

Besprechung / Compte rendu

Der Rechtsschutz des Logos im Immaterialgüterrecht

RONNY BANCHIK

Schriften zum Medien- und Immaterialgüterrecht, Heft 93

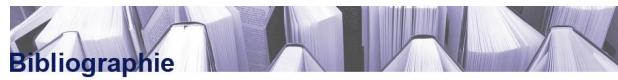
Stämpfli Verlag AG, Bern 2011, 224 Seiten, CHF 78.–, EUR 62.60,

ISBN 978-3-7272-1892-7

Mit seiner Dissertation liefert RONNY BANCHIK erstmals eine gesonderte Darstellung des rechtlichen Schutzes von Logos. In einem ersten Teil zum gesellschaftlichen Phänomen «Logo» führt er den Leser nach einer Definition des Begriffs und der Abgrenzung gegenüber anderen Zeichen hin zur Bedeutung und den verschiedenen Funktionen des Logos im Bereich der Corporate Identity, nämlich Abgrenzungs-, Imagebildungs-, Kommunikations-, Werbe- sowie Vertrauens- und Bindungsfunktion. Der Autor nimmt dabei Bezug auf die breite Literatur in den Bereichen Wirtschaftswissenschaften und Grafikdesign, die sich mit dem Thema Logo und Corporate Identity befasst, und illustriert die Thematik mit exemplarischen Aussagen und Beispielen aus der Praxis.

Im zweiten Teil der Arbeit stellt BANCHIK systematisch die Schutzfähigkeit von Logos wie auch die Schutzrechtsinhaber und den Schutzrechtsinhalt bezüglich Urheberrecht, Designrecht und Markenrecht dar. Nach BANCHIK sind Logos zwar prinzipiell dem Schutz durch das Urheber- und Designrecht zugänglich, doch sei ein solcher Schutz in der Rechtspraxis verhältnismässig selten der Fall, so dass diesen beiden Schutztiteln im Gegensatz zum Markenrecht keine zentrale Bedeutung im Schutzkonzept für Logos zukomme. Zur klaren Zuordnung der Rechte an einem Logo empfiehlt der Autor aufgrund der rechtlichen Ausgangssituation insbesondere im Urheberrecht eine eingehende, konzise vertragliche Regelung. Mit einer kurzen Diskussion von Konfliktkonstellationen zwischen den verschiedenen Schutzrechten und einer Zusammenfassung schliesst die Arbeit.

Vermissten wird der Immaterialgüterrechtler eine vertiefte Auseinandersetzung mit der neueren schweizerischen Literatur hinsichtlich umstrittener Fragen, und der Praktiker hätte sich auch eine umfassendere Darstellung der aktuellen schweizerischen Rechtsprechung gewünscht, insbesondere im Bereich der absoluten Ausschlussgründe im Markenrecht. In einigen Fällen lässt sich die öfters zur Illustration hinzugezogene Rechtsprechung aus dem EU-Raum auch nicht direkt auf die schweizerischen Verhältnisse übertragen, etwa wenn der Autor bei den Gründen für die Markenhinterlegung von Logos den Fall der deutschen Tageszeitung «taz» anführt. Die taz hatte es unterlassen, ihr Tatzen-Logo markenrechtlich zu hinterlegen, und sah sich nach jahrelangem Gebrauch aufgrund der Markenhinterlegung des Logos durch den Outdoor-Ausrüster Jack Wolfskin mit einem gerichtlichen Verbot der weiteren Verwendung des Logos auf bestimmten Produkten konfrontiert (S. 152). In der Schweiz müsste der Sachverhalt unter dem Aspekt des Weiterbenutzungsrechts von Art. 14 MSchG analysiert werden, was der Autor aber nicht thematisiert. Weiter dürften auch einige vom Autor geäusserte Meinungen kaum ungeteilte Zustimmung erfahren. Zum Beispiel bringt BANCHIK vor, die «Fälschung von Logos» könne «gerade für berühmte Designer auch positive Effekte haben» und der Gewinn des Designers könne steigen, «wenn die Logos an den «richtigen» Leuten gesehen werden, sodass ein Ladendiebstahl durch diese, so paradox es erscheint, unter Umständen auch positive Effekte haben» könne (S. 147). Einmal hat Ladendiebstahl nichts mit Markenpiraterie zu tun, und des Weiteren ist der Diebstahl eines Markenkleidungsstücks sicherlich nicht ursächlich für eine Gewinnsteigerung des Markeninhabers, selbst wenn der Dieb oder die Diebin in die Zielgruppe des Markeninhabers fällt und durch das Tragen des gestohlenen Kleidungsstückes die Reputation der Marke fördern sollte.



Wer im Bereich des Immaterialgüterrechts tätig ist, wird die Arbeit von BANCIK aber sicherlich als übersichtliche, aktuelle Darstellung der verschiedenen auf das Logo anwendbaren Schutzrechte hinzuziehen.

Michael A. Meer, Dr. iur., Fürsprecher, Muri b. Bern