

Markenschutz: Wichtige Grundlagen und Strategien

Marken sind zentrale Bestandteile im Wirtschaftsverkehr, können den Unternehmenswert erheblich stärken und bieten Rechtssicherheit und Schutz vor unbefugter Benutzung.

Die richtige Markenwahl

Am Anfang jeder erfolgreichen Marke steht der Kreativeprozess. Um sich spätere Frustration und hohe Kosten für eine wieder zu verwerfende Corporate Identity und allfällige Ansprüche Dritter zu ersparen, sollte hier von Anfang an eine «markenrechtliche Brille» aufgesetzt werden. Wichtige Fragen sind: Ist die Marke eintragungsfähig? Gibt es bereits ähnliche Marken? Soll die Marke über Liechtenstein hinaus geschützt werden? Eine vorausschauende Planung spart Zeit und Kosten.

Eintragungsfähigkeit und Unterscheidungskraft

Marken können von Buchstabenkombinationen bis hin zu Klangfolgen reichen. Häufig werden Wortmarken, Bildmarken oder eine Kombination hiervon (Wort-Bild-Marken) registriert. Ein häufiger Fallstrick bei der Anmeldung von Marken ist die fehlende Unterscheidungskraft. Das gewählte Zeichen muss dazu geeignet sein, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von anderen zu unterscheiden (vgl. Art. 1b MSchG). Als Faustregel sollten bei Wortmarken gattungsmässige Produktbezeichnungen (z.B. «Apfelsaft» für Fruchtsäfte) oder geläufige Begriffe (z.B. «Top», «Easy») vermieden werden und bei Bildmarken auf einfache geometrische Formen oder detaillierte Darstellungen von Erzeugnissen verzichtet werden. Kreative Wortschöpfungen ohne eigenständige Bedeutung wie «Netflix» sind dagegen leichter schutzbar.

Recherche nach bestehenden Marken

Markenämter prüfen nicht automatisch, ob eine neue Marke bestehende Rechte

verletzt. Eine sorgfältige Ähnlichkeitsrecherche ist daher essenziell. Dritte können gegen eine Markeneintragung vorgehen, wenn eine neue Marke einer bestehenden identisch oder ähnlich ist und für gleiche oder ähnliche Waren oder Dienstleistungen genutzt wird (vgl. Art. 3 MSchG). Erste Hinweise liefern Google oder KI-gestützte Suchmaschinen. Für tiefere Analysen kann auf Tools wie «TMview» (EUIPO) zurückgegriffen werden. Eine abschliessende Prüfung durch einen Experten ist jedenfalls ratsam.

Auswahl der richtigen Klassen

Bei der Anmeldung muss angegeben werden, für welche Waren oder Dienstleistungen die Marke genutzt wird. Die Einteilung erfolgt oft nach der sogenannten Nizza-Klassifikation mit 45 Klassen. Diese Entscheidung bestimmt den Schutzzumfang und kann später nicht erweitert werden. Zudem muss die Marke für die angemeldeten Waren und Dienstleistungen tatsächlich benutzt werden, da ansonsten die Rechte nach einer bestimmten Zeit nicht mehr gegen Dritte durchgesetzt werden oder verfallen können (vgl. Art. 12 ff MSchG).

Räumlicher Schutzzumfang

Marken gelten nur in den Ländern, in denen sie registriert sind (Territorialitätsprinzip). In Liechtenstein ist das Amt für Volkswirtschaft für die Anmeldung zuständig. Die Bearbeitung der Eintragung kann aktuell bis zu vier Monate in Anspruch nehmen. Für die EU ist eine Unionsmarke (EUIPO) möglich. Internationale Registrierungen erfolgen über die WIPO, erfordern aber zuerst eine nationale Anmeldung der Marke.

Dauer und Verlängerung

Der Markenschutz in Liechtenstein beginnt bei erfolgreicher Registrierung rückwirkend mit dem Anmeldetag und gilt für zehn Jahre. Danach kann er belie-

big oft um jeweils zehn Jahre verlängert werden (vgl. Art. 10 MSchG).

Kosten einer Markeneintragung

Die Anmeldegebühr beträgt für eine Marke in Liechtenstein für 3 Klassen CHF 400.– und für jede weitere Klasse CHF 50.–. Bei einer Unionsmarke beträgt die Grundgebühr EUR 850.– zzgl. EUR 50.– jeweils für die erste und zweite Klasse und EUR 150.– pro weitere Klassen (bei 3 Klassen daher EUR 1050.–). Die Kosten der Anmeldung für andere Regionen hängen vom jeweiligen Land ab. Zur Berechnung ist der WIPO «Madrid System Fee Calculator» nützlich. Hinzu kommen allfällige Anwaltskosten und Kosten einer Ähnlichkeitsrecherche.

Fazit

Eine erfolgreiche Markenstrategie beginnt mit einer fundierten Planung. Neben einer kreativen Namensfindung sind eine rechtliche Prüfung, eine gezielte Klassenauswahl und eine durchdachte geografische Strategie essenziell. Eine professionelle Beratung kann helfen, Risiken zu minimieren und den langfristigen Markenschutz zu sichern.



• Mag. iur. Vivianne Auer
Rechtsanwältin

OSPELT & PARTNER
RECHTSANWÄLTE AG / ATTORNEYS AT LAW LTD.

Ospelt & Partner Attorneys at Law Ltd.

Landstrasse 99, 9494 Schaan

T +423 236 19 19

vivianne.auer@ospelt-law.li

www.ospelt-law.li