

# QUESTION MARKS

Rundschreiben

NOVEMBER 2008

## MIT NEUEM ELAN

## VERTRAUTE INFORMATIONEN IN EINEM NEUEM GEWAND.



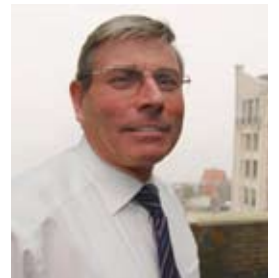
Sie haben es wahrscheinlich schon gemerkt: diese Question Marks hat ein neues Layout. Eine Änderung, auf die wir stolz sind, denn diese Stiländerung erfolgt im Rahmen der Fusion von The Thomson Corporation und Reuters. Hinter dem starken Namen Thomson Reuters verbirgt sich nämlich eine Weltmarke, eine Kombination von zwei großen Unternehmen, die sich künftig Sachverstand und Ressourcen teilen, um sich zu der führenden Informationsquelle für die Wirtschaft und Spezialisten zu entwickeln. Ich verrate Ihnen in einem ausführlichen Interview alles über diese vielversprechende Zusammenarbeit und über die positiven Folgen für unsere Kunden.

In dieser Question Marks lesen Sie mehr über unsere neuen Watch E-Services und wie Sie Zeit sparen, indem Sie Ihre Wortmarken online überwachen lassen. Wir kommen darüber hinaus gerne auf unser BRIC-Angebot zurück, das Komplettpaket für Screening, Clearing und Überwachung für Brasilien, Russland, Indien und China. Unser Schwerpunkt liegt dabei auf Brasilien, das nach einer schwierigen wirtschaftlichen Phase wieder zu einem Land erblüht, das vielfältige Möglichkeiten für Markeninhaber bietet.

Ferner erläutert Jacqueline Verwerf, Third Parties Product Manager, wie ihre Abteilung Ihre Marken weltweit recherchiert und analysiert. Und wie sie Ordnung schafft in einem Chaos östlicher Dialekte und zahlreicher lokaler Gesetzgebungen.

Ich wünsche Ihnen viel Vergnügen beim Lesen.

Jan Broeckx, Managing Director



Jan Broeckx, Managing Director

### UNBEDINGT LESEN:

**Warum Sie durch Online-Überwachung Zeit sparen.**

Seite 4

**Brasilien, das Land der vielen Möglichkeiten.**

Seite 8

**Lernen Sie Thomson Reuters kennen.**

Seite 10



# INHALT

Neues aus Großbritannien .....	2
SAEGIS™ Update .....	3
Durch Online-Überwachen Zeit sparen.....	4
Von Abu Dhabi bis Simbabwe.....	6
Brasilien, das Land der vielen Möglichkeiten .....	8
IP-Nachrichten .....	9
Lernen Sie Thomson Reuters kennen.....	10
Quiz.....	12

## NEUES AUS GROSSBRITANNIEN

### TRADE MARK RULES 2008 IN KRAFT

Seit dem 1. Oktober 2008 sind im Vereinigten Königreich die Trade Mark Rules 2008 in Kraft. Im neuen System wird die Widerspruchsfrist von 3 auf 2 Monate verkürzt. Dieser Zeitraum kann mit einem Antrag kostenlos um einen Monat verlängert werden. Diese Änderung beschleunigt die Eintragung der meisten Marken somit um einen Monat.

Neu ist auch, dass die Informationen über Änderungen nicht mehr im TradeMark Journal veröffentlicht werden, sondern auf der Website des UK Intellectual Property Office zur Verfügung stehen.

### DER „COMPANY NAMES ADJUDICATOR“

Dank des neuen Firmennamen-Adjudicators 2007 haben Markeninhaber ab dem 1. Oktober 2008 zum ersten Mal die Möglichkeit, im Vereinigten Königreich Widerspruch gegen neu registrierte Firmennamen zu erheben.

Abschnitt 69 des Companies Act gibt jeder Person das Recht, Widerspruch gegen die Eintragung eines Firmennamens zu erheben, der identisch oder ähnlich ist und für Verwechslungen sorgen könnte. Markeninhaber müssen somit keine gerichtliche Verfügung mehr beantragen, um Schritte wegen Markenverstoß zu unternehmen. Stattdessen müssen sie beim UK Intellectual Property Office eine Beschwerde einreichen. Der „Company Names Adjudicator“ entscheidet dann, ob die Verwendung des Firmennamens einen Zusammenhang zwischen dem Unternehmen und dem Markeninhaber vermuten lässt.

Thomson CompuMark hat kürzlich das Produkt „Firmennamenüberwachung für das Vereinigte Königreich“ eingeführt. Mit dieser Überwachung werden Sie unmittelbar informiert, wenn ein kollidierender Firmenname eingetragen wird. Auf diese Weise können Sie rasch Maßnahmen gegen Markenverstöße ergreifen und Sie vermeiden hohe Gerichtskosten.

Möchten Sie mehr über die Firmennamenüberwachung von Thomson CompuMark erfahren? Dann wenden Sie sich bitte an unsere Customer Services.

## COLOFON

### Question Marks

Question Marks ist der Rundschreiben für Kunden und Geschäftspartner von Thomson CompuMark. Question Marks erscheint drei Mal pro Jahr. Sie finden diesen Infobrief ebenfalls auf unserer Homepage.

