

INTERVIEW

12

Vom 17. bis 21. Mai 2008 findet das 130. Jahrestreffen der International Trademark Association (INTA) in Berlin statt. Hier präsentieren sich auch zwölf Mitgliedsstaaten der EU auf einem Gemeinschaftsstand. So auch das Deutsche Patent- und Markenamt. **MARKENARTIKEL** sprach mit Dr. Jürgen Schade, Präsident des Deutschen Patent- und Markenamts, und Cornelia Rudloff-Schäffer, Leiterin der Hauptabteilung 3, Marken und Muster.

MARKENARTIKEL: Die Anmeldungen nationaler Marken stiegen im vergangenen Jahr insgesamt um 4,2 Prozent auf 83.673, gesunken ist dabei der Anteil der internationalen Marken um 6,1 Prozent auf 7.508. Was ist die Ursache dieser gegenläufigen Entwicklung?

CORNELIA RUDLOFF-SCHÄFFER: Dafür gibt es verschiedene, aber durchaus plausible Erklärungen. Seit einigen Jahren geht die Anzahl der Schutzanträge aus dem Ausland zurück. Unseres Erachtens ist die Möglichkeit der Eintragung einer Gemeinschaftsmarke beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) in Alicante seit dem Jahre 1996 einer der Auslöser. Eine Eintragung dort führt zu einem Schutz der Marke in der gesamten Europäischen Union und damit auch für Deutschland. Ein weiterer Grund dürfte der Beitritt der EU zum Protokoll zum Madrider Markenabkommen im Jahr 2004 sein. Dies ist ein internationales völkerrechtliches Übereinkommen und über eine internationale Registrierung

bei der WIPO in Genf (World Intellectual Property Organization oder Weltorganisation für geistiges Eigentum) erlangt der Antragsteller mittelbar durch die Benennung der EU auch Schutz in Deutschland. So ist allein in 2007 in Genf die Zahl der Anträge um 37,9 Prozent gestiegen. Dies führte natürlich auf nationaler Ebene, nicht nur in Deutschland, zu rückläufigen Schutzanstörungen von internationalen Marken.

MARKENARTIKEL: Wenn es so relativ einfach ist, seine Marke international schützen zu lassen, worin liegen denn noch die Vorteile eines nationalen Schutzes?

RUDLOFF-SCHÄFFER: Für den nationalen Schutz benötigen Sie keinen Anwalt, der den Antrag in Englisch oder Französisch ausfertigen muss, wie bei einer internationalen Registrierung. Ihr Amt sitzt in Deutschland, die Anmeldung in der Muttersprache kostet lediglich 300 Euro Gebühr und der Schutz erfolgt relativ schnell.

Dr. Jürgen Schade ist seit dem 1. August 2001 Präsident des Deutschen Patent- und Markenamts, für das er bereits zwischen 1977 und 1986 tätig war. Danach wechselte Schade zum Bundespatentgericht und war von 1994 bis 1998 Mitglied des Bayerischen Landtages. 1999 kehrte er als Richter zum Bundespatentgericht zurück und war zuletzt Vorsitzender Richter. Von 1981 bis 1982 wurde Schade zur Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) abgeordnet.



Cornelia Rudloff-Schäffer arbeitet seit 2001 für das Deutsche Patent- und Markenamt. Zunächst als Leiterin der Rechtsabteilung und seit September 2006 als Leiterin der Hauptabteilung 3 (Marken und Muster) in München und Jena. Frau Rudloff-Schäffer kam vom Bundesministerium der Justiz, für das sie bereits seit 1991 tätig war, zuletzt als Referatsleiterin »Markenrecht, Recht gegen den unlauteren Wettbewerb«

Fotos: setPhoto München

Deutsches Patent- und Markenamt



13

GM-ANMELDUNGEN: DIE 10 HÄUFIGSTEN URSPRUNGLÄNDER

Land	2006	%	2007	%
Deutschland	13.500	17	15.300	17
USA	12.700	16	14.000	16
Vereinigtes Königreich	8.400	11	9.300	10
Spanien	6.300	8	7.300	8
Italien	6.200	8	7.100	8
Frankreich	5.300	7	6.000	7
Niederlande	2.800	4	3.200	4
Schweiz	2.300	3	2.600	3
Österreich	1.800	2	2.000	2
Japan	1.700	2	1.800	2

Quelle: HABM Jahresbericht 2007

MARKENARTIKEL: Was heißt »relativ schnell«?

RUDLOFF-SCHÄFFER: Im günstigsten Fall kann dies innerhalb von zwei Stunden passieren. Vorausgesetzt natürlich alle Angaben stimmen. Aber diese kurze Frist ist die Ausnahme. Normalerweise vergehen vom Eingang der Anmeldung bis zur Prüfung zwei bis drei Monate, wenn alles stimmt.

MARKENARTIKEL: Was kann zu Verzögerungen führen?

RUDLOFF-SCHÄFFER: Zu Verzögerungen führen häufig Rückfragen unserer Prüferinnen und Prüfer zur Klärung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses oder die Abbildung der Marke, die nicht gut reproduzierbar ist. Dann können auch mal sechs bis sieben Monate bis zur Eintragung verstreichen.

DR. JÜRGEN SCHADE: Es gibt auch noch einen weiteren Grund, warum die nationale Markenmeldung nicht an Attraktivität verloren hat. Natürlich kann man sagen, melde ich in Alicante an, nehme ich 27 Länder in einem Streich. Dies ist insgesamt günstiger, als wenn ich die Marke in jedem Land einzeln anmelde. Aber damit steigt auch die Wahrscheinlichkeit des Widerspruchs aus älteren Rechten, also auf Grund von bestehenden Marken aus irgendeinem EU-Mitgliedsstaat. Beschränke ich mich jedoch auf ein bestimmtes Territorium wie Deutschland, sind auch nur die dort geschützten älteren Rechte relevant.

MARKENARTIKEL: Wie sieht dies im Patentbereich aus?

SCHADE: Dort stellt sich die Situation völlig anders dar. Hier gilt der weltweite Stand der Technik. Territorialität spielt für die Frage nach dem Stand der Technik keine Rolle, es gibt sie schlichtweg nicht.

MARKENARTIKEL: Zwischen 2000 und 2003 ging die Zahl der angemeldeten Patente von gut 62.500 auf 59.000 zurück und lag im vergangenen Jahr bei knapp 61.000. Spiegeln diese Zahlen auch die schlechte Stimmung damals im Lande wider oder war Deutschland einfach forschungsmüde?

SCHADE: Auf den ersten Blick drängt sich dieser Eindruck auf. Geht man jedoch ein bisschen weiter in die Vergangenheit zurück, stellt sich die Entwicklung ganz anders dar. Als das europäische Patentsystem Ende der 70er Jahre in Kraft trat, hatten wir im Jahr rund 60.000 Anmeldungen – jeweils 30.000 aus dem Ausland und dem Inland. Mit der Installierung des Europäischen Patentamtes sank die Zahl aller Anmeldungen in Deutschland auf circa 40.000. 30.000 kamen aus dem Inland und nur noch 10.000 aus dem Ausland, die anderen 20.000 wanderten in die neue Behörde. 1999/2000 stieg die Zahl der inländischen Anmeldungen steil an, auf rund 50.000; die Zahl der ausländischen blieb mit 10.000 konstant. Seit dem Millennium liegt die Zahl der Patentanmeldungen beim Deutschen Patent- und Markenamt stabil um die 60.000 mit kleinen Schwankungen, aus denen man jedoch keine Aussagen ableiten sollte.

MARKENARTIKEL: Worauf führen Sie den starken Anstieg der inländischen Anmeldungen zurück?

SCHADE: Sie sind nicht alle Folge von stärkeren Investitionen in Forschung und Entwicklung, sondern die Unternehmen versuchen durch Zweit- und Drittnutzen ganze Portfolios aus Wettbewerbs- und Lizenzgründen auf dem Weltmarkt zu schützen. Diese These wird durch Gutachten der Fraunhofer Gesellschaft



Die MARKENARTIKEL-Redakteure Ralf Wegner (links) und Peter Strahlendorf sowie Dr. Jürgen Schade und Cornelia Rudloff-Schäffer im Gespräch

wie auch dem Wissenschaftlichen Beirat beim Wirtschaftsministerium gestützt.

MARKENARTIKEL: Ist vor diesem Hintergrund die Zahl der angemeldeten Patente denn wirklich noch mit der Aussage »Innovationsweltmeister« gleichzusetzen?

SCHADE: Grundsätzlich schon, nur die standortgerechte Proportionalität ist wahrscheinlich überzogen. Das heißt, meldet jemand 100 Patente jährlich an, ist er nicht automatisch innovativer als derjenige, der nur 80 anmeldet. Hier lohnen sich immer die Einzelbetrachtung und der Blick auf die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung, sowohl bei der Finanzausstattung wie auch beim Personal. Dies erfolgt in der Wissenschaftsstatistik. Legen sie diese nun auf die Patentstatistik, erhalten sie eine relativ gute Aussage zur Innovationsstärke.

MARKENARTIKEL: Das heißt, man kann diese Statistik künstlich aufblähen?

SCHADE: Das wird zunehmend praktiziert durch so genannte Patentdickichte, die um eine Erfindung herum gebildet werden. Damit will man Wettbewerbern den Zugang zur Erfindung erschweren oder unmöglich machen. Es handelt sich hier also um eine Marktstrategie und keine Erfindungsstrategie.

MARKENARTIKEL: Inwieweit ist der Innovationsstandort Deutschland davon betroffen?

SCHADE: Im Grunde wage ich zu behaupten, dass wir in Deutschland, wie auch in der gesamten EU, nicht von einer aufgeblähten Statistik sprechen können. Ganz anders stellt sich dies jedoch beispielsweise in Japan oder den USA dar. Diese Länder weisen bei den Patentanmeldungen Steigerungsraten auf, die weder durch Forschungs- noch durch Entwicklungsstandards unterlegt sind. Wir müssen jetzt darauf achten, dass dieser Trend nicht zu uns herüberschwappt und wir uns somit Trivialschutzrechte in den europäischen Raum holen. Sowohl das Europäische Patentamt als auch wir achten mittels eines hohen Qualitätsstandards in der Prüfung darauf, dass solche Geschichten

durch das Gitter fallen und keine Schutzrechte erhalten. Auch wenn diese beispielsweise in den USA erteilt wurden.

MARKENARTIKEL: Es wird immer gesagt, die Marke sei ein Innovationsbeschleuniger. Schlägt sich dieser Anspruch auch bei den Patentanmeldungen nieder?

RUDLOFF-SCHÄFFER: Im Detail haben wir dies noch gar nicht untersucht. Betrachtet man jedoch die größten Markenmelder, auch international, finden sich dort Namen der aktivsten Patentanmelder wie Volkswagen, Bosch, Siemens oder andere Konzerne immer in der Spitzengruppe. Andererseits sollte man nicht übersehen, dass wir in Deutschland sehr viele mittelständische Unternehmen mit doch überschaubaren Markenportfolios haben.

SCHADE: Bei den Markenmeldungen finden wir sehr viele kleine und mittelständische Unternehmen, die proportional wesentlich stärker sind als im Patentbereich. Dieser wird dominiert von den Großunternehmen, die entsprechend große Mittel in Forschung und Entwicklung investieren können. Die Marke dagegen ist ein Spiegelbild der Konjunktur, deren Anmeldungen prozyklisch erfolgen.

RUDLOFF-SCHÄFFER: Dies war in den vergangenen zwei Jahren sehr deutlich erkennbar, da ihre Zahl, analog der guten Konjunktorentwicklung, spürbar anstieg. Derzeit erleben wir einen leichten Rückgang, aber von einer Tendenz mag ich noch nicht sprechen.

SCHADE: Die Zahl der Patentanmeldungen entwickelt sich dagegen unabhängig von dem Konjunkturzyklus. Denn die Entwicklungen in den Labors benötigen nun einmal mehr Zeit, als dies für die Anmeldung einer Marke nötig ist. Diese kann man zur Not sogar über Nacht kreieren.

MARKENARTIKEL: In den vergangenen Jahren ist die Zahl der »angegriffenen Marken« kontinuierlich zurückgegangen. Hat sich dieser Trend in 2007 verstetigt und wo liegen die Ursachen?

RUDLOFF-SCHÄFFER: Die Qualität der Anmeldungen hat



Dr. Jürgen Schade: »Man sollte nie vergessen, ein Prozess der bei uns 1877 einsetzte, konnte in China erst in der Mitte der 80er Jahre initiiert werden.«

sich spürbar verbessert. Die meisten Markenmelder recherchieren vor der Anmeldung in den Datenbanken, die über das Internet zugänglich sind und gestalten ihre Marken entsprechend. Sie wollen von vornherein vermeiden, dass Inhaber älterer Marken Widerspruch einlegen, weil man ähnliche oder sogar identische Marken registriert hat. Im vergangenen Jahr stieg die Zahl der »angegriffenen Marken« leicht an. Dies führen wir aber auf die steigende Zahl von Markenmeldungen insgesamt zurück, die fast zwangsläufig zur mehr Widersprüchen führen.

