

# Top-Kanzleien 2009

Anwaltskanzleien haben 2009 für ihre Mandanten wieder zahlreiche neue Marken beim DPMA angemeldet. Was zählt, sind aber nicht nur die Meldezahlen, sondern die Eintragungsrate.

IM VERGANGENEN JAHR IST die Zahl der Markenmeldungen beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) erneut zurückgegangen: Lediglich 69.069 Marken wurden angemeldet. Da sich die Zahl pro-zyklisch zum allgemeinen Wirtschaftstrend verhält, ist die Abnahme um 6,5 Prozent nicht überraschend. Der wirtschaftliche Abschwung hatte bereits 2008 zu einer dreiprozentigen Minderung der Anmeldungen geführt. Auch weiterhin verschieben Unternehmen offenbar die Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen.

Von den getätigten Anmeldungen entfielen 8.364 auf die 50 Kanzleien mit der stärksten Anmeldeaktivität. Dies entspricht nur 12,1 Prozent der gesamten Anmeldungen und zeigt, dass der Markt heterogen bleibt. Für das Ranking wurden für die 200 Kanzleien mit den meisten DE-Anmeldungen Anmeldezahlen und Eintragungen sowie Eintragungsraten recherchiert. Das vollständige Ranking der Kanzleien inklusive aller Kennzahlen finden Sie unter [www.country-index.com](http://www.country-index.com).

## Markenmeldungen rückläufig

Angeführt wird die Tabelle der 50 aktivsten Sozietäten von den Kanzleien Zimmer und Kollegen, Beukenberg und Lovells. Zimmer und Kollegen konnte dabei auch 2009 erneut ein Wachstum von über 18 Prozent verzeichnen. Er drängte damit den Vorjahres-Ersten Beukenberg auf den zweiten Platz zurück.

Bei einigen Kanzleien gab es dahingegen bei deutschen Markenmeldungen Rückgänge von mehr als 20 Prozent. »Ein Teil unserer Mandantschaft, der im Investitionsgüterbereich stark auslandsorientiert ist, ist durch die Krise sicherlich stärker getroffen worden als andere Bereiche«, erklärt Dr. Dieter Laufhütte, Lorenz Seidler Gossel, dieses Phänomen. »Diese Mandanten waren bei der Hinterlegung von Marken-, Geschmacksmuster- und Patentanmeldungen zurückhaltender als in den vergangenen Jahren.« Das bestätigt Oliver Rauscher, Klaka Rechtsanwälte. Seine Sozietät betreue vie-

le mittelständische Unternehmen mit hohem Exportanteil, für die Markenprojekte wegen der internationalen Ausrichtung mit erheblichen Kosten verbunden seien. Hier habe Klaka eine gewisse Investitionszurückhaltung wahrgenommen. In einigen Fällen habe man aber auch aus Rechtsgründen von neuen Markenmeldungen abgeraten, wenn es um Abwandlungen bereits bestehender Marken ging.

## EU-Marken auf dem Vormarsch

Weniger Anmeldungen muss allerdings nicht heißen, dass die Kanzleien zwangsläufig weniger Geschäft gemacht haben. Ein Grund für den Rückgang der Anmeldezahlen könnte eine Verlagerung zu anderen Tätigkeiten sein. So zeigt sich beispielsweise gerade in Zeiten, in denen die Anmeldungen aufgrund einer Wirtschaftsfloute zurückgehen, bei den Markeninhabern eine höhere Bereitschaft, vorhandene Rechte zu verteidigen. Zudem haben die jüngsten Gebührensenkungen für Gemeinschaftsmarken dazu geführt, dass verstärkt auf EU-Ebene angemeldet wurde. Immerhin wurden 2008 knapp drei Prozent mehr EU-Marken angemeldet als 2007 (2009: 73.032 EU-Marken, 2008: 70.939).

