

TIPPS FÜR START-UPS ZUM SCHUTZ DES GEISTIGEN EIGENTUMS



Dr. Julia Schneider
Rechtsanwältin / Fachanwältin
für Gewerblichen Rechtsschutz
Menold Bezler Rechtsanwälte
Steuerberater Wirtschaftsprüfer
Partnerschaft mbB



Markus Kleinn
Rechtsanwalt im Bereich
Gewerbliche Schutzrechte,
Wettbewerbs- und
Urheberrecht

Immer mit Vollgas voraus. Diese für Start-ups typische Dynamik gilt für alle Phasen der Entwicklung: Inspiration und Idee, Umsetzung und Gründung sowie Wachstum. Dabei muss klar priorisiert werden; der Schutz des Wertvollsten, DER IDEE, kommt häufig zu kurz. Unkenntnis, Zeit- und Kostendruck führen dazu, dass rechtlicher Rat zu den Möglichkeiten, Know-how, Technik, Design und Marke zu schützen, zu selten eingeholt wird. Dabei sind genau diese Faktoren häufig die Basis für den Erfolg eines Start-ups. Welche Module bieten einen empfehlenswerten und bezahlbaren Basisschutz, und wie gehen zwei erfolgreiche Gründer:innen mit diesem Thema um?

Know-how

Wertvolles Know-how wie Rezepturen, Kundendaten oder technische Informationen sollte jedes Unternehmen schützen. Denn nur wer angemessene Schutzmaßnahmen für sein Know-how trifft, kann nach dem Gesetz auch erfolgreich gegen Verletzungen vorgehen. Ein solides Schutzniveau, bestehend aus einer individuellen Kombination aus technischen, personellen und organisatorischen Maßnahmen, ist unkompliziert und kostengünstig zu etablieren und kann rechtlich und tatsächlich viel bewirken.

Schutzrechte

Soweit Ideen durch Schutzrechte abgesichert werden können, sollte dies so früh wie möglich erfolgen. Patentschutz für technische Erfindungen ist für Start-ups manchmal zu langwierig und teuer. Schneller und günstiger ist das sogenannte „kleine Patent“, auch als Gebrauchsmuster bekannt. Namen und Logos können dauerhaft und effektiv durch Marken gesichert werden. Für Designs lässt sich zusätzlich ein eingetragenes Designrecht beantragen.

Verträge

Gerade wenn die ersten Mitarbeiter:innen eingestellt und Agenturen mit der Entwicklung und Vermarktung beauftragt werden, ist es dringend empfehlenswert, Regelungen aufzustellen, wem die Rechte an den Entwicklungen zustehen sollen und wie die Verwertung dieser Arbeitsergebnisse aussehen darf.

Fazit

Wichtig ist die Priorisierung, denn bei einigen Schutzrechten laufen Neuheitsfristen, nach deren Ablauf ein Schutz der Erfindung per Gesetz ausgeschlossen ist. Dagegen besteht beispielsweise beim Schutz des Logos keine große Eile, da dieser jederzeit nachgeholt werden kann und der Schutz der Wortmarke immer Vorrang haben sollte. Um hier richtig zu entscheiden, kann anwaltliche Unterstützung hilfreich sein. Sinnvoll ist es, eine Kanzlei mit Erfahrung in der Start-up-Beratung und besonderen Vergütungsmodellen in diesem Bereich zu beauftragen, um optimale Beratung zu bekommen.

Mit GRÜNDER:INNEN IM GESPRÄCH

Zwei Gründer:innen verraten, ab welchem Zeitpunkt der Schutz ihres geistigen Eigentums eine Rolle spielte, und berichten von ihrer Idee und der Aufbauphase. Der Gesprächspartner Julian Reitze gründete 2017 gemeinsam mit Stefan Zender die rezemo GmbH, die ökologische Kaffeekapseln aus Holz produziert. Valentina Ullrich gründete 2020 die Loba Health GmbH, die natürliche Heilmittel zur Verbesserung des Wohlbefindens und der hormonellen Balance von Frauen entwickelt.



Was hat Sie inspiriert zu gründen?

Julian Reitze: In meiner Studenten-WG legten wir uns irgendwann eine Kapselmaschine zu und waren entsetzt angesichts der anfallenden Abfallmengen.

Valentina Ullrich: Nichts inspiriert mehr als der eigene Need. Ich will stetig etwas aufbauen und erschaffen, arbeite am liebsten agil und liebe das Gefühl der Achterbahn. Außerdem findet hormonelle Frauengesundheit zu wenig Beachtung.

