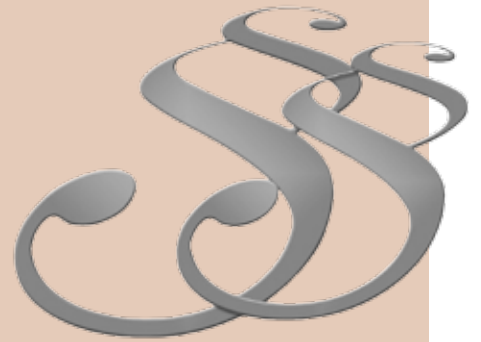


Doppelt schützt mitunter besser

Wer für seine Waren oder Dienstleistungen ein Logo entwickelt, tut gut daran, es als Marke anzumelden. Aber auch Designschutz ist möglich und in manchen Fällen sinnvoll. — von Romina Kühnle



Das Logo ist die Königsdisziplin in der Kreativbranche. Es ist Hauptbestandteil des Corporate Designs, bringt also den Kern eines Unternehmens, einer Dienstleistung oder eines Produkts in eine einfache, prägnante Form mit hohem Wiedererkennungswert. Man denke nur an den stilisierten Apfel oder das gelbe M auf rotem Grund. Im Consumer-Bereich, und hier insbesondere in der Kosmetik, werden Logos häufig als Marke geschützt. Das hat gute Gründe. Aber auch der Design- oder Geschmacksmusterschutz ist unter bestimmten Umständen und je nach Einsatzbereich sinnvoll. Vergleichen wir doch einmal beide Varianten miteinander!


Ein Logo als Marke bietet sich grundsätzlich an, wenn Sie es im geschäftlichen Verkehr nutzen und damit Ihre Waren oder Dienstleistungen kennzeichnen möchten. Um ein Logo als Marke schützen zu lassen, muss es unterscheidungskräftig sein. Es sollte also fantasievoll und für die damit zu schützenden Waren und Dienstleistungen nicht beschreibend sein. Der besagte Apfel etwa wäre daher für einen Obsthandel tendenziell weniger geeignet. Das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) prüft, ob die nötigen Voraussetzungen für den Marken-

schutz vorliegen. Der Schutz eines Markenlogos gilt nur für bestimmte Waren und Dienstleistungen, besteht für zehn

Jahre und kann zeitlich unbegrenzt verlängert werden. Hierfür fallen aber – ebenso wie für die Anmeldung – vergleichsweise hohe Gebühren an.

Das Logo als Design empfiehlt sich, wenn Sie eine ästhetische Erscheinungsform Ihres Produkts (zum Beispiel durch Konturen, Linien, Farben, Verzierungen) schützen lassen möchten, wenn also beispielsweise unterschiedliche Erzeugnisse wie T-Shirts, Verpackungen oder Flyer auf der Oberfläche damit versehen werden sollen. Für den Designschutz müssen zwei Kriterien erfüllt sein: Das Logo muss zum Zeitpunkt der Anmeldung neu sein und es muss Eigenart aufweisen, sein Gesamteindruck muss sich also von dem bereits bekannter Designs

auf dem Markt unterscheiden. Diese beiden Kriterien (Neuheit und Eigenart) werden jedoch zunächst nicht vom DPMA geprüft. Dies geschieht erst, wenn etwa ein anderes Unternehmen einen Nichtigkeitsantrag gegen Ihr eingetragenes Design stellt. Daher sollten Sie besser im Voraus sorgfältig recherchieren, ob Ihrem Design Rechte Dritter entgegenstehen (zum Beispiel durch Recherche im Designregister des DPMA, in den Datenbanken anderer Patentämter, in Messe- und Produktkatalogen, auf Handelsplattformen im Internet). Ein Design ist maximal 25 Jahre geschützt, eine weitere Verlängerung ist nicht möglich. Im Vergleich zur Marke sind die Anmeldung und Aufrechterhaltung eines Designs jedoch deutlich günstiger. Und anders als bei der Marke besteht der Schutz eines Designs auch unabhängig von einer bestimmten Ware oder Dienstleistung.

Fazit: Da Schutzgegenstand und -umfang von Marke und Design zum Teil stark voneinander abweichen, sollten Sie sich gut überlegen, welches Schutzrecht Ihrer Geschäftsstrategie am ehesten entspricht. Den größtmöglichen Schutz für Ihr Logo bekommen Sie selbstverständlich, wenn Sie es als Marke anmelden und parallel dazu auch als Design eintragen lassen. Welches Schutzrecht für Ihr Logo Ihrer Geschäftsstrategie am ehesten entspricht, sollten Sie im Zweifel mit einem in Marken- und Designrecht erfahrenen Anwalt besprechen. 



Dr. Romina Kühnle

Cohausz & Florack

Patent- und Rechtsanwältinnen
Düsseldorf

www.cohausz-florack.de

Summary:

Logos are the ultimate discipline in the creative industry. They are the main component of corporate design and bring the core of a company, a service or a product into a simple, concise form. In the consumer sector, and especially in cosmetics, logos are often protected as trademarks. However, design protection also makes sense under certain circumstances and depending on the area of application. A comparison of both alternatives.