

APRIL
2009

justament

Die Karriere-Zeitschrift für Juristen

Lausige Zeiten?

Medien-, Marken- und Urheberrecht
im Blickpunkt



Jagd auf Raubkopierer
Juristen in Medienverbänden
Instrumente des Presserechts
Erlebnis China

Mit einem Spezial zum
Kapitalmarktrecht

Es muss auch menschlich passen

Jonas, Viefhues, Hamacher, Weber –
Zu Gast bei der JONAS Rechtsanwalts-gesellschaft mbH in Köln

■ *Inessa Molitor*

Heute erinnert äußerlich lediglich die magenta anmutende Farbgebung des Kanzleischriftzuges noch an alte Linklaters-Zeiten. In 2007 aus der Kölner Sozietät hervorgegangen hat sich die JONAS Rechtsanwalts-gesellschaft mbH nur zwei Jahre später, insbesondere auf dem Sektor des gewerblichen Rechtsschutzes, etabliert.

Aus eins mach zwei

Im siebten Jahr nach der Fusion von Oppenhoff & Rädler und Linklaters geht die Kölner Kanzlei innovative Wege und lagert das einst durch Walter Oppenhoff geprägte Kerngeschäft in eine unabhängige Sozietät aus: Aus dem IP-Team entsteht die JONAS Rechtsanwalts-gesellschaft mbH und übernimmt das einstige Linklaters-Flagschiff. Unter neuem Namen, aber altem Know-how startet die Gesellschaft von Beginn an durch und erntet sogleich marken- und wettbewerbsrechtliche Erfolge, die in 2008 durch die Auszeichnung „Kanzlei des Jahres im Marken- und Wettbewerbsrecht“ in der Öffentlichkeit ihren vorläufigen Höhepunkt erlebt. „Wir haben uns zwar zum Ziel gesetzt, zu den Top-Kanzleien in Deutschland aufzusteigen, aber zu dem Zeitpunkt des Awards hat mit dieser Auszeichnung niemand gerechnet,“ übt sich der renommierte Markenrechtler Kay Uwe Jonas, Partner und Namensgeber in Bescheidenheit und straft damit gleichzeitig das Sprichwort „Bescheidenheit ist eine Zier, doch weiter kommt man ohne ihr“ Lügen. Schließlich beweist nicht zuletzt die ansteigende Erfolgskurve das Gegenteil, und so finden sich auf der JONAS-Mandatsliste u. a. durchaus prominente Namen aus der Pharma- und Logistikbranche oder dem Verlagswesen.



RA Dr. Nils Weber

(Groß-)Kanzlei-Allerlei?

Diese Frage lässt sich guten Gewissens mit Nein beantworten. Bereits die Rechtsform lässt Exklusivität erahnen und wird letztendlich durch die Aufstellung bestätigt. Unter ca. 40 Mitarbeitern finden sich lediglich 10 Berufsträger. Was auf den ersten Blick ungewöhnlich erscheint, hat durchaus strategischen Charakter: „Wir haben es mit 40.000 bis 45.000 aktiven Marken zu tun, da ist der administrative Aufwand immens hoch“, erklärt Jonas die Dis-Balance zwischen Legals und Non-Legals. Die Kanzlei allein auf das klassische Markenrecht zu reduzieren, wäre jedoch verfehlt. So berät das JONAS-Team fachübergreifend u. a. auch auf den Gebieten des Wettbewerbs-, Vertrags-, Medien, Sport- und Entertainmentrecht als auch in Prozessführung und Schiedsverfahren. Hier kann insbesondere Dr. Nils Weber mit richterlicher Denke auftrumpfen. Der 35-Jährige nutzte seinen Ausstieg bei Linklaters in 2006, um als Richter am Landgericht Bonn Erfahrung zu sammeln, bevor er mit seinem Einstieg bei JONAS das Quartett um Jonas, Viefhues und Hamacher komplettierte. „Ich habe den Ausstieg aus dem Richteramt keine Minute bereut“, lässt Weber sodann auch keinerlei Zweifel an seiner Entscheidung pro JONAS aufkommen. Vielmehr komme ihm und seinen Mandanten die Recht sprechende Erfahrung gerade als Prozessanwalt zu Gute.

Bewerberprofil

Es dürfte nicht verwundern, dass auch bei der JONAS Rechtsanwalts-gesellschaft mbH die Examensnote eine gewichtige Rolle spielt. „Wir wollen zwar wachsen, aber nicht um jeden Preis“, lenkt Weber den Blick auf zumindest ein Prädikat. Allerdings müsse es in jedem Fall auch menschlich passen. „Es nutzen keine super Examina, wenn es zwischenmenschlich nicht harmoniert. Wir achten schon auf das Gesamtpaket“, ergänzt Kay Uwe Jonas. Auf solide Englischkenntnisse könne man indes nicht verzichten. 50 – 60 % der Korrespondenz verlief immerhin auf Eng-

Informationen

www.jonas-lawyers.com

lich. Insbesondere auf dem Gebiet der Marken, Muster und Modelle seien Sprachkenntnisse unverzichtbar. So kommt man wohl nicht nur beim Harmonisierungsamt für Marken und Geschmacksmuster hauptsächlich mit Englisch zum Ziel, sondern auch die Teilnahme an den Treffen der International Trademark Association (INTA), an denen weltweit jährlich bis zu 8.000 Mitglieder teilnehmen, oder aber Meetings der Association of European Trademark Owners (MARQUES) setzen english language skills voraus. Indes muss ein geeigneter Kandidat nicht als wandelndes Wörterbuch auftreten. Es komme nicht auf den juristischen Sprachschatz, sondern vielmehr auf die Basics an. Die Fachbegriffe lerne man im daily business von ganz allein, nimmt Jonas die Angst vor einer möglichen Sprachbarriere. Daher rät sowohl er, der selbst ein Jahr in New York als Anwalt tätig war, als auch Weber, der seine Wahlstage in San Diego absolvierte, zum Auslandsaufenthalt. Auch ein im Ausland erworbener LL.M. sei gern gesehen, aber keinesfalls Voraussetzung, um bei JONAS Fuß zu fassen. Dasselbe gelte auch für die oftmals geforderte Promotion. So steht es hinsichtlich des Dokortitels zwischen den JONAS-Partnern selbst 2:2-Unentschieden.

Nehmen und geben

Die Anforderungen an potentielle Kandidaten sind hoch, allerdings profitieren diese auch gleich zu Beginn ihrer Tätigkeit vom professionellen Umfeld. Learning by doing trifft es auf den Punkt. So werden Referendare oder Berufseinsteiger keinem speziellen Partner zugeordnet, sondern komplett in den Kanzleibetrieb integriert. Einmal die Woche trifft sich das Team zudem zu einem gemeinsamen Essen, bei dem Fragen geklärt oder Neuigkeiten erörtert werden. Auch aus Bewerbersicht scheint somit ein Blick auf das Gesamtpaket zu lohnen.