Welche Rolle spielten Dritte, zum Beispiel Business Angels und Inkubatoren, bei der Gründung?

Julian Reitze: Nach zwei Jahren Bootstrapping kamen Ende 2017 die ersten Business Angels an Bord. 2019 folgte wieder zusammen mit Business Angels die zweite Finanzierungsrunde.

Valentina Ullrich: Kein Business funktioniert nur aufgrund der Gründer:innen und ihrer Idee – es bedarf eher eines ganzen Dorfes. Unsere Business Angels haben durch ihr Vertrauen, ihre Beratung und die nötige finanzielle Spritze die Basis für unseren Erfolg gelegt: Ich erhielt außerdem von Anfang an viel operativen und strategischen Support durch Mentor:innen.

Julian Reitze: Viele Fragestellungen beim Aufbau eines Unternehmens sind für Gründer:innen Neuland. Hier ist es ein unschätzbare Vorteil, erfahrene Unternehmer:innen an der Seite zu haben.

Wie sind Sie auf die Marke gekommen? Hatten Sie dabei externe Unterstützung von Agenturen?

Valentina Ullrich: Es waren eher Stunden an Research und Brainstorming in meinen eigenen vier Wänden und Hilfe von Freelancer:innen im Anschluss.

Julian Reitze: Die Marke „rezemo“ haben wir als Gründer in Eigenregie entwickelt und angemeldet.

War Ihnen in der Gründungsphase das Thema „Schutz von Know-how, Ideen und Marken“ bewusst? Wenn ja, welche Bedeutung hat dieses Thema, woher kam dieses Bewusstsein, und gab es Input / Unterstützung von Dritten / Berater:innen?

Valentina Ullrich: Da ich Erstgründerin war: nein. Zum Glück haben meine Investor:innen das Thema angestoßen.

Julian Reitze: IP spielt eine wichtige Rolle; schließlich müssen wir sicherstellen, dass sich unsere Entwicklungsleistung auch wirtschaftlich auszahlt. Wir haben daher frühzeitig mehrere Patente angemeldet und werden dafür auch von einer Kanzlei betreut, weil die Materie sehr komplex ist. Am Ende ist der

Schutz von Know-how aber auch immer Vertrauenssache – Geheimhaltung ist vielleicht sogar der beste Schutz.

Wie hoch ist das Budget, das Sie für das Thema „Schutz von Know-how, Ideen und Marken“ eingeplant haben?

Valentina Ullrich: Zunächst keines, dann aber faktisch 4,3% des anfänglich verfügbaren Geldes.

Julian Reitze: Der Aufbau einer anständigen Schutzposition bei neuen technischen Lösungen, die ein entsprechendes wirtschaftliches Verwertungspotenzial aufweisen, sollte bei einem Start-up nicht am Budget scheitern.

Wie risikofreudig sind Sie bei Ihren Werbeclaims, und würden Sie auch mit Claims auf den Markt gehen, von denen Sie auch wissen, dass Sie sich damit rechtlich angreifbar machen, aber der Werbeeffect Ihnen das wert ist?

Valentina Ullrich: Grundsätzlich würde ich immer eine Beratungsschleife drehen.

Julian Reitze: Der Schaden, der entsteht, wenn man eigene Slogans im Nachhinein kassieren muss, ist vermutlich größer als der kurzzeitige Benefit einer aggressiven Markenwahrnehmung. Ich würde deshalb eher davon abraten, mit zu sportlichen Aussagen aufzutreten.

Welche Perspektive/Vision haben Sie – wo sehen Sie Ihr Unternehmen in zehn Jahren?

Valentina Ullrich: Weitere Produkte und Services im Bereich der (hormonellen) Frauengesundheit zu entwickeln – um so von der Pubertät bis zu den Wechseljahren alle entscheidenden Bereiche abzudecken und Frauengesundheit innerhalb des Gesundheitssystems mehr zu fördern.

Julian Reitze: Wir wollen Marktführer für nachhaltige Verpackungen als Alternative zu solchen aus fossilen Kunststoffen werden. Technisch sind wir schon ganz vorne. Für die Zeit nach dem Öl, die sich heute sehr viele aus den verschiedensten aktuellen Gründen herbeisehnen, sind wir bestens aufgestellt.

Liebe Frau Ullrich, lieber Herr Reitze, wir bedanken uns herzlich bei Ihnen für die offenen und ehrlichen Antworten und wünschen Ihnen beiden weiterhin viel Erfolg!

Dr. Julia Schneider
Markus Kleinn