

Praxismarken mit Köpfchen anmelden

| Claudia Göpfert

Viele Zahnarztpraxen wählen mittlerweile einen außergewöhnlichen Namen für ihre Praxis. Meist wird viel Geld und Zeit in die Entwicklung eines Praxisnamens und des dazugehörigen Logos gesteckt, das sich regelmäßig auch auf der Internetseite und auf dem Briefpapier wiederfindet. Schließlich soll es auch die richtigen Patienten ansprechen und binden. Und die Patienten sollen die Praxis anhand des Namens erkennen und identifizieren. Daher möchte man natürlich den Namen allein verwenden. Kein anderer Zahnarzt soll die gleiche oder eine ähnliche Bezeichnung verwenden dürfen, damit die Patienten die Praxis nicht mit einer anderen verwechseln.

Der richtige Weg, um diesen Schutz zu gewährleisten, ist der Markenschutz. Marken sind dazu da, die unter ihr angebotenen zahnärztlichen Leistungen von denen anderer Praxen zu unterscheiden. Daneben werden sie auch als Qualitätshinweis für die Patienten fungieren – Patienten werden sich darauf verlassen, dass die unter der Marke angebotenen Leistungen ihren Qualitätserwartungen gerecht werden. Viele Praxen beantragen daher für ihren Praxisnamen die Eintragung im Markenregister. Die Eintragung einer Marke gewährt ihrem Inhaber das ausschließliche Recht, die Marke zu benutzen und alle anderen von der Verwendung auszuschließen. Damit eine Marke diesen Erwartungen gerecht wird und am Ende ein wirksamer Schutz steht, muss sorgfältig abgewägt werden, wie eine Marke angemeldet wird. Einer der wichtigsten Punkte dabei ist die Frage, was als Marke zur Anmeldung gebracht werden soll.

So banal die Frage klingt, so schwierig ist sie zu beantworten – nicht umsonst lassen beispielsweise Pharma-



unternehmen ihren Namen regelmäßig nicht nur als Wort schützen, sondern auch in den grafischen Ausgestaltungen, in denen sie ihn verwenden.

Es gibt verschiedene Markenformen. Grundsätzlich kann man sowohl für ein Wort als solches als auch für ein Wort in grafischer Ausgestaltung, für eine Kombination aus Wort- und Bildbestandteilen oder für ein Bild ohne

Schriftzug die Eintragung als Marke beantragen. Damit kann ein Logo aus vielen Bestandteilen bestehen – zum Beispiel aus dem Praxisnamen in grafischer Ausgestaltung, einem Bild und im besten Fall noch einem Slogan. Viele Praxen begehen hier den Fehler und melden das entwickelte Logo, so wie es vom Grafiker kommt, zur Eintragung als Marke an.

Diese Anmeldung ist deutlich preisgünstiger als die Anmeldung von mehreren eigenständigen Marken, zum Beispiel des Praxisnamens als solchem, des Praxisnamens in grafischer Ausgestaltung, des zusätzlichen Bildbestandteils und des Slogans. Folglich gibt es in den Markenregistern zahlrei-

che Kombinationsmarken. Dieser vermeintliche Kostenvorteil kann sich jedoch schnell negativ auswirken. Einerseits wird man durch eine solche Anmeldung auf genau diese grafische Gestaltung festgelegt.

Was aber passiert, wenn man das Logo irgendwann nicht mehr modern genug findet? Wenn der alte Slogan nicht mehr gefällt? Wenn man dann einfach ein überarbeitetes Logo benutzt und dadurch der kennzeichnende Charak-

ter verändert wird, verliert man den Schutz aus der alten Marke. Diese kann sogar gelöscht werden.

Fängt dann ein anderer Zahnarzt an, eine ähnliche Marke zu benutzen, können Sie möglicherweise nicht mehr gegen ihn vorgehen.

Und selbst, wenn Sie dann auch für die neue Benutzungsform wieder die Eintragung als Marke beantragen, können Sie nur dann Ansprüche geltend machen, wenn diese angemeldet wurde, bevor der andere Zahnarzt mit der Benutzung begonnen hat.