### HERAUSGEBER

Thomson CompuMark  
Sint-Pietersvliet 7  
2000 Antwerpen, Belgien  
Tel + 32 3 220 72 11  
Fax + 32 3 220 73 90  
compumark.thomson.com

### HAUPTREDAKTEURIN

Tine Van Beirendonck

### LESERECHO

Wir freuen uns über Zuschriften unserer Leser. Bitte senden Sie Ihre Ideen, Anregungen und Kritik an [compumark.questionmarks@thomsonreuters.com](mailto:compumark.questionmarks@thomsonreuters.com). Auch Gastartikel-Autoren sind uns herzlich willkommen.

### DATENSCHUTZ

Sind Ihre Daten nicht korrekt oder möchten Sie unsere Informationen nicht mehr erhalten?

Bitte schreiben Sie uns:  
Thomson CompuMark  
Sint-Pietersvliet 7  
2000 Antwerpen, Belgien  
oder senden Sie eine E-Mail an [compumark.database.be@thomsonreuters.com](mailto:compumark.database.be@thomsonreuters.com).

Unsere vollständige Datenschutzerklärung finden Sie auf [compumark.thomson.com/emea/privacy](http://compumark.thomson.com/emea/privacy).

Copyright © 2008  
Thomson CompuMark

# SAEGIS™ UPDATE

## SAEGIS NUN AUCH MIT BRASILIEN

Künftig ist auch Brasilien auf SAEGIS verfügbar. Diese neue Datenbank enthält alle aktiven Marken mit deren Logos und alle inaktiven Marken der letzten drei Jahre. Außer relevanten Informationen ist auch die englische Übersetzung der Waren und Dienstleistungen verfügbar. Die brasilianische Datenbank enthält ungefähr 1,1 Millionen publizierte Marken.

Möchte Ihr Unternehmen auf diesem Markt expandieren oder möchten Sie nähere Informationen über das Online-Screening auf SAEGIS? Dann wenden Sie sich bitte an unsere Customer Services.



## OFFIZIELLE PUBLIKATIONEN AUF SAEGIS ERHÄLTICH

Auf SAEGIS können Sie einen ‚Full Text‘ jetzt um die offiziellen Markenpublikationen erweitern. Mit den kompletten Informationen der offiziellen Publikation erhalten Sie ein besseres Verständnis für die Absichten des Markeninhabers bei der Eintragung. Diese Publikationen vereinfachen auch die bürokratischen Schritte, bei denen Sie derartige offizielle Dokumente benötigen.

Die offiziellen Publikationen sind verfügbar in:

**Custom Search und AutoScreen:** die Publikationen werden für die meisten Länder angeboten. Diese kostenlosen strategischen Markeninformationen erhalten Sie, indem Sie in Ihren ‚Allgemeinen Einstellungen‘ die Funktion „die Veröffentlichung zu meinen Full Texts hinzufügen“ wählen.

**ISS:** ISS-Rechercheergebnisse bieten Links zur offiziellen Publikation der meisten Marken, für die kein Full Text zur Verfügung steht.

<b>Last Full Publication</b>	12-OCT-1998	
<b>In Journal</b>	CTMB 77 Page 249	
<b>Priority</b>	<b>Country:</b> US (UNITED STATES OF AMERICA)	
	<b>Date:</b> 07-MAR-1997	
	<b>Number:</b> 75253710	
<b>History</b>	<b>PUBLICATION OF APPLICATION</b>	
	CTMB Volume 77 Page 249 Dated 12-OCT-1998	
	<b>NOTIFICATION OF REGISTRATION</b>	
	CTMB Volume 92 Page 469 Dated 22-NOV-1999	
	<b>NOTICE OF RENEWAL</b>	
	CTMB Volume 22 Dated 04-JUN-2007	
	Registered: 15-APR-2007	
	<b>TOTAL TRANSFER</b>	
	CTMB Volume 39 Dated 06-AUG-2007	
	Registered: 17-APR-2007	
<b>Publication Copy</b>	210 900918106	<b>EN - 9 - Computer &amp; field of intellectual property on microfilm</b>
	220 15/04/1997	<b>EN - 16 - Publications: national reports, intellectual property</b>
	442 12/10/1999	<b>EN - 25 - Documenting intellectual property</b>
	541	<b>EN - 41 - Education, culture and training in</b>
	791 T&T Licensing Corporation	<b>EN - 42 - Providing intellectual property info</b>
	2 MS Road	
	Wilmington, Delaware 19807	
	US	

Die offiziellen Publikationen sind jetzt erhältlich in Custom Search, AutoScreen und ISS auf SAEGIS.



## WARUM SIE DURCH DIE ONLINE-ÜBERWACHUNG ZEIT SPAREN

Thomson CompuMark bietet Ihnen seit 1997 Online-Tools an, um die Verarbeitung von Überwachungen zu vereinfachen. Diese jahrelange Erfahrung hat uns gelehrt, dass das Überwachen von Marken viel mehr beinhaltet als nur das Auswerten von Berichten. Das ist nur die Spitze des Eisbergs. Wenn Sie Ihren Überwachungsprozess bewerten, berücksichtigen Sie am besten alle Aspekte des Prozesses. Els Denissen, Senior Product Manager Überwachungen, erläutert mit Hilfe eines theoretischen Modells, wie viel Zeit durch die Online-Arbeit bei den verschiedenen Prozessen in Ihrem Unternehmen eingespart werden kann.