»Allgemein geht die Bedeutung der deutschen Marke gegenüber derjenigen der Gemeinschaftsmarke zurück«, meint Christian Spintig, Eisenführ, Speiser & Partner. »Bei Erstanmeldungen, die derzeit nur schwer oder gar nicht beim DPMA durchzubringen sind, empfehle man meist die unmittelbare Einreichung einer Gemeinschaftsmarke beim HABM, dessen Eintragungspraxis derzeit spürbar großzügiger erscheint als die des DPMA. Markenmeldungen, die noch in der Mitte des Jahrzehnts ohne Beanstandungen eingetragen wurden, würden zunehmend als schutzunfähig eingestuft.« Das führt schon in der Beratung vor Einreichung einer Anmeldung dazu, dass Mandanten entweder ganz davon absehen, eine Markenmeldung einzureichen oder aber sich für die Anmeldung einer Gemeinschafts-

## DIE 50 KANZLEIEN MIT DEN MEISTEN MARKENANMELDUNGEN IN DEUTSCHLAND

Rang 2009	Name	Markenmeldungen		Veränderung +/- in Prozent
		2009	2008	
1	ZIMMER UND KOLLEGEN, Berlin	790	668	18,26
2	BEUKENBERG, Hannover	645	747	-13,65
3	LOVELLS, Hamburg	429	537	-20,11
4	BOEHMERT & BOEHMERT, Bremen	414	438	-5,48
5	PREHM & KLARE, Kiel	384	284	35,21
6	F200 A/S/G GMBH, Berlin	270	264	2,27
7	MEISSNER, BOLTE & PARTNER, München	241	315	-23,49
8	HARMSSEN & UTESCHER, Hamburg	200	213	-6,10
9	CMS HASCHE SIGLE, Hamburg/Köln	195	407	-52,09
10	IHR ANWALT 24 ZIERHUT AG, München	194	276	-29,71
11	GRÜNECKER, KINKELDEY, STOCKMAIR & SCHWANHÄUSSER, München	188	207	-9,18
12	EISENFÜHR, SPEISER & PARTNER, Bremen	165	213	-22,54
12	GRAMM, LINS & PARTNER GBR, Braunschweig	165	146	13,01
12	SKW SCHWARZ, Hamburg	165	88	87,50
15	SCHNEIDERS & BEHRENDT, Bochum	163	178	-8,43
16	RAU, SCHNECK & HÜBNER, Nürnberg	148	168	-11,90
17	TAYLOR WESSING, München/Frankfurt	143	200	-28,50
18	MITSCHERLICH & PARTNER, München	136	132	3,03
18	WEICKMANN & WEICKMANN, München	136	128	6,25
20	NESSSELHAUF, Hamburg	132	128	3,13
21	HABEL & HABEL, Münster	128	169	-24,26
22	VON KREISLER, SELTING, WERNER, Köln	123	107	14,95
23	LICHTENSTEIN, KÖRNER & PARTNER, Stuttgart	119	147	-19,05
24	BUSSE & BUSSE, Osnabrück	117	114	2,63
25	LÜBECK, Frankfurt	116	96	20,83
26	BIRD & BIRD LLP, München, Düsseldorf, F.a.M.	115	110	4,55
26	COHAUSZ & FLORACK, Düsseldorf	115	132	-12,88
28	JONAS MBH, Köln	114	147	-22,45
29	HANSMANN & VOGESER, München	113	157	-28,03
29	LORENZ SEIDLER GOSSEL, München	113	145	-22,07
29	WHITE & CASE LLP, München	113	106	6,60
32	GRAF VON WESTPHALEN, Freiburg	112	118	-5,08
33	VOSSIUS & PARTNER, München	111	91	21,98
34	JABBUSCH SIEKMANN & WASILJEFF, Oldenburg	110	131	-16,03
35	GESTHUYSEN, VON ROHR & EGGERT, Essen	107	111	-3,60
36	MANITZ, FINSTERWALD & PARTNER GBR, München	105	104	0,96
37	KLINGER & KOLLEGEN, München	99	70	41,43
38	MEISSNER & MEISSNER, Berlin	96	87	10,34
39	FPS RECHTSANWÄLTE UND NOTARE, Hamburg/Frankfurt	95	177	-46,33
40	TERGAU & POHL, Nürnberg	93	101	-7,92
41	UEXKÜLL, Hamburg	90	71	26,76
42	KRAUSE, BETTINA, Tutzing	87	97	-10,31
43	GEITZ TRUCKENMÜLLER LUCHT, Karlsruhe	86	81	6,17
43	LINDNER BLAUMEIER, Nürnberg	86	107	-19,63
45	LIPPERT, STACHOW & PARTNER, Bergisch Gladbach	85	78	8,97
46	LUTHER MBH, Hamburg/Köln	84	68	23,53
47	MÜLLER FOTTNER STEINECKE, München	83	37	124,32
47	REIMANN UND KOLLEGEN, Düsseldorf	83	62	33,87
49	KLAKA, München	82	121	-32,23
50	UNVERZAGT - VON HAVE, Hamburg	81	115	-29,57

