



IP ↔ IT 9.5 News

Intellectual Property/Information Technology

Dirk Strohmenger

Rechtsanwalt

BIETMANN

RECHTSANWÄLTE • FACHANWÄLTE • STEUERBERATER

AMAZON VS. AMAZEE

Der Markenwert von amazon.com betrug nach der aktuellen Studie von Millward Brown 21.294.000.000 US \$. Amazon als Marke steht damit an 26. Stelle des weltweiten Markenwert-rankings.

Durch eine „Unachtsamkeit“ im Markenschutzmanagement könnte dieser Wert über Nacht um einige Milliarde Dollar geschrumpft sein. Grund ist das Schweizer Startup-Unternehmen Amazee.

Amazon ist ein US-amerikanisches Social-Commerce Versandhaus, das 1994 gegründet wurde und im Geschäftsjahr 2008 einen Umsatz von 19,2 Milliarde Dollar erzielte. Amazee ist eine 2007 gegründete Aktiengesellschaft, die eine Social-Collaboration Plattform im Web betreibt, über die Personen und Organisationen Mitstreiter für unterschiedlichste Projekte, wie den Aufbau eines Online-Ausbildungszentrums in Sri Lanka oder die Planung von Unternehmertreffen im Internet finden können.

Am 01.06.2007 ist „Amazee“ beim Eidgenössischen Institut für Geistiges Eigentum in Bern als Marke in den Waren und Dienstleistungsklassen 35, 38 und 41 eingetragen worden. Seit dem 04.10.2007 ist die Amazee AG Inhaberin dieser Marke.

Information:

Waren und Dienstleistungsklassen

35

Bereitstellung von Werbeflächen, insbesondere im Internet; Zusammenstellen von Daten in elektronischen Datenbanken; Wartung von Datenbanken, nämlich Aktualisieren des Inhalts; Marketing; Werbung, einschließlich Vermitteln von Inseraten und online Werbung; Erteilen von Auskünften in Handels- und Geschäftsangelegenheiten, insbesondere Betrieb einer Plattform im Internet für das Zurverfügungstellen von Informationen aus verschiedensten Bereichen; Vermittlung von Verträgen über die Anschaffung und Veräußerung von Waren; via Computernetzwerke verbreitete Angebote in Form von Daten, Text, Bild, Ton oder sämtlichen Kombinationen derselben aus verschiedensten Bereichen; Durchführung von Auktionen und Versteigerungen, auch via Internet.

38

Bereitstellung von Zugriff auf Computerplattformen; Telekommunikation, einschließlich Übertragung von Inseraten in jeder Form; Sammeln, Liefern und Übermitteln von Informationen in Form von Daten, Bildern, Grafiken, Ton und/oder audiovisuellem Material mittels Computer- und/oder Kommunikationsnetzwerken (im Sinne einer Presseagentur); Telekommunikationsdienstleistungen, nämlich Verbreitung und Ausstrahlung von online Radio- und online Fernsehprogrammen; Vermieten und kostenloses Vermitteln von Zugriffszeit auf Datenbanken, insbesondere zum Herunterladen audiovisuellen Materials; Zurverfügungstellen von Plauderräumen (Chatrooms) zur Übermittlung von Nachrichten unter Computerbenutzern; Verschaffen des Zugriffs auf Suchmaschinen und Hyperverbindungen zum Erreichen von Daten und Informationen über globale Netzwerke.

41

Bereitstellung von interaktiven Informationen, online aus Computerdatenbanken oder im Internet bereitgestellt, über Unterhaltungs- und Bildungsveranstaltungen; Veröffentlichung und Herausgabe von Büchern, Zeitungen, Zeitschriften und andern Informationsträgern, auch via Telekommunikationsnetzwerke; Herausgabe von Inseraten (nicht zu Werbezwecken) in Druckmedien, Computernetzwerken, online Radio und online Fernsehen; Unterhaltung, einschließlich Unterhaltung mittels elektronischer Plattformen; Veranstaltung und Durchführung (auch online) von sportlichen und kulturellen Anlässen sowie von Wettbewerben (einschliesslich Verleihung von Preisen); Durchführung von Seminaren und Workshops; Organisation und Durchführung von Galaveranstaltungen und andern gesellschaftlichen Events; Redaktion von gedruckten und elektronischen Medien-erzeugnissen.