### **DAS DURCHSEHEN DER ÜBERWACHUNGSBERICHTE (25 % DER ZEIT)**

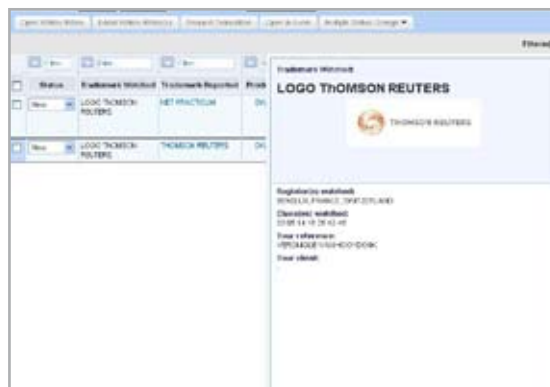
Els Denissen: „Das Durchsehen der Überwachungsberichte ist eine zeitraubende Beschäftigung. Manche Kunden meinen, dass das Sichten der Berichte auf Papier schneller geht als online auf dem Bildschirm. Andere Kunden sehen einige bedeutende Vorteile in einer Online-Umgebung: die Zuteilung von Statuscodes, die auch die anderen Kollegen sofort sehen können, die Möglichkeiten zu sortieren und zu filtern. Wir gehen in diesem Modell davon aus, dass das Sichten von Überwachungsberichten auf Papier tatsächlich 15 % schneller geht als online.“

### **ZUSAMMENARBEIT MIT KOLLEGEN (25 % DER ZEIT)**

Els Denissen: „Oft sind mehrere Mitarbeiter in einem Unternehmen am Überwachungsprozess beteiligt. Zum Beispiel wird die erste Auswahl und die letztendliche Auswahl der möglichen Konflikte oft von verschiedenen Personen durchgeführt. Das ist in vielen Fällen ein manueller Prozess. Durch die Online-Zusammenarbeit können Sie unmittelbar den Kommentar anderer Benutzer lesen und die relevanten Informationen herausfiltern. Sie profitieren von einem enormen Benutzungskomfort und von einer Zeiteinsparung von etwa 20 bis 40 %.“



Els Denissen, Senior Product Manager Überwachungen



In einer Online-Umgebung sparen Sie Zeit durch u.A. Sortieren und Filtern.

**KOMMUNIKATION MIT IHREN KUNDEN (25 % DER ZEIT)**

Els Denissen: „Kunden erwarten immer häufiger schnelle und übersichtliche elektronische Berichte über potenzielle Konflikte. Manche Büros sind also gezwungen, die relevanten Informationen auf den Papier-Überwachungsberichten manuell in digitale Daten umzuwandeln. Bei der Online-Überwachung haben Sie die Möglichkeit, eine Standard-Schablone zu erzeugen und nach Excel zu exportieren. Wir gehen dabei auch von einer Effizienzerhöhung von 20 auf 40 % aus.“

**VERWALTUNG UND ARCHIVIERUNG (25 % DER ZEIT)**

Els Denissen: „Durch die Online-Überwachung werden die Kosten für die Verwaltung des Überwachungsportfolios und andere Verwaltungsarbeiten begrenzt.“ Die archivierten Überwachungsberichte stehen zum Beispiel stets online zur Verfügung, ohne dass ein materieller Speicherplatz erforderlich ist. Wenn eine Änderung oder eine neue Überwachung erwünscht ist, geschieht dies darüber hinaus online ohne zusätzliche Arbeit.

Diese verwaltungstechnischen Möglichkeiten und die bequeme Archivierung bringen Ihnen eine Zeitersparnis von 20 bis 40 % ein.“

**GESAMTE ZEITEINSPARUNG**

Els Denissen: „Nachdem wir die verschiedenen Aufgaben durchgegangen sind, können wir in unserem Modell berechnen, wie viel Zeit Sie mit der Online-Verarbeitung Ihrer Überwachungsberichte einsparen können. Oder anders gesagt: Wie viel zusätzliche Zeit können Sie für die Kernaufgaben Ihres Betriebs verwenden. Wie Sie in den Zahlenbeispielen sehen, hängt die verwirklichte Zeiteinsparung von der Größe Ihres Überwachungsportfolios ab. In einem Unternehmen mit einem durchschnittlichen Überwachungsportfolio können Sie durch die Online-Überwachung wöchentlich beinahe zwei Stunden einsparen. Monatlich kommen dadurch schnell acht Stunden zusammen. In einem Unternehmen mit einem umfangreicheren Überwachungsportfolio kann die Zeiteinsparung auf fünfeneinhalb Stunden pro Woche bzw. etwa 22 Stunden monatlich ansteigen.“

Ansatz für ein Unternehmen, in welchem durchschnittlich **10 Stunden** pro Woche für die Überwachung von Marken verwendet werden.

	% der gesamten Zeit	Impact online	Stunden pro Woche PAPIER	Stunden pro Woche ONLINE
Verarbeitung von Überwachungsberichten	25%	+15%	2 Std. 30 Min.	2 Std. 50 Min.
Zusammenarbeit mit Kollegen	25%	-30%	2 Std. 30 Min.	1 Std. 45 Min.
Kommunikation mit Kunden	25%	-30%	2 Std. 30 Min.	1 Std. 45 Min.
Verwaltung und Archivierung	25%	-30%	2 Std. 30 Min.	1 Std. 45 Min.
Insgesamt			10 Std.	8 Std. 5 Min.
Zeiteinsparung / Woche				etwa 2 Std.
Zeiteinsparung / Monat				etwa 8 Std.

Ansatz für ein Unternehmen, in welchem durchschnittlich **30 Stunden** pro Woche für die Überwachung von Marken verwendet werden.

	% der gesamten Zeit	Impact online	Stunden pro Woche PAPIER	Stunden pro Woche ONLINE
Verarbeitung von Überwachungsberichten	25%	+15%	7 Std. 30 Min.	8 Std. 40 Min.
Zusammenarbeit mit Kollegen	25%	-30%	7 Std. 30 Min.	5 Std. 15 Min.
Kommunikation mit Kunden	25%	-30%	7 Std. 30 Min.	5 Std. 15 Min.
Verwaltung und Archivierung	25%	-30%	7 Std. 30 Min.	5 Std. 15 Min.
Insgesamt			30 Std.	24 Std. 25 Min.
Zeiteinsparung / Woche				etwa 5 Std. 30 Min.
Zeiteinsparung / Monat				etwa 22 Std.

**BERECHNEN SIE SELBST IHREN ZEITGEWINN**

Die Zahlen in diesen Beispielen sind aus praktischen Fällen abgeleitet, die wir im Laufe der Jahre gesammelt haben. Sie können diese **Berechnung** natürlich **speziell für Ihren Betrieb** durchführen, um zu bestimmen, welche Effizienzerhöhung ein Online-Tool für Ihr Unternehmen bedeutet, mit dem Tool auf [compumark.thomson.com](http://compumark.thomson.com). Oder wenden Sie sich diesbezüglich an unsere Customer Services.

Mit den neuen Watch E-Services von Thomson CompuMark wird die Online-Überwachung einfacher denn je. Die neue Version hilft Ihnen beim Einrichten eines systematischen Überwachungsprozesses und beim Aufspüren von möglichen Konflikten. Dadurch sparen Sie Zeit und erhöhen Sie Ihre Produktivität.

Diese neue Version ist auch der erste Schritt in die Richtung von SERION™, unserer neuen integrierten Online-Umgebung. SERION enthält alle Funktionen, die Sie benötigen, um weltweite Screenings, Recherchen und Überwachungen durchzuführen, zu analysieren und darüber zu berichten.

Mehr über SERION und dessen Möglichkeiten erfahren Sie auf [www.serioninfo.com](http://www.serioninfo.com).



## VON ABU DHABI BIS SIMBABWE

# IHRE MARKEN WELTWEIT RECHERCHIERT UND ANALYSIERT.

Sie wollen eine Marke in Angola auf den Markt bringen? In Kambodscha, in der Dominikanischen Republik, Haiti, im Jemen oder in Großbritannien?

Dann kann der weltweite Rechterservice von Thomson CompuMark Ihnen unschätzbare Dienste erweisen. Neben seinem herkömmlichen Geschäftsbereich baute Thomson CompuMark ein umfangreiches Netz mit etwa 250 sorgfältig ausgesuchten Partnern in über 200 Ländern aus. Außerdem steht an unserem Standort in Antwerpen ein Spezialistenteam für Sie bereit. Dieses achtet auf die Qualität Ihrer Rechercheberichte und sucht nach Antworten auf alle Ihre möglichen Fragen.

### SCHNELLE PROBLEMBEWÄLTIGUNG

„Nahezu alle Kontakte verlaufen reibungslos“, berichtet Jacqueline Verwert, Third Parties Product Manager. „Wir passen uns jedem Land an, seiner Kultur, seiner Gesetzgebung und seinen technischen Möglichkeiten.“ Die zu bewältigenden Probleme sind unterschiedlich. „E-Mail ist unser Kommunikationsmittel für den laufenden Kontakt, aber bei Ländern, deren Stromversorgung und Internetverbindung nicht ununterbrochen garantiert sind, müssen wir anders

vorgehen. Dank unseres Netzes können wir stets auf Partner in Nachbarländern zurückgreifen. Auch wenn neue Länder im Einflussbereich eines anderen Landes entstehen oder wenn Krieg oder Naturgewalten eine Region vorübergehend unerreichbar machen, bleiben wir durch unser Netzwerk immer in der Nähe.“

### KARTEIKARTEN

Weltweit behält das Third Parties Team die Übersicht mit Hilfe der ISS-Datenbank von Thomson CompuMark, ein wahrer Schatz aller Marken, die seit 1976 überall auf der Welt veröffentlicht werden. Die Information in den Berichten wird mit der Information aus unserer Datenbank verglichen und ergänzt. Wie die Lücken entstehen? „Für manche Register geben die Behörden nur beschränkte Markeninformationen frei oder sind Markendateien nicht öffentlich zugänglich“, erläutert Jacqueline Verwert. „Dann haben Markenagenten die Recherche nicht selbst in der Hand und können die von unserem Kunden erwartete Recherchequalität nicht garantieren.“