## 2009 WAR DIE ZAHL DER MARKENANMELDUNGEN BEIM DPMA LEICHT RÜCKLÄUFIG

Jahr	DE-Markenmeldungen 2009	darunter aus dem Inland	darunter zu Dienstleistungen	Eintragungen gemäß § 41 Markengesetz
2002	57.416	53.817	23.923	51.730
2003	62.041	58.731	25.728	51.295
2004	65.918	62.576	27.650	48.401
2005	70.926	67.208	30.181	50.798
2006	72.321	68.810	33.164	51.124
2007	76.165	72.788	36.082	54.534
2008	73.903	70.074	35.349	50.259
2009	69.069	65.714	34.071	49.817

Quelle: DPMA

marke entscheiden – was der höheren Kosten wegen dann unterbleibt, wenn die Bedeutung der Marke nicht so groß ist«, sagt Spintig.

Auch CMS Hasche Sigle verzeichnet einen recht deutlichen Rückgang bei den DE-Markenmeldungen. Alexander Späth, CMS Hasche Sigle, erklärt, dass dies vor allem aus den guten Zahlen aus 2008 resultiere, als man eine sehr umfangreiche Markenmeldeserie für einen großen Mandanten durchgeführt habe. Bereinigt um dieses besondere Anmeldevolumen seien die DE-Anmeldezahlen weitgehend stabil. Ein weiterer Grund für den Rückgang sei auch hier die sehr restriktive Eintragungspraxis des DPMA. Aufgrund der in vielen Fällen deutlich besseren Erfolgsaussichten für eine Registrierung rate CMS Hasche Sigle vielfach zur Anmeldung einer EU-Marke.

Auffällig an dem Ranking: Allein die Hälfte der Top 10 bewegen sich mit Internetangeboten im Niedrigpreis-Segment. Es sind die Kanzleien Zimmer und Kollegen, Beukenberg, F200 A/S/G GmbH, Prehm und Klare und Ihr Anwalt 24. Offenbar gewinnt das Internet für An-

wälte immer mehr Bedeutung als Werbeplattform und Instrument zur Akquise von Aufträgen für Markenmeldungen – insbesondere von Klein-Anmeldern.

### Eintragungsrates ist entscheidend

Da für den Mandanten zu Durchsetzung seiner Rechte gegenüber anderen letztlich entscheidend ist, ob die von ihm angemeldete Marke auch tatsächlich eingetragen wurde, erfolgt eine ergänzende Betrachtung der Eintragungsrates. Daran lässt sich ablesen, welcher Prozentsatz der angemeldeten Marken inzwischen zum Erfolg geführt hat und eingetragen worden sind. Die 2009 erfolgten Anmeldungen befinden sich allerdings aufgrund der Verfahrensdauer von oftmals bis zu eineinhalb Jahren teilweise noch im Registrierungsprozess des DPMA. Daher wurde zusätzlich untersucht, welcher Prozentsatz der im vorangegangenen Jahr angemeldeten Marken inzwischen registriert wurde. Natürlich gibt es auch Gründe für eine geringere Eintragungsrates, die ihren Ursprung nicht in der Beratungsqualität des betreffenden Anwaltes haben: Wenn bei-

## METHODIK

Die Betrachtung bezieht sich auf die 2009 getätigten Anmeldungen von DE-Marken beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) unabhängig von deren Verfahrensstand. Die Daten wurden im Juni 2010 recherchiert. Aufgrund von Vertreterwechsel, unterschiedlichen Schreibweisen etc. können die aktuellen Zahlen von historischen Daten abweichen. Bei Kanzleien mit mehreren Standorten wurde der Standort mit den meisten Anmeldungen im Ranking aufgeführt und diesem wurde die Gesamtzahl der Anmeldungen zugerechnet.

