von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Markenüberwachung - Irrtum, Wahrheit & Lösung der IT-Recht Kanzlei

Am Anfang steht der Irrtum: Viele Markeninhaber denken: „sobald meine Marke erst einmal eingetragen ist, kann mir da nichts mehr passieren“. Und am Ende steht dann ggf. die Enttäuschung: Denn wer seine Marke nicht überwacht, der muss mit der Verwässerung der eigenen Marke und dem Verlust von Abwehransprüchen rechnen. **Die IT-Recht Kanzlei bietet die Lösung für dieses Problem: Markenüberwachungspakete mit vielen Zusatzleistungen.**

Das Schlüsselwort in diesem Kontext heisst **Markenüberwachung**. Sowohl vor der Anmeldung als auch nach Eintragung ist vom Markeninhaber zur Vermeidung von Kollisionen selbstständig zu recherchieren, ob bereits ähnliche oder identische Marken bestehen bzw. nach Eintragung, ob derartige Marken neu angemeldet wurden – da insbesondere die Ähnlichkeitsrecherchen sehr komplex sind, sollte der Markeninhaber dabei dringend an eine professionelle Markenüberwachung denken.

Das erklärte Ziel einer Markenkollisionsüberwachung besteht darin, frühzeitig Drittmarken zu erkennen, die erst nach der zu schützenden eigenen Marke angemeldet, eingetragen und verwendet werden und daher eine Gefahr für den Schutzbereich der eigenen Marke darstellen. Die Überwachung erfolgt in regelmäßigen Abständen, denn nur so ist eine effektive Verteidigung gegen eine Drittmarke möglich. Die Bedrohung für die Marke entsteht durch die Möglichkeit der Verwässerung, d.h. sie kann beim Kundenkreis nicht mehr die nötige Unterscheidungskraft aufbringen, da eine Drittmarke bereits die Aufmerksamkeit der Kunden ablenkt und immer mehr bindet. Wird die andere Marke zu lange geduldet oder nicht erkannt, wird es immer schwieriger, ihren negativen Einfluss einzudämmen.

Wir haben uns mit den gängigsten Irrtümern im Bereich Markenüberwachung auseinandergesetzt:

1. Irrtum:

Das DPMA prüft vor jeder Eintragung einer neuen Marke, ob es nicht bereits eine identische oder zumindest sehr ähnliche Marke gibt, die schon eingetragen ist.

Die Wahrheit:

Sowohl das DPMA bei nationalen Marken, als auch das HABM (Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt) bei Gemeinschaftsmarken und die WIPO (World Intellectual Property Organization) überprüfen lediglich abstrakt die Eintragungsfähigkeit einer Marke. Eine Überprüfung, ob die Marke in exakt der Form oder einer sehr ähnlichen Form bereits eingetragen ist, findet nicht statt. Auch der Inhaber der jüngeren Marke ist nicht gehalten, eine Überprüfung seiner Marke vor der Anmeldung durchzuführen. Der Inhaber der älteren betroffenen Marke erhält auch nur bei Anmeldung einer Gemeinschaftsmarke eine Benachrichtigung über die neue Anmeldung, um ggfs. dagegen vorgehen zu

können – bei nationalen Marken erfolgt dieser Service nicht.

2. Irrtum:

Der Markeninhaber kann ohne Weiteres selbst überprüfen, dass keine gleichen oder zu ähnlichen Marken eingetragen werden.

Die Wahrheit:

Um eine entsprechende Kollisionsbenachrichtigung zu erhalten, muss jemand mit der ständigen Überwachung beauftragt sein. Wenn ich mich als Markeninhaber selbst um die Überwachung kümmern wollte, müsste ich selbst sämtliche Überwachungsquellen (Register), Überwachungsbereiche (Waren- und Dienstklassen) und räumliche Erstreckungen (geographische Schutzgebiete) meiner Marke im Grunde konstant überwachen. Der Umfang, der sich da ergibt, kann einen einzelnen, unerfahrenen Markeninhaber schnell überfordern.

Ganz konkret heißt das, mindestens das Register des DPMA, des HABM und das IR-Markenregister der WIPO auf sowohl identische aber auch ähnliche Drittmarken zu durchforsten und dann auf dem neuesten Stand zu bleiben. Und das am Besten so häufig wie möglich. Denn bei bewusster zu langer Duldung der jüngeren Marke verwirkt der Inhaber der älteren Marke sein Recht, die Nutzung zu untersagen.Faktisch ist die eigene Überwachung daher kaum möglich und sollte Fachleuten überlassen werden.

Eine rein sporadische Suche im Übrigen hilft dem Markeninhaber nicht weiter. Ganz gezielt muss eine Identitäts- und Ähnlichkeitssuche erfolgen. Die erwähnten Markenregister fallen dem Laien unter Umständen noch alle ein. Die Überwachung des Handelsregisters nach Firmennamen ist schon weniger Markeninhabern ein Begriff. Bei Druckerzeugnissen wäre noch die Titelüberwachung in den üblichen Titelschutzverzeichnissen angesagt. Und welcher unerfahrene Markeninhaber käme auf die Idee, eine Meta-Online-Recherche durchzuführen (und das in regelmäßigen, kurzen Zeitabständen!), um sich gehäufte verdächtige Suchanfragen anzeigen zu lassen. Und wer selbst das alles bedacht hat, hätte vielleicht doch noch übersehen, bei der DENIC immer wieder eine Anfrage zwecks Domain-Reporting zu stellen.

3. Irrtum:

Eine professionelle Markenüberwachung kostet nur Geld – und bringt nix.

Die Wahrheit:

Eine Markenüberwachung spart Geld – denn: Die auf grund der ständigen Markenüberwachung früh erkannten, potentiell gefährlichen Drittmarken können rechtzeitig noch innerhalb der Widerspruchsfrist bemerkt und so ihre Löschung beantragt werden – hier sind die Kosten übersichtlich. Das gerichtliche Löschungsverfahren außerhalb dieser Frist, die ohne professionelle Überwachung schnell überschritten ist, dagegen ist wesentlich teurer. Wer hier also geschickt investiert spart am Ende Geld.

4. Ergebnis:

Die qualifizierte Überwachung und Pflege der eigenen Marke ist ein Einsatz, der jedem Unternehmen auf lange Sicht einen guten Dienst erweist. Die eigene Marke muss nach der Eintragung gegen Drittmarken verteidigt werden, um jeglicher Verwässerung mit anderen Marken vorzubeugen. Rechtzeitiges Markenmanagement hat einen kleinen Preis, die späte Schadensbekämpfung ein hohen und der kann nicht immer dann noch mit Geld ausgeglichen werden- das Stichwort ist:
Markenüberwachung!

5. Die Angebote der IT-Recht Kanzlei zur Markenüberwachung:

Markenüberwachung Basis für 29,00 € /Monat

Das Basispaket enthält die Kollisionsüberwachung einer (Wort-)Marke sowie die Überwachung der Fristen der Schutzdauer der Marke.

Informationen zu diesem Angebot finden Sie hier.

Markenüberwachung Premium für 49,00 € /Monat

Neben der Kollisions- und Fristenüberwachung für eine (Wort-)Marke (=Basispaket) bietet die IT-Recht-Kanzlei in der Premium-Variante zusätzlich ein monatliches Kontingent an markenspezifischer Rechtsberatung an. Und zudem sind in diesem Paket die Anwaltskosten für die Verlängerung des Markenschutzes inkludiert – wir kümmern uns also vollumfänglich um die Belange Ihrer Marke.

Informationen zu diesem Angebot finden Sie hier.

Autor:
RA Felix Barth
Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement