



Foto: AdobeStock / Yury

## Tiegel, die betören

Kosmetika, die attraktiv verpackt sind, können die Kaufentscheidung positiv beeinflussen. Zum Erfolgsfaktor werden solche Verpackungen in der Regel jedoch erst, wenn sie entsprechend geschützt sind. – von Romina Kühnle



**Dr. Romina Kühnle**  
Cohausz & Florack  
Patent- und Rechtsanwälte  
Düsseldorf  
[www.cohausz-florack.de](http://www.cohausz-florack.de)

Auf die inneren Werte kommt es an. Das finden immerhin 50 Prozent der Singles, die für eine Studie der Partnervermittlung Elitepartner befragt wurden. Fürs Dating ist der Fall also klar: Ehrlichkeit, Humor und Co. kommen mindestens ebenso gut an wie weiße Zähne oder ein durchtrainierter Körper. Im Kosmetikbereich sieht die Sache etwas anders aus. Innere Werte spielen hier eine etwas größere Rolle beim *Matching* – sprich: bei der Kaufentscheidung. So achten laut einer Umfrage des Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel (IKW) 88 Prozent der Befragten auf die Qualität des Produkts, 81 Prozent ist die Verträglichkeit wichtig und 79 Prozent legen Wert auf die versprochene Wirkung. Auch Duft und Preis spielen jeweils für über 70 Prozent der Befragten eine große Rolle. Die Verpackung fällt dabei nicht ganz so stark ins Gewicht: für 39 Prozent der an der Umfrage Beteiligten ist sie beim erstmaligen Kauf eines Produkts wichtig. Hier lohnt sich jedoch der Blick auf Details und die verschiedenen Altersgruppen. So sagen 60 Prozent der 18- bis 29-Jährigen, dass sie auf eine ansprechende Verpackung Wert legen. Und 66 Prozent von ihnen geben an, dass sie sich freuen, wenn diese im Bad schön aussieht.

Für die Verpackungsbranche heißt das: Geschmackvoll gestaltete Flaschen, Tiegel und Tuben scheinen sich durchaus bezahlt zu machen, gerade im Hinblick auf die jüngere Zielgruppe. Schutzrechte wie das eingetragene Design sind ein wirksames Mittel, um solche Verpackungen vor Nachahmung zu schützen und als Hersteller wettbewerbsfähig zu bleiben. Der Schutz in Deutschland entsteht durch Eintragung des Designs in

das Register des Deutschen Patent- und Markenamts (DPMA).

Die Unterlagen für die Eintragung eines Designs sollten möglichst die konkrete Form- und Farbgebung des Produkts aufzeigen. Darüber hinaus ist die Angabe des Erzeugnisses – eine Art Warenzuordnung – erforderlich. Besonders wichtig: Ein Design muss Neuheit und Eigenart aufweisen. Das bedeutet, dass vor dem Anmeldetag kein gleiches oder sehr ähnliches Design vermarktet oder veröffentlicht worden sein darf. Zudem muss sich sein Gesamteindruck von bereits bekannten Designs unterscheiden. Das DPMA prüft jedoch nicht, ob diese Schutzvoraussetzungen erfüllt sind. Wer sich also späteren Ärger ersparen möchte, sollte diese Prüfung vor der Anmeldung beziehungsweise Markteinführung selbst vornehmen. Ein Design wird in der Regel innerhalb von ein bis zwei Monaten nach Gebühreneingang im Register des DPMA veröffentlicht.

Wer die Gültigkeit des Designs auch in anderen EU-Mitgliedstaaten oder weiteren Ländern anstrebt, hat die Möglichkeit ein EU-weites Gemeinschaftsgeschmacksmuster anzumelden oder das Design international registrieren zu lassen. Letzteres geschieht über das Internationale Büro der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO). Die Anmeldung gilt dann allerdings nicht weltweit, sondern nur in den Staaten, die bei der Anmeldung benannt werden. Die Schutzdauer sowohl für das eingetragene Design als auch für das EU-weite Gemeinschaftsgeschmacksmuster beträgt maximal 25 Jahre.

Wer die Verpackung eines Produkts mithilfe eines Designs schützt, erhält – sofern die Schutzvoraussetzungen vorliegen – das ausschließliche Nutzungsrecht und kann Dritten somit die Nutzung verbieten. Dies kann sich auf den Erfolg des gesamten Produktes auswirken: So kann eine attraktiv gestaltete und entsprechend geschützte Verpackung dazu beitragen, dass sich das Produkt im Markt behauptet und etabliert. Beste Voraussetzungen dafür, dass auch dessen innere Werte zur Geltung kommen. 