MARKENARTIKEL: In den vergangenen Jahren standen insbesondere Marken wie »Flocke«, »Knut« oder »Fußball-WM« im öffentlichen Interesse. Inwieweit kann man von einem Trend zu diesen Sonderfällen sprechen?

RUDLOFF-SCHÄFFER: Derartige Anmeldungen machen nur einen Bruchteil aller aus und werden durch das Medienereignis, welches im Vordergrund steht, hervorgerufen. Dabei sollte man im Blick haben, dass jeder auch ohne Geschäftsbetrieb eine Marke anmelden kann und mediale Tagesereignisse fördern dies natürlich. Selbstverständlich werden diese Anmeldungen genauso geprüft wie jede andere. Beispiel »Flocke«. Eine Eintragung ist dann problematisch, wenn mit der Anmeldung Schutz für Nahrungsmittel, das in Flockenform vertrieben werden kann oder für Polsterfüllmittel beansprucht würde. Denn Polsterfüllmittel werden eben häufig auch in Flockenform angeboten. Bei derart beschreibenden Angaben schauen wir sehr genau hin. Gerade in diesem Zusammenhang haben wir festgestellt, dass zwar viele Marken angemeldet werden; können die Anmelder diese nicht sofort wirtschaftlich verwerten, zahlen sie die Anmeldegebühr nicht oder ziehen die Anmeldung zurück.

MARKENARTIKEL: Das Finanzamt darf bei einer Steuerklärung nicht helfen beziehungsweise beraten. Welche Möglichkeiten stehen Ihnen offen, Anmeldern beratend unter die Arme zu greifen?

SCHADE: Wir bieten eine große Auswahl an Informationmöglichkeiten sowohl im Patent- als auch im Mar-

kenbereich. So erfährt man, was zu beachten ist, wenn man eine Marke oder ein Patent anmeldet. Bei den Auskunftstellen in München, Jena und Berlin erhalten sie persönlich, aber auch telefonisch oder per E-Mail Informationen, Außerdem steht jedem die Möglichkeit offen, sowohl in München als auch in Berlin direkt zu recherchieren. Dort liegt den Interessierten das gleiche Material vor. Über das auch die Prüfer verfügen. Darüber hinaus gibt es über 20 Patentinformationszentren über ganz Deutschland verteilt, in denen eine intensivere Beratung vor Ort gerade für Einzelerfinder oder Einzelanmelder, aber auch für kleine und mittelständische Unternehmen möglich ist. Diese Patentinformationszentren unterstehen den Ländern und sind entweder den Universitäten, den Landesgewerbeanstalten oder den IHKs angeschlossen. Aber eine Einzelfallberatung, gerade in rechtlicher Hinsicht, können und dürfen wir nicht machen.

RUDLOFF-SCHÄFFER: Darüber hinaus stehen Datenbanken für Markenrecherchen sowohl national wie auch international auf EU-Ebene für jeden offen. Gerade im Patentbereich kann man unmittelbar den Stand der Technik recherchieren.

MARKENARTIKEL: Inwieweit ist die Patentanmeldung auf europäischer Ebene bereits harmonisiert, analog den Markenmeldungen? Wo besteht noch Handlungsbedarf?

SCHADE: Leider gibt es im Patentbereich noch keine Patentrichtlinie der Kommission oder der Europäischen Union. De Jure hat im Patentbereich deshalb noch keine Harmonisierung stattgefunden.

Aber durch internationale Abkommen, wie zum Beispiel das Straßburger Abkommen, mit dem die international einheitliche Klassifizierung von Patentdokumenten geregelt wird, ist bereits einiges bewegt worden. Auch in Teilbereichen wie der Biotechnologie wird die Harmonisierung durch EU-Richtlinien gefördert, weil diese in die nationale Gesetzgebung eingefügt werden müssen.

Anders stellt sich die Situation bei den materiell-rechtlichen Vorschriften dar. Bei einem Vergleich des



Cornelia Rudloff-Schäffer: »Die Qualität der Markenmeldungen hat sich spürbar verbessert«

deutschen Patentgesetzes mit dem europäischen Patentübereinkommen stellt man fest, dass vielfach Formulierungen identisch sind.