Darüber hinaus wird ab und zu noch der Karteikasten benutzt. Jacqueline Verwert: „Wenn eine Karte fehlt, weil sie in diesem Augenblick von jemand



Jacqueline Verwert,  
Third Parties Product Manager

„Wir sind immer auf der Suche nach Erweiterungsmöglichkeiten, um einen möglichst kompletten Service zu garantieren. Auf diese Weise ist Thomson CompuMark Ihr Gesprächspartner für alle möglichen Markeninformationen weltweit.“

anderem benutzt wird, kann es vorkommen, dass sie vorübergehend nicht zur Verfügung steht. Über unsere ISS-Datenbank finden wir die Lücke, und wir können unserem Kunden die vollständige Information bieten. Auch für unsere internationalen Partner können diese Qualitätskontrollen eine Hilfe sein. Das Feedback auf ihre Suchergebnisse hilft ihnen, die eigene Dienstleistung zu verbessern, und ihrerseits das nationale Patent- und Markenamt anzuregen, einen breiteren, internationaleren Ansatz zu handhaben.“ Zu ihrer grossen Zufriedenheit sieht Jacqueline Verwerft, dass Behörden und Privatunternehmen immer mehr von manuellen auf elektronische Systeme übergehen.

#### **DIE UNÜBERSICHTLICHKEIT DER GESETZE UND SPRACHEN**

In seinen Rechercheberichten will Thomson CompuMark seinen Kunden auf Grundlage einer korrekten legalen Beratung eine Übersicht über alle identischen und ähnlichen Marken bieten. „Wir gehen von den Marken aus, über welche die lokalen Markenexperten Bericht erstatten. Trotz der Unübersichtlichkeit der Sprachen und der jeweiligen örtlichen Rechtsprechung finden wir treffsicher die Marken, über die Bericht erstattet werden soll“, erklärt Jacqueline Verwerft. „Falls dies trotzdem nicht zu optimalen Ergebnissen führen sollte, korrigieren wir.“ Als Beispiel nennt sie den europäischen Namen BRUNO MAGIARI, wobei nicht überall auf der Welt die Bedeutung des Familiennamens erkannt wird. Zum Beispiel ist für den chinesischen Markenexperten durchgehend der Beginn einer Marke dominant. „Auch bei Ländern, in denen ausschließlich (phonetisch) identische Marken wiedergegeben werden, korrigieren wir. Denn unsere Kunden erwarten eine kohärente und konsistente Arbeitsweise in den Berichten.“

#### **DIE INSTRUMENTE SIND GESTIMMT**

Ein Team aus sechs engagierten Mitarbeitern bei Thomson CompuMark kontrolliert ganztägig die Produktqualität des internationalen Netzwerks. „Das beginnt schon beim Screening von potenziellen Partnern“, präzisiert Jacqueline Verwerft. „Solide örtliche Firmen mit Erfahrung genießen dabei unseren Vorzug. Ihre Qualität und Verfügbarkeit bieten mehr Sicherheit. Doch wir schließen die kleineren Unternehmen nicht aus. Denn diese bieten mitunter einen schnelleren Service, da ihr Kundenstamm kleiner ist.“ Wie auch immer folgt auf ein Sondierungsgespräch eine Phase des Coachings und der Ausbildung. „Dann stimmen wir uns über optimale Kriterien für den Inhalt eines Berichts und die Schnelligkeit der Lieferung ab.“ Zum Abschluss folgt eine Testphase, in der fünf bis zehn erfolgreich ausgewertete Recherchen zu einer langfristigen Zusammenarbeit führen können. „Erst dann verwenden wir den Service auch für unsere Kunden“, berichtet Jacqueline Verwerft.

#### **AUSBREITUNG**

Thomson CompuMark ist immer auf der Suche nach Erweiterungsmöglichkeiten und ausgezeichneten Partnern, um einen möglichst kompletten Service zu garantieren. „Unsere Kunden benötigen insbesondere Hilfe bei Berichten in einer anderen Schrift“, erklärt Jacqueline Verwerft. „Die Recherchen mit Interpretation stehen gegenwärtig bereits für China zur Verfügung. Möglicherweise werden diese Recherchen in Zukunft noch auf andere asiatische Länder wie Hongkong, Malaysia, Japan und Süd-Korea ausgeweitet. Mittelfristig kommen auch arabische Länder hinzu.“

Auf diese Weise ist Thomson CompuMark Ihre Ansprechstelle für alle möglichen Markeninformationen in allen Ländern der Welt.

„Thomson CompuMark hat ein umfangreiches Netz aus 250 ausgewählten Partnern in mehr als 200 Ländern. Ein Team aus sechs Spezialisten überwacht konstant die Qualität.“



