

19. September 2007

Patentanwaltskammer

Schutzrechts-Experten sichern den Erfolg von morgen

Die Macht der Marke

Jeder kennt sie, viele lieben sie, manche schützen sie – die attraktiven Marken dieser Welt wie Coca-Cola, Google, Mercedes oder Nivea. Ihre Bekanntheit zahlt sich in Euro und Cent aus, auch bei weniger berühmten Logos oder Namen. Generell kann man sagen, dass die Marken mit der höchsten Attraktivität in den letzten Jahren auch das höchste Umsatzwachstum verbuchten. Kurzum: Starke Marken – nie waren sie so wertvoll wie heute. Daher setzen zunehmend auch kleine und mittlere Unternehmen auf begehrte, erlebbare Symbole. Und sie beziehen frühzeitig Schutzrechts-Experten ein, um die Macht der Marke zu sichern.

Heute wissen Entscheider in Unternehmen: Es ist nicht allein damit getan, erstklassige Produkte oder maßgeschneiderte Dienstleistungen anzubieten. Ob örtlicher Produzent oder „Global Player“ – der technologische

Wandel vollzieht sich immer schneller, nahezu alle Firmen stehen in einem verschärften Wettbewerb.

In dieser Situation kommt der Marke eine zentrale strategische Bedeutung zu: Sie hat die Funktion eines „Leuchtturms“, der in einer unüberschaubaren Warenwelt den Weg zu Innovation und Qualität weist. Das ist eine Orientierung, die Sicherheit und Zuverlässigkeit verspricht, mit hin also das Leben leichter und übersichtlicher macht.

Seit jeher suchen Menschen die Vertrautheit – kein Wunder, dass deshalb auf Marken mit „Ausstrahlung“ und „gutem Namen“ zurückgegriffen wird. Überdies demonstrieren Käufer mit Hilfe von Marken auch die Zugehörigkeit zu bestimmten gesellschaftlichen Gruppierungen – ein Täschchen von Gucci ist eben mehr als nur eine Tasche ...

Wertvollste Marke der Welt

Marken haben mehr als nur Macht, sie bestimmen auch durchschnittlich zwei Drittel des Wertes eines Unternehmens. Die wertvollste Marke der Welt heißt laut einer Interbrand-Studie nach wie vor Coca-Cola, allein der Name wird auf 65 Milliarden Dollar geschätzt. Einzige deutsche Marke unter den Top 10 ist Mercedes-Benz (Markenwert 23,5 Milliarden

Dollar).

Bei weltbekannten, aber auch bei regional starken Marken gilt: Die glaubwürdige Botschaft eines Zeichens sichert den kontinuierlichen Erfolg eines Unternehmens und schafft damit die Basis für Innovation und Wachstum. Künftig können sich vor allem Dienstleistungen und Produkte durchsetzen, so die Prognose vieler Marktforscher, die den Konsumenten nicht nur rational überzeugen, sondern auch emotionale Begeisterung hervorrufen.

Freilich: Je bekannter eine Marke, desto größer wird auch der Anreiz für Mitbewerber, das Zeichen zu kopieren oder sich ihm optisch anzunähern. Diese Absicht lässt sich nur durchkreuzen, wenn Marken angemeldet werden – und zwar rechtzeitig.

Die Eintragungsmöglichkeiten sind zahlreich: von Wortmarken, Bildmarken oder kombinierten Wort-Bild-Marken bis zu Hörzeichen, dreidimensionalen Gestaltungen und unterscheidungskräftigen Aufmachungen von Produkten einschließlich ihrer Farben. Nicht nur Bezeichnungen für Waren (daher der früher verwendete Begriff „Warenzeichen“) lassen sich mit einer Marke schützen, sondern auch Dienstleistungen, etwa von Ho-

tels, Reisebüros, Banken, Fahrschulen, Speditionsunternehmen oder Messegesellschaften.

Wer eine Marke oder einen neuen Firmennamen in Benutzung nehmen will, sollte sich aber zuvor vergewissern, ob er damit gegen Rechte von Dritten verstößt. Eine unbewusste Markenverletzung führt mitunter zu erheblichen Folgen und Kosten.

Erfahrene Berater im Markenrecht

Patentanwälte können bei der Bewältigung dieser Aufgaben als hoch qualifizierte Berater fungieren. Die Schutzrechts-Experten kennen sich nicht nur mit Patenten im technischen Bereich bestens aus, sie sind auch Marken-Spezialisten, haben eine entsprechende Ausbildung absolviert und eine Staatsprüfung im Markenrecht abgelegt. In der Regel ist ein deutscher Patentanwalt auch „European Trade Mark Attorney“, zugelassen beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) im spanischen Alicante – hier kann mit einer einzigen Markenmeldung, einer Gemeinschaftsmarke, ein EU-weiter Schutz erreicht werden.

Die Kompetenz der Patentanwälte basiert auf einem Erfahrungsschatz von 125 Jahren im Gewerblichen Rechtsschutz. Das ist gewachsenes Wissen über den Erfolg von Patenten, Marken, Design. Und Recht.

Weitere Informationen über Bedeutung und Einsatz von Marken sowie die Tätigkeiten der Patentanwälte finden Sie unter www.technikund-recht.eu