



Rechts-tip

Der Autor Michael Plüschke ist Partner der Kanzlei Nikolov Plüschke Thal mit Sitz in 10117 Berlin, Friedrichstraße 90 (im Dussmann-Haus), Tel.: 030-20 25 31 75

Marken, Logos, Klingeltöne – Der Nutzen einer Markeneintragung

In den Medien wurde viel über den Streit um den Telekom-Buchstaben „T“, die Farbe Magenta und die Bezeichnung des Veranstaltungsortes „Arena“ berichtet. Obwohl teilweise kurios, geht es stets um viel Geld. Waren, Dienstleistungen und Unternehmen werden durch solche Kennzeichen am Markt erkannt. Deren Etablierung erfordert einen immensen Werbe- und Kostenaufwand. Andere wollen gern an der Bekanntheit teilhaben. Doch nicht nur die großen Marken sind von wirtschaftlicher Bedeutung. Oft müssen Produktverpackung eingestampft, Internet-Domains herausgegeben oder bereits geschaltete Anzeigen zurückgezogen werden, wenn Produktbezeichnungen nicht als Marke eingetragen wurden und später von anderen

registriert werden. Die Eintragung kostet 300,00 EUR und kann im Berliner Markenamt am Halleschen Tor erledigt werden. Unterschieden wird zwischen Wort-, Bild- und Hörmarken. Der Schutz einer Unternehmensbezeichnung tritt dagegen ohne Eintragung allein durch deren Benutzung in Kraft. Doch empfiehlt sich auch hier eine Markenmeldung. Denn der Schutz erstreckt sich nur auf das regionale Tätigkeitsgebiet. So gibt es das Café „Milchhäuschen“ sowohl in Berlin als auch in Bonn. Wenn das Berliner „Milchhäuschen“ eine Niederlassung in Bonn eröffnen möchte, kann dies untersagt werden. Firmen-Logos sind dagegen nicht allein durch deren Benutzung geschützt, sondern erst bei einem Bekanntheitsgrad von mindestens 20 Prozent. Für Unternehmensgründer ein oft unterschätztes Risiko und in der Praxis schwer nachweisbar. Deshalb schafft auch hier eine eingetragene Bildmarke Rechtssicherheit.