Außerdem gibt es im Streitfall regelmäßig auch Probleme, wenn eine Ähnlichkeit nur mit einem Teil der Marke besteht, beispielsweise mit dem Wortbestandteil.

Hier stellt sich zum einen die Frage, ob die Marken auch in ihrer Gesamtheit, das heißt unter Berücksichtigung der anderen Bestandteile, noch ähnlich sind. Dies ist Voraussetzung für die Ansprüche aus dem Markengesetz. Die Frage wird ein Richter aber nach seiner subjektiven Einschätzung beantworten.

Zum anderen wird in Verfahren häufig die Frage aufgeworfen, ob der übernommene Wortbestandteil überhaupt Schutz genießt. Bei kombinierten Marken prüft das für die Eintragung zuständige Markenamt nämlich nur, ob sie insgesamt schutzfähig sind. Es ist aber denkbar, dass der Wortbestandteil nur aus Begriffen besteht, die auf

die erbrachten Leistungen hinweisen und damit beschreibende Anklänge haben, wie beispielsweise „Zahnvital“ oder „dentalcare4you“ und das Amt die Eintragung nur wegen des zusätzlichen Bildbestandteils bewilligt hat. Daher darf sich der Richter nicht darauf verlassen, dass jeder einzelne Bestandteil schutzfähig ist, sondern muss dies gesondert prüfen, während er bei einer angemeldeten Wortmarke davon hätte ausgehen müssen, dass der Schutz auch für das Wort besteht. Kommt er aber zu dem Schluss, dass der Wortbestandteil an sich keinen Schutz genießt, bestehen auch keine Ansprüche. Hierdurch entstehen für den Markeninhaber Rechtsunsicherheit und ein hohes Prozessrisiko.

Fazit

Gerade im Hinblick auf spätere Streitfälle können bereits im Anmeldeverfahren die Weichen richtig gestellt werden, um später den Bestand der Marke und die Durchsetzung der Rechte zu sichern. Fehler in diesem Zeitpunkt können später nur noch selten geheilt werden.

Damit keine unnötigen Kosten produziert werden, empfiehlt sich vorab eine Prüfung, inwieweit die Aufspaltung in Einzelanmeldungen sinnvoll ist. Dabei sollte berücksichtigt werden, wie und in welchem Umfang die Marke konkret benutzt werden soll und ob die einzelnen Bestandteile ebenfalls schutzfähig sind. Während es sich in dem einen Fall

anbieten kann, jeden Bestandteil einzeln zu schützen, kann es im anderen Fall genügen, den Praxisnamen als solchen und zusätzlich noch einmal das komplette Logo zu schützen. Ein Patentrezept gibt es hierfür leider nicht. Fest steht nur, dass die Anmeldung eines aus vielen Bestandteilen bestehenden Logos in den seltensten Fällen die Erwartungen des Markeninhabers erfüllen kann.



Claudia Göpfert
Infos zur Autorin

kontakt.

Claudia Göpfert

Rechtsanwältin
Fachanwältin für
gewerblichen Rechtsschutz
Fachanwältin für
Urheber- und Medienrecht

Lyck & Pätzold Medizinanwälte

Nehringstraße 2, 61352 Bad Homburg
Tel.: 06172 139960
kanzlei@medizinanwaelte.de
www.medizinanwaelte.de

ANZEIGE

Behandlungen in Altersheimen

oder Hausbesuche sind

für mich ein Leichtes!



Die Leichtigkeit des Smart-Port:

Transportieren mit Leichtigkeit:

Die gesamte Einheit in einem Koffer von nur 11 kg.

In Betrieb nehmen mit Leichtigkeit:

Stromstecker einstecken genügt.

Behandeln mit Leichtigkeit:

Behandeln mit voller Leistung wie in der Praxis.



BPR Swiss GmbH
Dental Mobility
Weberstrasse 16
CH-3672 Oberdiessbach
Switzerland

Internet: www.bpr-swiss.com
Telephone: +41 (0) 31 506 06 06
Telefax: +41 (0) 31 506 06 00
E-Mail: Info@bpr-swiss.com