

PRESSEMITTEILUNG

Verbandskommunikation
presse@markenverband.de

Markenverband zur aktuellen IPR-Strategie der EU-Kommission

EU-Strategie verleiht Markenschutz das notwendige Gewicht

Berlin, 25. Mai 2011. Die EU-Kommission hat gestern ihre kurz- und mittelfristig angelegte Strategie zu geistigem Eigentum (Intellectual Property Rights - IPR) vorgestellt. Dabei sieht die EU-Kommission den Schutz geistigen Eigentums zu Recht als essentiell für die Europäische Wirtschaft an. Zusätzlich möchte die Kommission eine Balance herstellen zwischen dem Schutz des geistigen Eigentums und einem so gutem Zugang zu geistigem Eigentum, dass daraus Innovationen und Geschäftsideen entstehen können. Unter anderem soll europäisches Markenrecht modernisiert, Durchsetzungsrechte gestärkt, geografische Angaben geklärt und die Befugnisse von Behörden geordnet werden.

„Der Markenverband unterstützt die Stoßrichtung der europäischen IPR-Strategie, verleiht sie doch dem Schutz und der Förderung von Marke das notwendige Gewicht“, sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer Markenverband e.V. Er ergänzt: „Die Ernsthaftigkeit, mit der die EU-Kommission die Strategie verfolgt, ist daran zu messen, ob in anderen Bereichen weiterhin die existenzielle Beschädigung von Marke in Kauf genommen wird. Von der Kommission diskutierte Regulierungsoptionen, wie das Verbot jeglicher Markenkennzeichen, sind vor diesem Hintergrund sofort einzustellen.“

Hinweis an die Redaktionen:

Anlässlich der Veranstaltung „Tag des geistigen Eigentums – Geistiges Eigentum im Spannungsfeld von Digitalisierung und Globalisierung“ am 31. Mai 2011 erläutern hochrangige Referenten viele Themen der EU-Strategie. Gemeinsame Veranstalter sind der BDI, DIHK, Markenverband und APM. Weitere Informationen hierzu finden Sie unter:

<http://www.markenverband.de/veranstaltungen/veranstaltungen-2011/tag-des-geistigen-eigentums>

Ansprechpartner:

Dr. Alexander Dröge, Leiter Recht / Verbraucherpolitik

Tel.: 030/20 61 68 50

a.droege@markenverband.de

Der 1903 in Berlin gegründete Verband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Mrd. Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Mrd. Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen u. a. aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Mode und Textil, pharmazeutische Produkte sowie Telekommunikation. Zu den Mitgliedern zählen Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Volkswagen und viele andere renommierte Firmen.