Die Amazon Europe Holding Technologies SCS hatte bereits am 17.09.1999 den Begriff „amazon.com“ als Marke in den Waren und Dienstleistungsklassen 35, 36, 38, 39, 41, 42, 43, 44 in der Schweiz eintragen lassen.

Da bei der Eintragung der Marke Amazee kein absolutes Eintragungshindernis bestand, konnte eine Eintragung der ähnlich klingenden Marke in den überschneidenden Klassen seitens der Schweizer Behörde erfolgen. Der hiergegen innerhalb 3 Monaten zulässige Widerspruch unterblieb seitens Amazon. Mit diesem relativ einfachen Mittel hätte es Amazon gelingen können sich in einem Stadium, in dem Amazee öffentlich gänzlich unbekannt war, erfolgreich gegen diese Eintragung zur Wehr zu setzen. Offensichtlich aufgrund mangelhaften Markenschutzmanagements ist dieser Widerspruch unterblieben.

Erst, als Amazee jüngst eine Markenmeldung in den USA beantragt hat, wurde der Weltkonzern auf die kollidierenden Rechte aufmerksam und legte sein Veto in den USA ein. In der Schweiz strengt Amazon gleichzeitig ein Markenlöschungsverfahren an. Beide Verfahren finden in der Öffentlichkeit Beachtung. Als Schlagzeile stilisiert sich der Titel David gegen Goliath hoch, mit negativer Meinungstendenz gegenüber dem Weltkonzern Amazon.

Trotz gegenläufiger Berichterstattung in den Medien wird Amazon mit den eingeleiteten juristischen Schritten vermutlich erfolgreich sein. Im Markenrecht gilt das Prioritätsprinzip, wonach eine Marke, die zuerst eingetragen wurde Vorrang auch vor ähnlich klingenden Marken genießt. Soweit seitens Amazee die unterschiedliche Herleitung der Begriffe eingewandt wird (Amazon vom südamerikanischen Strom Amazonas / Amazee vom englischen Wort amazing) spielt dies bei der Beurteilung einer Verwechslungsgefahr keine Rolle. Dennoch dürfte der Schaden für Amazon immens sein. Durch die Existenz des Unternehmensnamens und der Marke Amazee sowie der öffentlichen Berichterstattung tritt eine Verwässerung des Markennamens Amazon ein. Es steht zu erwarten, dass der Markenwert Amazon im nächsten Ranking empfindliche Einbußen erfahren wird. Diese Einbußen stehen in keinem Verhältnis zu den Kosten eines effektiven Markenschutzmanagements, das in der wöchentlichen Beobachtung der Markenmeldungen weltweit, in den USA, Europa, der Schweiz und für inländische Märkte in Deutschland besteht. Zur Erläuterung ist hierbei darauf hinzuweisen, dass europäische Markenmeldungen in der Schweiz keine Wirkung entfalten und deshalb eine gesonderte und besondere Beobachtung in diesem Staat notwendig ist.

Marken schaffen und Marken schützen ist zentrale Unternehmensaufgabe, deren fahrlässiger Umgang hohen wirtschaftlichen Schaden verursachen kann.

Dirk Strohmer

Rechtsanwalt

Partner der Sozietät

BIETMANN

RECHTSANWÄLTE • FACHANWÄLTE • STEUERBERATER

✉ dirk.strohmer@bietmann.eu

Martinstraße 22-24

D-50667 Köln

Telefon: +49.221.925700.22

Fax: +49.221.925700.52