Die Eintragungsrates beantwortet die Frage, wie viele der Marken, die in dem betreffenden Jahr angemeldet wurden, inzwischen zur Eintragung gelangt sind, unabhängig vom aktuellen Status der Marke. Es geht also nur darum, ob grundsätzlich eine Eintragung bis zum Zeitpunkt unserer Recherche stattgefunden hat, auch wenn die Marke inzwischen nicht mehr eingetragen ist (z.B. aufgrund von Löschung).

Bei der Eintragungsrates des Jahres 2009 muss eine gewisse Unschärfe in Kauf genommen werden: Es kommt aufgrund der Verfahrensdauer von bis zu eineinhalb Jahren zu Abweichungen nach unten. Insbesondere Anmeldungen, die Ende 2009 getätigt wurden, können zum Teil noch im Anmeldeverfahren sein. Um ein vollständigeres Bild zu vermitteln, wurde daher zusätzlich auf Eintragungsrates der im Vorjahr angemeldeten Marken zurückgegriffen. Da die Vertreter nicht mit einer Identifizierungsnummer wiedergegeben werden, sondern mit dem in der Anmeldung tatsächlich eingetragenen Namen, können sich aufgrund unterschiedlicher Schreibweisen Abweichungen gegenüber den hier wiedergegebenen Zahlen ergeben, die die Positionierung der jeweiligen Kanzlei verändern. Aus dem gleichen Grund werden auch Namensänderungen sowie Zusammenschlüsse und Trennungen im Laufe des Jahres 2009 nicht berücksichtigt. Bei der zeitlichen Aufteilung der Anmeldungen wurde nach Anmeldedatum vorgegangen. Übernahmen von früher angemeldeten Marken blieben unberücksichtigt.

Es handelt sich um eine Teilbetrachtung der Aktivitäten der aufgeführten Kandidaten, die keine Aussage über deren wirtschaftliche oder rechtliche Ordnung darstellt. Die Daten wurden recherchiert unter Verwendung von [www.markenfacts.de](http://www.markenfacts.de) und CEDELEX, einer Software der Schutz Marken Dienst GmbH zur Eigenrecherche von Marken.

## TOP 10-KANZLEIEN NACH EINTRAGUNGSRATEN

Name	Marken-Anmeldungen 2008	davon Eintragungen	Eintragsrate 2008
GULDE HENGELHAUPT ZIEBIG & SCHNEIDER, Berlin	72	72	100,00
WILDE & KOLLEGEN, Köln	26	26	100,00
DR. KUNZ-HALLSTEIN, München	153	151	98,69
DR. MEYER-DULHEUER & PARTNER, Frankfurt	64	63	98,44
BAUER WAGNER PRIESMEYER, Aachen	50	49	98,00
ENGEMANN · JÖRG-BERTEN, Siegburg	43	42	97,67
REHBERG HÜPPE + PARTNER, Göttingen	42	41	97,62
HIEBSCH BEHRMANN WAGNER, Singen	41	40	97,56
DR. HOFFMEISTER & BISCHOF, Münster	36	35	97,22
RITTERSHAUS UND KOLLEGEN, Mannheim	31	30	96,77

Quelle: S.M.D., Markkeur

spielsweise der Anmelder die amtlichen Gebühren nicht bezahlt oder wenn er eine Anmeldung wünscht, obwohl einer Zurückweisung vorhersehbar ist. Das Gros der Mandanten dürfte allerdings tatsächlich an einer Eintragung der angemeldeten Marke interessiert sein.