Das Third Parties Team

# BRASILIEN, DAS LAND DER VIELEN MÖGLICHKEITEN

## WIRTSCHAFTSWACHSTUM BIETET MARKEN- INHABERN GUTE GELEGENHEITEN

### WIRTSCHAFTSWACHSTUM

Brasilien ist das größte Land Südamerikas, das fünftgrößte Land der Welt und eine der am dichtesten bevölkerten Demokratien der Welt. Aber für Markeninhaber, die auf der Suche nach neuen Gelegenheiten sind, ist Brasilien größer denn je. Das Land, das früher unter einer hohen Inflation und einer unausgeglichene Wirtschaft litt, ist heute eines der stabilsten, dynamischsten und am schnellsten wachsenden Wirtschaftsländer. Brasilien schafft neue Möglichkeiten für jede Industriebranche – von Energie und Landwirtschaft bis zu den Konsumerzeugnissen. „Brasilien erlebt einen wirtschaftlichen Höhepunkt, oder doch zumindest seit den 70er Jahren“, sagt Leticia Provedel, Anwältin für geistiges Eigentumsrecht, die sich auf internationales Handelsmarkenrecht spezialisiert hat. „In den vergangenen zehn Jahren ist die Inflation in Brasilien von 30 % auf 5 % jährlich gesunken. Das hat eine überwältigende Auswirkung auf den Verbraucher gehabt, was sich in einem stark angestiegenen Konsumentenvertrauen und einer bedeutend höheren Kaufkraft ausgedrückt hat.“ Die Antwort des Weltmarktes war eine enorme Expansion, was Auslandsinvestitionen betrifft. Im Jahr 2007 betrug der Gesamtbetrag dieser Investitionen 30 Milliarden Dollar, eine Zunahme um nicht weniger als 28 % im Vergleich mit dem Jahr zuvor.

### ANZAHL DER MARKEN VERDOPPELT

Die schnelle Zunahme an wirtschaftlicher Aktivität hatte eine nahezu ebenso imposante Folge für die Anzahl der Markenfragen. Laut Leticia Provedel stieg die Anzahl der Anfragen beim brasilianischen Patent and Trademark Office von 32 000 im Jahr 2006 auf mehr als 61 000 in der ersten Hälfte des Jahres 2007. Es ist deutlich, dass Brasilien zahlreichen Marken ungeahnte Möglichkeiten bietet. Laut Leticia Provedel ist ein gutes Verständnis der einzigartigen Markenlandschaft Brasiliens jedoch enorm wichtig für jedes Unternehmen, das im Land eine neue Marke auf den Markt bringen will oder den Bereich einer existierenden Marke ausbreiten will.

### RECHERCHE NOTWENDIG

Gerade wegen der großen Anzahl der Marken und deren schneller Zunahme betont Leticia Provedel die Bedeutung der Recherche, bevor eine Marke beantragt wird.

„Die PTO-Suchmaschine in Brasilien reicht nicht aus. Sie ist nicht sehr flexibel und sehr benutzerunfreundlich“, fährt Leticia Provedel fort.

„Das Tool erlaubt nicht, Klassifikationen zu kombinieren, Suchergebnisse zu verfeinern oder in einer Suche mehrere Wörter einzugeben. Deshalb mussten manche IP-Anwaltsbüros selbst ihre Datenbanken und Tools entwickeln.“

„Für diejenigen, die nicht über die Tools verfügen, um ihre eigenen Datenbanken zu entwickeln, oder für Firmen außerhalb Brasiliens sind kommerzielle Tools wie Thomson CompuMarks SAEGIS™ eine attraktive Alternative“, schließt Leticia Provedel. SAEGIS hat seinem Gesamtangebot vor Kurzem eine Datenbank für Brasilien hinzugefügt.



Leticia Provedel, Anwältin für geistiges Eigentumsrecht

Für Kunden, die ihr Unternehmen auf Brasilien, Russland, Indien oder China erweitern, stellt Thomson CompuMark ein umfangreiches Angebot an Recherchedienstleistungen zur Verfügung.

- Online Screening in chinesischen und brasilianischen Datenbanken auf SAEGIS.
- Gründliches Clearance für jedes BRIC-Land. Individuell oder kombiniert.
- Überwachung, um Ihre Marke in Brasilien, Russland, Indien und China zu schützen.

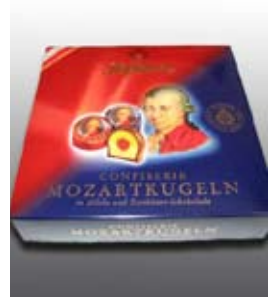


# IP-NACHRICHTEN

## DIE MARKE „MOZART“ IST BESCHREIBEND FÜR SCHOKOLADE

Ein deutsches Unternehmen hat versucht, die Marke „Mozart“ für Klasse 30 „Bankettbäckerei- und Konditoreiwaren, Schokoladen- und Zuckerwarenprodukte“ anzumelden. Der schweizerische Schokoladenhersteller Lindt, Produzent der bekannten „Mozartkugeln“, legte dagegen jedoch Einspruch ein.

Das Gericht erster Instanz urteilte, dass das deutschsprachige Publikum den Begriff „Mozart“ als ein Verweis auf das Rezept der Mozartkugel interpretieren kann. „Mozart“ wird dadurch beschreibend und kann nicht für andere Schokoladenerzeugnisse angemeldet werden.



## „OLYMPISCHER PUDDING“ VON MONA VERBOTEN

Der niederländische Molkereibetrieb Mona brachte vor Kurzem einen speziellen Pudding anlässlich der Olympischen Spiele auf den Markt. Dagegen wurde schon bald Einspruch vom niederländischen olympischen Komitee des niederländischen Sportverbands (NOC\*NSF) eingelegt. Das NOC\*NSF ist Eigentümer der Benelux-Wortmarke „Olympisch“ und war der Ansicht, dass Mona mit dem „Olympischen Pudding“ gegen seine Markenrechte verstieß.