MARKENARTIKEL: In welchen Bereichen gibt es noch Unterschiede?

SCHADE: Beispielsweise bei der Auswählerfindung. Die ist bei dem europäischen Patentamt möglich, bei uns jedoch nicht. Das heißt, ein Anmelder kann bei uns eine Erfindung bezogen auf ein Spektrum von eins bis hundert einer technischen Größe offenbaren. Diese gilt dann nicht mehr als neu, sollte jemand anderes damit kommen. Auf europäischer Ebene kann er sich jedoch die Nummer 51 dieser technischen Bandbreite gezielt schützen lassen, obwohl sie eigentlich bei uns abgedeckt ist.

Auch im Markenbereich muss ich einräumen, dass selbst bei der Rechtsprechung der einzelnen Markenenate Unterschiede auftreten. Eine komplette Harmonisierung ist deshalb nicht zu realisieren, sondern nur eine weitgehende Annäherung.

MARKENARTIKEL: In ihrem Vorwort zum Jahresbericht 2006 weisen Sie auf das 25-jährige Jubiläum der deutsch-chinesischen Zusammenarbeit hin, insbesondere auf dem Gebiet des Geistigen Eigentums. Aber gerade China steht bei Produkt- und Markenfälschungen weit an erster Stelle. Wie sieht diese Zusammenarbeit aus und welche Entwicklungen, gerade auch im Blick auf die Sensibilität dieses Themas, können Sie verzeichnen?

SCHADE: Bei der Bewertung dieses Themas darf man nie die Ausgangslage vergessen. Als China sich 1980 öffnete gab es dort weder ein Patentgesetz noch einen Schutz von Erfindungen. In einem derart großen Land sind Einzelfallregelungen nicht möglich, also versuchte die chinesische Regierung, Standards einzuführen. Bei ihrer Suche sind sie auf uns aufmerksam geworden und waren an einer Zusammenarbeit interessiert. Bereits seit 1981 »exportieren« wir somit unsere Standards sowohl in rechtlicher als auch

in umsetzungstechnischer Sicht nach China. Dies ist auch für unsere Industrie von Vorteil, denn wer die Standards setzt, ist nun einmal im Vorteil. Mit dem Beitritt der Volksrepublik in die Welthandelsorganisation 2001 wurde China Teil der Weltgemeinschaft im Handel. Dies führte zur einer wahren Explosion von Patentanmeldungen in China. Dank unserer Unterstützung funktioniert das Patentamt dort sehr gut, aber nun kommt es auf die Durchsetzung an. Und daran hapert es wirklich noch.

MARKENARTIKEL: Wie sieht Ihr Beitrag aus, den Chinesen auch auf diesem Feld Know-how zu liefern?

SCHADE: Zuerst einmal bauten sie mit unserer Unterstützung ein doppelgleisiges Rechtssystem auf, das auf der Administration und einem Gerichtssystem fußt. Derzeit trainieren wir im wahrsten Sinne des Wortes die Richter als auch den Nachwuchs an den Universitäten. Wir können heute feststellen, dass die Standards wirklich greifen. Man sollte nie vergessen, ein Prozess, der bei uns 1877 einsetzte, konnte in China erst in der Mitte der 80er Jahre initiiert werden. Die chinesische Seite hat enorme Anstrengungen unternommen, um in dieser Frage aufzuschließen.

MARKENARTIKEL: Das Ärgernis der Marken- und Produktkriminalität blüht aber nach wie vor.

SCHADE: Noch, muss ich erwidern. Mit der Entwicklung Chinas wird auch der Anspruch, hochwertigere Waren zu produzieren wachsen und damit die Piraterie zwangsläufig abnehmen. Das ist im Interesse der chinesischen Seite, denn die Regierung möchte doch auch die eigenen Unternehmen vor dieser Art der Kriminalität und dem Raub geistigen Eigentums schützen. Aber die eigentliche Herausforderung kommt auf uns zu: Denn wenn dieses Land in absehbarer Zeit hochwertige Waren mit eigenen Ressourcen entwickelt, mit eigenen Ingenieuren, müssen wir aufpassen, dass wir mit unseren Ausgaben für Forschung und Entwicklung nicht ins Hintertreffen geraten.

Interview: Peter Strahlendorf, Ralf Wegner