

Reisinger wirbt für die längste Burg der Welt

„Wir brauchen mehr Touristen“ - Patentanwalt: Hinweise auf Schildern verstoßen nicht gegen das Markenrecht



Burghausen. „Burghausen hat die längste Burg der Welt und dieser Superlativ wird uns überleben und auf Dauer erhalten bleiben“, sagt Georg Reisinger und bemängelt, dass in Burghausen die damit verbundenen Chancen für den Tourismus zu wenig erkannt würden. „Mir wird unterstellt, es gehe mir nur ums Geld für die Marke 'Die längste Burg der Welt®', bedauert der Betreiber der Bayerischen Alm. Das ärgert ihn. Und Reisinger kontert diesen Vorwurf mit dem Hinweis: „Wir haben dem Burgcafé und dem Veranstalter

Stefan Löwen bereits erlaubt, mit der längsten Burg der Welt zu werben, ohne dafür etwas zu verlangen.“

Dass es ihm wirklich ums große Ganze geht, begründet Reisinger auch mit dem Hinweis: „Geld hätten wir viel einfacher bekommen können, wenn wir uns den nicht geschützten bestehenden Begriff „Die längste Burg Europas“ als Marke gesichert hätten.

Vor drei Jahren hat Reisinger zusammen mit dem Emmertinger Reinhold Grundke beim Deutschen Patentamt das Markenrecht Die längste Burg der Weltfi eintragen lassen. Es gilt für Deutschland und Österreich, zunächst zehn Jahre, mit der Möglichkeit der Verlängerung - gegen Gebühr versteht sich. Beraten hat die beiden der Münchner Patentanwalt Dr. Alfons Hofstetter, der in Burghausen familiär verwurzelt ist.

Die beiden Rechteinhaber und ihr Anwalt luden den *Anzeiger* am Wochenende zu einer Gesprächsrunde mit dem Ziel, noch einmal ihr Anliegen zu verdeutlichen. Zudem legte Hofstetter klar, was das Markenrecht konkret bedeutet, wo es verletzt wird und was nicht geschützt ist. So könnte seinen Worten nach die Stadt jederzeit ihr Schild am Stadteingang ändern und auf die längste Burg der Welt verweisen. „Da geht es um Information, um einen beschreibenden Hinweis auf das Bauwerk und das verletzt nicht die Rechte der Markeninhaber“, so Hofstetter.

Den Superlativ „Welt“ hält Reisinger deshalb für wichtig, „weil der für Leute aus den umliegenden Zentren Linz, München und Salzburg ein Grund ist, nach Burghausen zu kommen.“ Nicht nur dort. Interesse an Burghausen hat Georg Reisinger auch bereits in Japan ausgemacht. „Und wir brauchen einfach mehr Gäste. Fußball, Werbering Einzelhandel und der Jazz - alle werden davon profitieren“, blickt er hoffnungsvoll in die Zukunft.

Wenn da nicht die Bremser wären. Sowohl die Schlösserverwaltung als auch die Stadt stehen bisher der Marke eher reserviert gegenüber. Reisinger und Grundke hoffen nun auf die Bayerische Landesausstellung 2012 auf der Burg. Wenn dafür die Werbung mit der längsten Burg der Welt betrieben werden soll, „müssen wir jetzt an den Start gehen“, so die Rechteinhaber. Die Eintragung der Rechte hat sie Geld und sehr viel Arbeitskraft gekostet. Auszahlen für sie kann sich das erst langfristig und nur dann, wenn der Begriff „Die längste Burg der Welt“ oft verwendet und entsprechend bekannt wird. Erst dann bekommt die Marke einen wirklichen Wert. - rw

Unter das Markenrecht fallen unter anderem folgende Nutzungen des Begriffs „Die längste Burg der Welt“: Aufkleber und Sticker, Bücher, Papierfahnen, Schreibwaren und Postkarten, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing. Letzten Endes geht es um den wirtschaftlichen Nutzen, den ein Verwender des Begriffs hat .

Nicht unter das Markenrecht fällt die Tatsache, dass Burghausen gemäß der Prüfung durch Guinness die längste Burg der Welt hat. Anwalt Hofstetter empfiehlt, im Zweifelsfall die Markeninhaber um Erlaubnis zur Nutzung zu fragen.