„Um den Wert der Marke zu schützen, haben wir alles definiert“, erklärte Paul Holster, Marketingleiter des NOC\*NSF. „Dadurch ist es auch nicht gestattet, „olympisch“ als Adjektiv zu verwenden.“

Mona musste die Reklame für das Dessert stornieren und den Olympischen Pudding durch einen anderen Pudding ersetzen. Mona bringt jeden Monat einen neuen Pudding auf den Markt, häufig in einem aktuellen Zusammenhang. Während der Fußball-EM gab es zum Beispiel einen „Leichten EM-Pudding“ und voriges Jahr gab es während der Frankreich-Rundfahrt einen „Punkte-Trikot-Pudding“.



## LOKALE MARKE SEAT VERHINDERT REGISTRIERUNG VON „MAGIC SEAT“

Das Gericht erster Instanz hat einen Einspruch von Honda Motor Europa, die Wortmarke „Magic Seat“ als Gemeinschaftsmarke zu registrieren, abgewiesen. Honda wollte diese Marke in Klasse 12 (Autozubehör, Autositze ...) eintragen lassen. Seat legte jedoch Einspruch ein wegen ihres Eintrags in Spanien in Klasse 12.

Das Gericht urteilte, dass die Marken ähnlich und die Waren identisch seien und dass eine Verwechslungsgefahr bestehe.



# LERNEN SIE THOMSON REUTERS KENNEN

Der 17. April 2008 ist ein ganz besonderer Tag im kollektiven Gedächtnis von The Thomson Corporation in Kanada und der Reuters Group PLC in London. Seitdem beide zusammenarbeiten, ist Thomson Reuters die maßgebliche Informationsquelle für die Wirtschaft und Spezialisten.



**THOMSON REUTERS**

Gemeinsam mit Jan Broeckx, Managing Director von Thomson CompuMark, gehen wir näher auf die Bedeutung dieser neu gebildeten weltweit agierenden Organisation ein und was die Zusammenarbeit für Thomson CompuMark und seine Kunden konkret bedeutet.

## Was bedeutet Thomson Reuters für Thomson CompuMark?

Jan Broeckx: „Thomson Reuters ist eine Weltmarke, die die Stärke von Reuters in Europa und Asien mit der von Thomson in Amerika kombiniert. Für Thomson CompuMark, das selbst schon auf der ganzen Welt aktiv ist, ist diese starke Marke ein wichtiger Vorteil in allen Regionen, in denen wir Geschäfte machen. Neben der Tatsache, dass es sich um eine weltweit aktive Marke handelt, verfügt Thomson Reuters auch über ein eindrucksvolles Spektrum an Geschäftsbereichen. Es bietet eine breite Palette innovativer Produkte und Dienstleistungen sowohl für Kunden im finanziellen, juristischen und sozialen Sektor als auch in den Bereichen Wissenschaft, Buchhaltung und Medien an. Einzelne Unternehmen, Thomson CompuMark einbegriffen, werden in Zukunft auf die Suche nach Methoden gehen, um ihren Vorteil aus der kombinierten Stärke und dem gemeinsamen Angebot von Thomson Reuters zu ziehen.“



Jan Broeckx, Managing Director von Thomson CompuMark



### Was hat sich für die Thomson CompuMark-Kunden seit April, als Thomson Reuters entstanden ist, verändert?

Jan Broeckx: „Unsere Kunden werden merken, dass Thomson Reuters ein eigenes Logo und eine eigene visuelle Identität hat. Indem unser Name Thomson CompuMark – mit der Marke Thomson Reuters verbunden wurde, machen wir unsere Zusammenarbeit öffentlich. Sehr viele unserer Kunden haben sich übrigens positiv über unsere neue Marke geäußert.“

Praktisch gesehen haben sich unsere E-Mail-Adressen geändert. Künftig steht am Ende jeder Mail-Adresse @thomsonreuters.com.

Im Gegensatz zu der Marke änderte sich nichts an unserem Produktangebot und unseren Geschäftsabläufen. Die Kunden können noch immer dieselben Dienstleistungen in Anspruch nehmen und mit uns wie früher Geschäfte machen. Unser Schwerpunkt ist weiterhin das Anbieten der zuverlässigsten Markeninformationen und des besten Service, einschließlich innovativer Online-Workflow-Anwendungen, die unseren Kunden helfen, Zeit zu sparen und ihren Workflow zu optimieren.“

### Ändert sich in Zukunft noch etwas am Produkt- und Dienstleistungsangebot von Thomson CompuMark?

Jan Broeckx: „Alle Abteilungen von Thomson Reuters, einschließlich Thomson CompuMark, sind äußerst stark bei der Verarbeitung von Daten über Urheberrechte und bei der Übermittlung dieser Informationen an die Entscheidungsträger, auf die richtige Weise, zum richtigen Zeitpunkt.“

