

und desselben Verlages vor sich zu haben. Die Idee oder der dargestellte Gegenstand ist demnach nicht allein entscheidend, sondern vielfach in weit stärkerem Maße die Form der Darstellung. Vielfach ist die Sache nun allerdings so, daß der Buchhändler, der nach vielen Mühen endlich ein Zeichen gefunden zu haben glaubte, das sprechend ist und seinen Verlag würdig repräsentiert, der sich auch betreffs der Schutzfähigkeit seiner Marke ziemlich sicher war, zu seiner Überraschung erfährt, daß auf Grund berechtigten Einspruchs diese Marke nicht geführt werden darf. Nicht selten beginnt dann die langwierige Arbeit von neuem, ein anderer Künstler wird beauftragt, und neue Kosten erwachsen hieraus. Ein Spezial- oder Fach-Verlag vermag noch am leichtesten zu einer guten, originellen und schutzfähigen Marke zu gelangen, jedenfalls viel leichter als ein allgemeiner Verlag oder ein Sortimentler, der in den weitaus meisten Fällen mit dem Vertrieb von Werken aller Gebiete und Richtungen sich befaßt. Bei letzterem sind die Embleme oder beruflichen Anspielungen bald erschöpft, anders jedoch bei einem Sonder- oder Fachverlag. Wer als Sondergebiet die Technik, Naturwissenschaft, Medizin, Baukunst, Forstwissenschaft, das Kunstgewerbe, den Bergbau oder anderes bearbeitet, für den bieten sich zahlreiche Möglichkeiten nach dieser Richtung, und ein leistungsfähiger Künstler wird die ihm gestellte Aufgabe oft überraschend gut und originell lösen. Da das Musterchutzamt bei Schutzverleihungen sehr streng vorgeht, so können naheliegenderweise leicht Einwände durch dasselbe wegen Ähnlichkeit zweier Marken erfolgen. Es können darum einem Verlag, der sich eine Marke gestalten ließ und eine Reihe von Büchern mit diesem Zeichen bereits schmückte, der vielleicht auch sämtliche Geschäftsdrucksachen damit ausstatten ließ, empfindliche Nachteile erwachsen, wenn von anderer Seite die Führung der Marke untersagt wird, und wenn Ähnlichkeit tatsächlich besteht. So ist beim Gebrauch einer Fadel, Fanne, Lyra, Harfe u. a. Vorsicht geboten, weil schon zahlreiche Marken mit diesen Insignien bestehen. Auch Ritter, Löwen, Fische, Adler, Eulen, Schiffe, Wagen u. a. sind vorhanden. Man darf nicht unberücksichtigt lassen, daß manche Firma ein bestimmtes Motiv für eine weitere Verwendung geradezu sperrte, indem sie alle möglichen Varianten derselben Idee samt und sonders schützen ließ. Derartige Marken, deren Gebrauch weder für jetzt noch für später ins Auge gefaßt wird, nennt man »Defensivzeichen«.

Man läßt sich also deshalb »Defensivzeichen« schützen, um vor Nachahmungen seiner Marke einigermaßen geschützt zu sein. So entsinne ich mich eines Falles, wo eine Firma mich ersuchte, die von mir geschaffene Marke auf die verschiedenste Weise derart abzuändern, wie das etwa ein Plagiator tun würde. Alle diese Varianten wurden dann zum Schutz eingereicht. Manche Firma trägt lieber höhere Kosten, als daß sie sich der Gefahr aussetzt, die endlich gefundene und in die beste Form geprägte Idee durch raffinierte Nachbeter ausgeschlachtet zu sehen. Außer diesen »Defensivzeichen« gibt es »auf Vorrat« eingetragene Warenzeichen, sog. »Vorratszeichen«. Laut Reichsgerichtsentcheid ist es zulässig, sich eine ganze Reihe verschiedenartiger Marken schützen zu lassen, selbst wenn zunächst die Verwendung solcher Zeichen überhaupt nicht ins Auge gefaßt wurde. Das Reichsgericht erblickt im Schutz von Vorratszeichen, die für künftigen Gebrauch vorgesehen sind, keine den guten Sitten des Wettbewerbs zuwiderlaufende Ausnutzung eines formalen Rechts auf Kosten der freien, gleichberechtigten Mitbewerber. Da zudem keine Verpflichtung besteht, ein Zeichen, das man sich schützen ließ, auch zu führen, so kann man ermessen, wieviel schöne, originelle, brauchbare Ideen bei der Schaffung neuer Marken von vornherein ausschalten. Daß es unter diesen Umständen schwer ist, immer wieder Neues zu schaffen und Ideen zu ersinnen, für die noch kein Musterchutz vorhanden ist, liegt auf der Hand; zumeist nimmt allerdings der Buchhändler dem Zeichner diese Arbeit ab. Letzterem überträgt er in vielen Fällen bloß die zeichnerische Ausgestaltung. Da, wie schon erwähnt, vom Musterchutzamt sehr oft Einwände wegen zuweilen ganz geringer Ähnlichkeit mit einem bereits vorhandenen Zeichen erhoben werden, so ergeben sich für den Künstler nicht selten erhebliche Schwierigkeiten, und es erfordert ein großes Maß an