Angesichts der teilweise geringen Eintragungsraten der Internet-Anbieter im Niedrigpreis-Bereich stellt sich die Frage: Kann man sich als Anwalt noch mit glaubhaft guter Beratungsqualität positionieren, wenn man Markenmeldungen für unter 100 Euro anbietet? Carsten Prehm, Kanzlei Prehm und Klare: »Es ist inzwischen zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor geworden, auch günstige Markenmeldungen anzubieten, denn heute müssen auch mittelständische und große Firmen zunehmend auf wirtschaftlichen Druck reagieren und sind daher insgesamt auf der Suche nach günstigen Angeboten, natürlich auch im Bereich der Markenmeldung. Eine Markenmeldung für unter 100 Euro anzubieten, kann auf Dauer jedoch nur funktionieren, wenn man in der Lage ist, die Interessenten durch entsprechende Beratung dauerhaft in werthaltige Mandanten umzuwandeln.«

Ein persönlicher Kontakt zum Mandanten ist offenbar für viele Anwälte zur Gewährleistung einer entsprechenden Beratungsqualität nach wie vor unverzichtbar. Mario Wagner, Bauer Wagner Priesmeyer Patent- und

Rechtsanwälte: »Unser Anspruch an die Qualität der Beratung verbietet es, im anonymen Low Budget-Bereich über das Internet tätig zu werden. Schon während der Markenfindung arbeiten wir eng mit dem Mandanten zusammen, entwickeln Strategien für erfolgreiche Marken und raten auch schon einmal von einer Anmeldung ab. Immer mehr Mandanten erkennen, dass hohe Eintragungsraten und ein niedriger Anteil an Streitigkeiten den anfänglichen Beratungsaufwand rechtfertigt.« Seine Kanzlei gehört mit einer Eintragsrate von 98 Prozent der in 2008 angemeldeten Marken zu den Top 10-Kanzleien hinsichtlich dieses Qualitätskriteriums (vgl. Tabelle S. 103).



### Kleine haben die beste Quote

Bei der Betrachtung der Eintragungsraten geraten übrigens eher die kleinen und mittleren Kanzleien in den Fokus. Lediglich eine der Kanzleien mit Eintragungsraten zwischen 96 und 100 Prozent ist auch im Ranking der Top 50 erwähnt – Dr. Kunz-Hallstein. »In kleineren aber auch mittleren Kanzleien wie unserer ist eine fundierte und ausführliche Beratung mit einer Einschätzung der Eintragungschancen aufgrund der direkten Kontakte zum Mandanten einfacher möglich und wesentlicher Bestandteil unserer anwaltlichen Tätigkeit. Wir empfehlen lieber einmal, eine Marke nicht anzumelden, erreichen damit aber einen hohen Zufriedenheitsgrad bei den Mandanten, anstatt ihnen quasi nur beim Ausfüllen und Einreichen des Anmeldeformulars behilflich zu sein, was der Mandant auch kostenlos beim DPMA erhalten könnte«, meint dazu Jörg Grzam von der Kanzlei Gulde Hengelhaupt Ziebig, die für 2008 genauso wie die Sozietät Wilde & Kollegen auf eine Top-Eintragsrate von 100 Prozent kommt.

Miriam Hölscher, Schutz Marken Dienst GmbH,  
Vanessa Göbel

## EINTRAGUNGSRATEN DER MELDEAKTIVSTEN KANZLEIEN

Rang 2009	Name	Eintragsrate 2009	Eintragsrate 2008
1	ZIMMER UND KOLLEGEN, Berlin	53,92	56,29
2	BEUKENBERG, Hannover	51,32	56,09
3	LOVELLS, Hamburg	66,67	75,42
4	BOEHMERT & BOEHMERT, Bremen	78,74	86,53
5	PREHM & KLARE, Kiel	85,42	84,51
6	F200 A/S/G GMBH, Berlin	76,30	64,02
7	MEISSNER, BOLTE & PARTNER, München	75,93	77,14
8	HARMSSEN & UTESCHER, Hamburg	71,00	75,59
9	CMS HASCHÉ SIGLE, Hamburg/Köln	69,74	48,16
10	IHR ANWALT 24 ZIERHUT AG	75,77	77,54

Quelle: S.M.D., Markkeur