

# Lizenzvergabe durch KMU: Zahlen und Fakten von Unionsmarkeninhabern

Zusammenfassung



## ZUSAMMENFASSUNG

---

Aufgrund ihres Potenzials im Hinblick auf die Erwirtschaftung höherer Profite und die Wertschöpfung für ein Unternehmen spielen Vermögenswerte an geistigem Eigentum eine zunehmend wichtige Rolle in der Unternehmensstrategie. Ebenso wie andere Vermögenswerte eines Unternehmens kommt Werten an geistigem Eigentum somit eine große Bedeutung zu. Die Ermittlung dieses Wertes ist jedoch mitunter schwierig und die Schätzung des Wertes von geistigem Eigentum stellt nach wie vor ein erhebliches Hindernis dafür dar, dass Rechte an geistigem Eigentum als handelbare Vermögenswerte betrachtet werden. Eine Marke ist eine Form eines Rechts an geistigem Eigentum, das dazu beiträgt, das Firmenzeichen eines Unternehmens zu etablieren und dessen Unterscheidungskraft auf dem Markt zu unterstreichen. Dem Bericht des EUIPO und des EPA über den Beitrag schutzrechtintensiver Wirtschaftszweige in der EU<sup>(1)</sup> zufolge leisten Wirtschaftszweige, die Marken intensiv nutzen, den größten Beitrag zur EU-Wirtschaft. Auf diese Wirtschaftszweige entfallen 30 % der Beschäftigung in der EU (direkt und indirekt) sowie 37 % des BIP der EU.

Die Inhaber einer Marke können diese zur Kennzeichnung der von Ihnen hergestellten Waren oder von ihnen erbrachten Dienstleistungen nutzen. Sie können aber auch einem anderen Unternehmen (dem Lizenznehmer) die Erlaubnis erteilen, die Marke im Austausch für einen wirtschaftlichen Vorteil zu nutzen. Die Vergabe von Markenlizenzen ist somit eine Möglichkeit, wirtschaftlichen Nutzen aus den Rechten des geistigen Eigentums zu ziehen. Dieser Bericht bewertet auf der Grundlage erkennbarer Merkmale einer Stichprobe von KMU, die Inhaber von Unionsmarken sind und Lizenzen dieser Marken an Dritte vergeben, den Bestand eines Unternehmens an Marken. Anschließend wird der kapitalisierte Wert der Unionsmarke als das Gesamteinkommen geschätzt, das während der wirtschaftlichen Nutzungsdauer der Marke voraussichtlich aus der Lizenzvergabe erzielt wird.

Eine Erhebung bei KMU, die Inhaber von Marken sind, zeigt, dass 7,5 % dieser Unternehmen im Zeitraum 2013-2017 Lizenzen für diese Marke an Dritte vergeben haben. Darüber hinaus geht aus dieser Erhebung hervor, dass die durchschnittlichen jährlichen Einnahmen aus der Lizenzierung von Unionsmarken im Zeitraum 2013-2017 pro Unternehmen auf 64 924 EUR geschätzt werden (dies entspricht 5,7 % des durchschnittlichen Umsatzes der KMU in Europa). Die geschätzten jährlichen Einnahmen aus der Lizenzierung von Unionsmarken durch KMU in der EU belaufen sich somit insgesamt auf 1,9 Mrd. EUR.

---

<sup>(1)</sup> EUIPO/EPA „Schutzrechtintensive Wirtschaftszweige und Wirtschaftsleistung in der Europäischen Union“. Analysebericht auf Ebene der Wirtschaft, September 2019. Dritte Auflage“.

Die durchschnittliche Nutzungsdauer einer von KMU eingetragenen Unionsmarke beträgt laut Register des EUIPO 20 Jahre. Aufgrund dessen sowie der auf der Grundlage der Ergebnisse der Erhebung wird der kapitalisierte Bruttowert der von KMU lizenzierten Unionsmarken für ihre gesamte erwartete Nutzungsdauer auf 38 Mrd. EUR geschätzt, was 1,3 Mio. EUR pro lizenzgebendem Unternehmen entspricht.

Aus der Erhebung geht auch hervor, dass KMU im Dienstleistungssektor eher Lizenzen für ihre Marken vergeben und höhere Einnahmen daraus erzielen, und zwar sowohl in absoluten Zahlen als auch im Verhältnis zum durchschnittlichen Umsatz aller KMU.

## Lizenzvergabe durch KMU: Zahlen und Fakten von Unionsmarkeninhabern