Geduld beim Buchhändler wie beim Zeichner und ein gut Teil Gerechtigkeitssinn bei der Beurteilung der Entwürfe durch den Besteller, wenn die Schaffung einer schutzfähigen Marke auf unerwartete Hindernisse stößt. Der den Schutz Beantragende vermag oftmals beim besten Willen nicht einzusehen, wie trotz auffälliger Verschiedenheit der in Betracht kommenden Marken in zeichnerischer Hinsicht der Schutz abgelehnt wird, lediglich weil die Idee der Darstellung schon geschützt ist. Da nun die Entscheidung, ob die betreffenden Zeichen (das alte längst geschützte und das neue angemeldete) verschieden und darum nicht verwechslungsfähig oder umgekehrt, einzig und allein dem Patentamt vorbehalten bleibt, so kann eine Klage der abgewiesenen Firma gegen diese Entscheidung überhaupt nicht geführt werden. Eine Klage kann nur dann eingereicht werden, wenn etwa bestimmte Verträge oder sonstige begründete Rechte auf Führung des angemeldeten und abgewiesenen Zeichens bestehen.

Da bereits über 100 000 Zeichen in die Listen des Patentamts eingetragen sind, so kann nach der Anmeldung längere Zeit (mindestens 4 bis 5 Wochen) vergehen, ehe der Bescheid eintrifft. Es kann aber nicht dringend genug davor gewarnt werden, etwa schon vor Erhalt des Bescheides Werke herauszubringen, die das neue Zeichen bereits tragen. Ein Verlag hat es oftmals eilig, Ankündigungen, Prospekte u. dgl., ja selbst Werke mit dem neuen Zeichen zu versehen und sobald als möglich herauszubringen; er zeige hier aber lieber die erforderliche Geduld. Da das Publikum, im angezogenen Falle also der Leser, mit dem Begriff des Warenzeichens zumeist ein Werturteil hinsichtlich des Buches verbindet, so ist es wohl verständlich, wenn jede Firma ängstlich darüber wacht, daß ihre Rechte und der Ruf ihrer Erzeugnisse nicht gefährdet werden. Ein Verlegerzeichen ist doch eine Schutzmarke, und die durch diese Schutzmarke gesicherten Waren sollen vor Nachahmungen oder Verwechslungen geschützt werden.

Monogrammarken oder solche bildlichen Zeichen, die mit Schriftzeichen, etwa »Moris-Verlag«, in Verbindung gebracht wurden, haben noch die meiste Aussicht auf Schutzfähigkeit. Die Erlangung der Schutzfähigkeit seiner Marke ist also eine der ersten und wichtigsten Aufgaben eines Buchhändlers, der eine Marke zu führen gedenkt.

Die Löschung des Warenzeichens und damit auch der Hausmarken des Verlegers und Sortimenters ist endlich noch eine Angelegenheit, über die nicht die wünschenswerte Klarheit besteht. Soweit mir bekannt ist, und falls nicht Änderungen in dieser Hinsicht in den letzten Jahren getroffen wurden, erfolgt die Löschung eines eingetragenen Zeichens, wenn es sein Inhaber versäumt, 10 Jahre nach Erlangung der Schutzfähigkeit seiner Marke die Erneuerung der Eintragung zu bewirken. Eine Firma, die dies übersieht, kann gegen die Führung einer ähnlichen Marke durch ein Konkurrenzunternehmen keinen Widerspruch erheben. Eine erneute Wiedereintragung ist zwar möglich, aber erst nach zwei Jahren. Löschungen von Warenzeichen können noch auf Grund von Klagen Benachteiligter erfolgen.

Die Kosten für die Eintragung sind verhältnismäßig gering. Die Erledigung der ganzen Angelegenheit überträgt man am besten einem Patentanwalt, der gleichzeitig mit beauftragt wird, für eine rechtzeitige Erneuerung Sorge zu tragen.

6. Die Abänderung veralteter Marken.

Bei dem z. T. ehrwürdigen Alter, auf das mancher Verlag und auch manche Sortimentsbuchhandlung zurückblicken kann, darf es nicht wundernehmen, wenn gerade einige der ältesten Unternehmen dieser Art verhältnismäßig sehr veraltete Marken führen. Nun wirken solche Zeichen, die vor 60 oder 75 Jahren gestaltet wurden, vielfach nicht im entferntesten so ungünstig, wie solche, deren Entstehen in die drei letzten Jahrzehnte des vorigen Jahrhunderts fällt. Bei den massenhaften Gründungen jener Epoche schwoh die Zahl der eingetragenen Schutzmarken plötzlich ganz erheblich an; nur sind unzählige von ihnen von einer Undeutlichkeit und Häßlichkeit, die wir heute beim besten Willen nicht mehr zu ertragen vermögen. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts trat dann ein weiterer Verfall des Signets ein, bis