

Geschützte Marken

Die Zahl der Markenmeldungen steigt. Vor allem im Dienstleistungsbereich lassen sich Unternehmen ihre Produkte zunehmend schützen.

UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND lassen ihre Marken immer häufiger schützen. Im vergangenen Jahr meldeten sie insgesamt 76.165 nationale Marken an, das waren 5,3 Prozent mehr als 2006. Das zeigt die Marken- und Patentstatistik des Deutschen Patent- und Markenamtes (DPMA) in München. »Dieses Wachstum der Anmeldungen nationaler Marken setzt einen Trend fort, der bereits seit dem Jahr 2003 andauert, wobei allerdings zu beachten ist, dass die Zahl der Anmeldungen aus dem Jahr 2007 immer noch unter dem Wert der Jahre 1999 und 2000 liegt«, sagt Andreas Bothe, Partner in der Hamburger Kanzlei Lovells.

Zum Jahresende 2007 waren in Deutschland somit mehr als 1,4 Millionen Marken geschützt. Das sind zum einen die 764.472 beim DPMA eingetragenen nationalen Marken. Hinzu kommen die rund 426.000 beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) im spanischen Alicante registrierten Gemeinschaftsmarken und die 230.000 bei der World Intellectual Property Organization (WIPO) in Genf, Schweiz, registrierten Marken, die den Schutz für Deutschland beantragt haben.

Zuwachs im Dienstleistungsbereich

Der Anstieg der nationalen Markenmeldungen in den vergangenen Jahren ist vor allem auf den Zuwachs im Bereich der Dienstleistungsmarken zurückzuführen. »Hierbei dürften insbesondere auch Markenmeldungen von Handelsunternehmen eine gewichtige Rolle spielen«, erläutert Bothe.

So stieg deren Anteil bei den Neuanmeldungen nationaler deutscher Marken von knapp 37 Prozent im Jahr 1998 auf über 47 Prozent im Jahr 2007. Ein Trend, den auch Thomas Melchert, Partner bei der Hamburger Rechtsanwaltskanzlei CMS Hasche Sigle, bestätigt: »Besonders auffällig im Zehnjahresvergleich ist der Zuwachs in der Klasse 41, vermutlich wegen der darin enthaltenen Dienstleistungen Unterhaltung und sportliche Aktivitäten. Offensichtlich spielen die Freizeitaktivitäten und die dafür angebotenen Markenprodukte eine größere Rolle als früher.«

Weitere Dienstleistungsklassen, in denen die Zahl der Markenmeldungen gestiegen ist, sind die Bereiche Werbung und Geschäftsführung (Klasse 35), wissenschaftliche/technologische Dienstleistungen (Klasse 42) sowie Versicherungen (Klasse 36).

»Ein nicht geringer Teil der Anmeldungen in Klasse 35 dürfte auf die Zulassung sogenannter Einzelhandelsdienstleistungsmarken und den dortigen Nachholbedarf zurückzuführen sein«, sagt Bothe.

»Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat in seinem »Praktiker«-Urteil (C-418/02) klargestellt, dass auch für solche Dienstleistungen, die im Zuge des Einzelhandels mit Waren erbracht werden, Markenschutz erlangt werden kann.« Er glaubt, dass es gerade bei großen Unternehmen weiter die Tendenz geben wird, Marken so gut und so breit wie möglich abzusichern. »Insoweit entwickeln insbesondere selbst die großen Discounter entsprechende Markenstrategien.«

Noch führt die Liste der Unternehmen mit den meisten in 2007 eingetragenen Marken aber keine Handelskette an, sondern die Deutsche Telekom. Mit 317 eingetragenen Marken liegen die Bonner klar vor Henkel und BSH Bosch und Siemens Hausgeräte. Zu den Top-50 finden gehören vor allem Großunternehmen aus den Bereichen Telekommunikation, Pharma und Kosmetik, Elektronik und Elektrotechnik und Auto-

ZUNAHME BEI DIENSTLEISTUNGSMARKEN

Jahr	Anmeldungen	davon für Dienstleistungen	Anteil in %
1998	68.610	25.083	36,56%
1999	76.434	32.205	42,13%
2000	86.983	41.990	48,27%
2001	67.361	29.744	44,16%
2002	57.416	23.923	41,67%
2003	62.041	25.728	41,47%
2004	65.918	27.650	41,95%
2005	70.926	30.181	42,55%
2006	72.321	33.164	45,86%
2007	76.165	36.082	47,37%