Thomson Reuters hat ein umfangreiches Portfolio an Produkten und Lösungen, die sich sehr gut ergänzen. Weil Thomson CompuMark selbst ein Unternehmen in der Branche Inhalt und Wissen ist, ist es logisch, dass wir, im Hinblick auf die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen, auf die Suche nach Möglichkeiten gehen, die unsere Mittel und Kenntnisse verstärken. Mit diesem Ziel vor Augen haben wir schon Rechercheprojekte eingerichtet und stellen wir unser Know-How zur Verfügung. Zum Beispiel prüfen wir momentan, ob Nachrichten aus der PR-Industrie oder andere Informationen von Thomson Reuters in die Dienstleistungen von Thomson CompuMark integriert werden können, um auf diese Weise einen Mehrwert für Trademark- und IP-Fachleute zu schaffen.“

### ÜBER THOMSON REUTERS

Thomson Reuters besteht aus verschiedenen Geschäftseinheiten, die sich jede für sich an spezielle Branchen und Fachleute richten, und zwar mit einem großen Angebot an innovativen Produkten und Dienstleistungen:

#### RECHT

Informations- und entscheidungsunterstützende Tools und Dienstleistungen für Fachleute aus Firmen und Behörden im Bereich von Rechtsprechung und Urheberrecht. Wichtigste Marken: Thomson CompuMark, Westlaw, Elite, FindLaw, Sweet & Maxwell.

#### BUCH- HALTUNG & STEUERN

Informations- und entscheidungsunterstützende Tools und Dienstleistungen für Fachleute aus den Branchen Steuern und Buchhaltung. Wichtigste Marken: Checkpoint, CS Professional Suite, PPC.

#### WISSEN- SCHAFT

Informations- und entscheidungsunterstützende Tools und Dienstleistungen für Forscher, Wissenschaftler und Informationsspezialisten. Wichtigste Marken: Thomson Pharma, Web of Science, ISI Web of Knowledge, Thomson Innovation und IP Management Solutions wie Portfoliomanagement und Patent- und Markenerneuerungsdienstleistungen.

#### GESUND- HEITS- WESEN

Informations- und entscheidungsunterstützende Tools für Fachleute aus dem Branchen Gesundheitswesen um ihre klinische und geschäftliche Leistungen zu verbessern.

#### FINANZEN

Informationslösungen für Finanzfachleute und COs. Wichtigste Marken: TradeWeb, Reuters Trader, Thomson ONE, Lipper, Reuters News.

#### MEDIEN

Weltweite Informations- und Nachrichtendienstleistungen für Zeitungen, Websites, Fernsehsender, Rundfunkanstalten und direkt für Geschäftsleute. Reuters.com ist eine der bekanntesten Lösungen auf diesem Gebiet.

### THOMSON REUTERS AUF EINEN BLICK

- Vorläufige Umsatzzahlen für 2007: USD 12,4 Milliarden
- Ungefähr 50 000 Mitarbeiter in 93 Ländern
- Geführt von Chief Executive Officer Thomas H. Glocer
- Hauptverwaltung in New York, USA
- Thomson-Reuters-Aktie werden gehandelt in New York (NYSE: TRI), Toronto (TSX: TRI), London (LSE:TRIL) und an der Nasdaq (NASDAQ: TRIN).

Mehr Informationen über Thomson Reuters finden Sie auf der Website [thomsonreuters.com](http://thomsonreuters.com).

### NEUE E-MAIL-ADRESSEN

Bitte ändern Sie diese Adressen in Ihren Systemen, damit Sie weiterhin die Berichte und E-Mails von Thomson CompuMark erhalten können.

compumark.be@thomsonreuters.com  
 compumark.uk@thomsonreuters.com  
 compumark.fr@thomsonreuters.com  
 compumark.it@thomsonreuters.com  
 compumark.nordic@thomsonreuters.com

Unsere URL bleibt unverändert:  
[compumark.thomson.com](http://compumark.thomson.com)

# QUIZ

## MARKEN KURZ GEFASST

Die folgenden Marken sind jeweils Abkürzungen.  
Wofür stehen sie? Schreiben Sie die Lösung hinter die  
Marke und gewinnen Sie eine nette Überraschung.

SAAB: .....

IBM: .....

BBC: .....

AEG: .....

C&A: .....

FIAT: .....

SEAT: .....

OXFAM: .....

### LÖSUNG DES LETZTEN QUIZES

Wenn Sie beim letzten  
Mal die Marken mit  
dem richtigen  
Ursprungsland verbunden  
haben, erhielten Sie  
die folgenden  
Kombinationen:

- 1 = e Zara – Spanien
- 2 = a Oilily – Niederlande
- 3 = g Burger King – USA
- 4 = d Kenzo – Japan
- 5 = f Benetton – Italien
- 6 = b Swarovski -  
Österreich

Den folgenden fünf  
Lesern wird in Kürze ihre  
Überraschung zugestellt:

Herr Tapio Blanc –  
F. Hoffmann – La Roche  
AG – Schweiz

Herr Stefan Wenden –  
Moll Wenden Advokatbyrå  
– Schweden

Frau Camelia Ispas –  
Schwabe, Sandmair &  
Marx – Deutschland

Frau Karin Timmer  
– Onel Trademarks –  
Niederlande

Frau Silvia Biancalani –  
Notarbartolo & Gervasi  
SPA – Italien

**Senden Sie Ihre Lösung an  
compumark.questionmarks@thomsonreuters.com  
oder faxen Sie diese an +32 3 220 73 90**

Frau  Herr

Name: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Anschrift \_\_\_\_\_

Land: \_\_\_\_\_