steigern (Bsp. Marke „Coca Cola“ – Wert allein der Marke: geschätzte 67,394 Mrd. USD bei einem Börsenwert des gesamten Unternehmens von derzeit etwa 62 Mrd. USD).

##### Maßnahmen zum Schutz Ihrer Marke

Um Schutz für die Kennzeichen Ihrer Produkte bzw. Dienstleistungen zu erhalten, ist grundsätzlich die Anmeldung und Eintragung einer Marke erforderlich.

Der Schutz von Marken ist aus historischen Gründen räumlich beschränkt, d.h. die Marke entfaltet nur in dem Territorium Wirkung, in dem sie eingetragen ist. Aus der Perspektive eines deutschen Unternehmens sind daher im Wesentlichen drei Arten von Marken relevant. Eine deutsche Marke ist im Gebiet der Bundesrepublik geschützt; die Gemeinschaftsmarke ist im gesamten Gebiet der Europäischen Union wirksam; die sog. IR-Marke – genauer: internationale Markenregistrierung – kann zu einem Markenschutz in mehr als 70 Staaten führen. Darüber hinaus ist eine separate Markenmeldung in den einzelnen Staaten möglich.

Zwei Grenzen sind für die Anmeldung einer Marke zu beachten:

Eine Marke muss zunächst zur Unterscheidung von Produkten bzw. Dienstleistungen geeignet sein – rein beschreibende Wörter genügen beispielsweise nicht. Die Ämter werden hier zunehmend restriktiver.



## Markenrecht

Außerdem darf eine Marke nicht bereits bestehende Marken verletzen. Da hier erhebliche Auseinandersetzungen drohen können, sollte vor Einführung einer neuen Marke unbedingt eine Recherche nach bereits bestehenden ähnlichen oder sogar identischen Marken durchgeführt werden.

Mit einer Eintragung der Marke allein ist es jedoch nicht getan, denn in der Folgezeit sollten innerhalb Ihres Unternehmens die Marken laufend gepflegt und aktiv betreut werden. Umstellungen der Werbung, Änderungen von Logos, Schriftbildern oder Änderungen der Firma haben weitreichende Auswirkungen auf Ihre Marken. Die einmal eingetragenen Marken gewähren nur Schutz für das Zeichen in der eingetragenen Form. Allein die Änderung der Farbe des verwendeten Logos gegenüber der eingetragenen Marke kann in Extremsituationen dazu führen, dass kein Markenschutz mehr besteht. So könnte die Marke beispielsweise auf Antrag (der durch jedermann gestellt werden kann) wegen fehlender Benutzung gelöscht werden, während für das neue Zeichen keine Marke eingetragen worden ist.

Schließlich sollte die Marke regelmäßig überwacht werden. Hintergrund ist, dass mit der Anmeldung und Registrierung einer Marke zwar bereits ein Wert geschaffen werden kann, jedoch jeden Tag weltweit hunderte von Marken neu angemeldet werden. Soweit nun eine zu Ihrer Marke identische oder ähnliche Marke angemeldet und registriert wird, kann dies den bereits geschaffenen Wert Ihrer Marke beeinträchtigen, die Marke wird „verwässert“.

Eine solche „Verwässerung“ kann durch die konsequente, dauerhafte Überwachung der Marke und ggf. durch Einleitung rechtlicher Schritte verhindert werden. So lästig z.B. im Falle einer Nachahmung Ihrer Marke die Auseinandersetzung mit Dritten auch sein mag, sollten Sie den positiven Aspekt für Ihr Unternehmen nicht übersehen: In der Nachahmung Ihrer Marke – gegen die Sie sich selbstverständlich wehren sollten – liegt immer auch eine Bestätigung und Auszeichnung Ihrer erfolgreichen Markenstrategie. Denn nur erfolgreiche Marken werden nachgeahmt!



## Markenrecht

### Impressum

avocado rechtsanwälte  
spichernstraße 75-77  
50672 köln  
t +49 [0]221.39 07 10  
f +49 [0]221.39 07 129  
koeln@avocado-law.com  
[www.avocado-law.com](http://www.avocado-law.com)

[www.brak.de](http://www.brak.de)

ust-id-nr. de 814 17 29 76  
steuer nr. 13/225/62722  
fa charlottenburg

avocado rechtsanwälte ist eine eingetragene dienstleistungsmarke der berger, bock, brüninghaus, busch, figgen, gerhold, kaminski, schierack, voß rechtsanwälte partnerschaft.

die partnerschaft sowie deren partner sind im partnerschaftsregister des amtsgerichts berlin-charlottenburg unter pr 331 b eingetragen. salary partner, counsel, of counsel und associates sind nicht partner der partnerschaftsgesellschaft.

Verantwortlich für den Inhalt dieses Newsletters ist/sind:

Jan Peter Voss

Monika Essers

Anja Bornemann

Dr. Markus Bahmann

Barbara Schramm