Quelle: Andreas Bothe, Lovells LLP

DEUTSCHE TELEKOM FÜHRT IN 2007 BEI EINGETRAGENEN MARKEN

	Inhaber	Ort	Land	Anzahl
1	Deutsche Telekom AG	Bonn	DE	317
2	Henkel KGaA	Düsseldorf	DE	159
3	BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH	München	DE	94
4	Merz Pharma GmbH & Co. KGaA	Frankfurt	DE	80
4	MIP METRO Group Intellectual Property GmbH & Co. KG	Düsseldorf	DE	80
6	Vodafone D2 GmbH	Düsseldorf	DE	76
7	Hubert Burda Media Holding GmbH & Co. KG	Offenburg	DE	68
8	TAD Pharma GmbH	Cuxhaven	DE	67
9	Volkswagen AG	Wolfsburg	DE	65
10	Bayerische Motoren Werke AG	München	DE	63
11	Merck KGaA	Darmstadt	DE	61
12	Boehringer Ingelheim International GmbH	Ingelheim	DE	60
13	Bayer AG	Leverkusen	DE	56
14	Siemens AG	München	DE	55
15	FERRERO Deutschland GmbH	Frankfurt	DE	54
16	Beiersdorf AG	Hamburg	DE	50
16	d-m-drogerie markt GmbH + Co. KG	Karlsruhe	DE	50
16	GEZE GmbH	Leonberg	DE	50
19	Daimler AG	Stuttgart	DE	49
19	WÖRWAG PHARMA GmbH & Co. KG	Böblingen	DE	49
21	Bayer Schering Pharma AG	Berlin	DE	48
22	AOK Baden-Württemberg	Stuttgart	DE	47
23	Fraunhofer-Gesellschaft e.V.	München	DE	45
23	Société des Produits Nestlé S.A.	Vevey	CH	45
25	Mediatex GmbH	Zeisen	DE	44
26	Coty Deutschland GmbH	Mainz	DE	42
26	NSM-LÖWEN ENTERTAINMENT GMBH	Bingen	DE	42
28	Otto GmbH & Co KG	Hamburg	DE	40
29	Tchibo GmbH	Hamburg	DE	38
29	TUI AG	Hannover	DE	38
31	Mibe GmbH Arzneimittel	Brehna	DE	37
32	DORMA GmbH + Co. KG	Ennepetal	DE	35
32	Plus Warenhandelsgesellschaft mbH	Mülheim	DE	35
32	REWE-Zentral AG	Köln	DE	35
35	Continental Aktiengesellschaft	Hannover	DE	34
36	Ampelmann GmbH	Berlin	DE	32
36	Roche Diagnostics GmbH	Mannheim	DE	32
38	Netto Marken-Discount GmbH & Co. oHG	Maxhütte-Haidhof	DE	31
38	PRIMAVERA Life GmbH	Sulzberg	DE	31
38	R. Seeig & Hille oHG	Düsseldorf	DE	31
38	Tendance GmbH	Rüsselsheim	DE	31
42	Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG	Ingelheim	DE	30
42	Deutsche Amphibolin-Werke von Robert Murrhardt Stift	Ober-Ramstadt	DE	30
42	ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG	Hamburg	DE	30
42	HS Heim-Service GmbH	Halle	DE	30
42	Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG	Neckarsulm	DE	30
42	Weinprolog Verwaltungsgesellschaft mbH	Tornesch	DE	30
48	Dr. August Oetker Nahrungsmittel KG	Bielefeld	DE	29
48	Saturn Petfood GmbH	Bremen	DE	29
50	EDEKA Südwest eG	Offenburg	DE	28
50	STADA Arzneimittel AG	Bad Vilbel	DE	28

Quelle: Deutsches Patent- und Markenamt

motive, aber eben verstärkt auch Vertreter aus dem Groß- und Einzelhandel, dort besonders aus dem Lebensmittelbereich. »Insgesamt finden sich unter den Top-Anmeldern die zu erwartenden Markenartikler aus den typischen Branchen«, erklärt Melchert. Und er weist darauf hin: »Die hohe Zahl der Anmeldungen für Dienstleistungen und insbesondere für die Klasse

41 hat sich in der Liste der Inhaber mit den meisten Marken noch kaum niedergeschlagen. Vermutlich betätigen sich in diesem Bereich viele kleine und mittlere Unternehmen, die jeweils nur eine begrenzte Zahl von Marken innehaben.«

Vanessa Göbel