

Bo koga zamikal nakup znamke Kraškega zidarja?

Kdor želi uporabljati znamko Kraški zidar, stilizirano hiško z opečno rdečo streho, se mu zdaj ponuja priložnost. Stečajna upraviteljica Kraškega zidarja, ki je od leta 2012 v stečaju, namreč do 16. februarja zbira nezavezujoče ponudbe zanjo. Znamka je bila zaščitena leta 2008, znak pa narisal že v 70. letih. Njegov avtor je arhitekt Egon Vatovec.

• **SONJA RIBOLICA**
MARICA URŠIČ ZUPAN

Stečajna upraviteljica Kraškega zidarja v stečaju **Simona Goriup** je vabilo za zbiranje nezavezujočih ponudb objavila 17. januarja, ponudbe zbira en mesec po tem datumu. Z zbiranjem ponudb želi ugotoviti, kako bi znamko prodala pod najugodnejšimi pogoji. "Znamke Kraški zidar sicer ne moremo primerjati z znamkami, kot sta argeta ali milka, kljub temu pa gre za

znak firme, za pojem za gradbeno firmo. Mogoče pa bo znamka koga le zanimala, Kraški zidar nima negativnih konotacij. Pa tudi veljal je za podjetje, ki je gradilo solidno," je povedala Goriupova.

Cenitve znamke niso naročili, ker je težko oceniti, kolikšna je njena potencialna tržna vrednost. A če bi kdo uporabljal to znamko, bi stečajna upraviteljica morala ukrepati, saj bi šlo za kršitev. Navsezadnje je znamka registrirana.

"Nisem prepričan, da ime oziroma taka znamka v gradbeništvu kaj posebne pomeni. Nas vsekakor ne zanima, morda bi lahko bila zanimiva za kakšno mlado gradbeno podjetje," razmišlja direktor Kolektorja CPG **Kristjan Mugerli** in dodaja, da je bil Kraški zidar sicer svoj čas uspešno podjetje in da Kraševci veljajo za delovne. Kot vsako podjetje, ki je končalo v stečaju, se ga ljudje spominjo tako po dobrem kot po slabem, le razmerja so različna.

Tudi nekateri drugi menijo, da znamka oziroma znak gradbenega podjetja, ki je šlo v stečaj, nima posebne vrednosti in da je iskanje kupca bolj kot ne poskus napolniti vrečo stečajne mase.

Zaščita od 2008

Znamka Kraškega zidarja je zaščitena od leta 2008. A prvi, ki je na uradu za intelektualno lastnino oddal vlogo za njeno zaščito, ni bil Kraški zidar, temveč zasebnik, ki z njo ni imel ničesar skupnega. Kot je razvidno iz arhiva urada za intelektualno lastnino, je 19. februarja 2008 vlogo za registracijo znamke Kraški zidar oddal **Nenad Stojanović** iz Jagodja pri Izoli. "Takrat je bilo moderno registrirati znamko, domeno ali kaj drugega in jo kasneje prodati. Tudi v tem primeru je šlo za to. Mislim, da je bil pri Kraškem zidarju v igri zahtevke za nekaj tisoč evrov," se spominja eden od teda-



Znak Kraškega zidarja - streha kot simbol hiše oziroma gradnje in trikotnik pod njo kot simbol načrtovanja - je naprodaj.

Kristjan Mugerli,
direktor podjetja
Kolektor CPG

Marko Dekleva
nekdanji arhitekt v
Kraškem zidarju

"Nisem prepričan, da ime oziroma taka znamka v gradbeništvu kaj posebnega pomeni. Nas vsekakor ne zanima, morda bi lahko bila zanimiva za kakšno mlado gradbeno podjetje."

"Do začetka 70. let prejšnjega stoletja je Kraški zidar uporabljal za svoj znak kolono, takrat pa je prišel direktor in rekel, da potrebujemo sodobnejši znak."

njih vodilnih v Kraškem zidarju.

A v Kraškem zidarju so za poskus registracije njihove znamke nekako izvedeli in pravočasno ukreпали. Stojanovičeva prijava je bila umaknjena in 7. maja 2008 je prijavo za registracijo znamke na urad oddal pravi lastnik, Kraški zidar.

Po zakonu traja zaščita znamke deset let, po tem obdobju jo je možno po-

daljšati; če je prijavitelj ne podaljša, pa jo lahko uporablja kdorkoli. Kraški zidar oziroma v njegovem imenu stečajna upraviteljica je pravočasno poskrbel za podaljšanje (in za pristojbino odštél 800 evrov) in tako je zdaj znamka veljavna do 7. maja 2028.

Le pravica do znamke, ne pa tudi dejavnosti

Na vprašanje, ali kupec z nakupom registrirane znamke pridobi samo pravico do uporabe znaka ali tudi do dejavnosti, ki so navedene v registracijski odločbi (pri Kraškem zidarju je seznam slednjih zelo dolg), so v uradu za intelektualno lastnino jasni: "S prenosom znamke se na novega imetnika znamke prenesejo zgolj pravice do uporabe znamke, ne pa tudi pravica do opravljanja dejavnosti."

Zato, opozarjajo, lahko znamko v gospodarskem prometu uporablja le tisti, ki je registriran za opravljanje dejavnosti, ki se nanašajo na blago in storitve, za katere je znamka registrirana.

Temelj hiše je - risanje

Glavna sestavina znamke Kraškega zidarja je znak v

modri, rjavi in črni barvi. Njegov nastanek sega v začetek 70. let prejšnjega stoletja. "Do tedaj je Kraški zidar uporabljal za svoj znak kolono, takrat pa je prišel direktor in rekel, da potrebujemo sodobnejši znak," se spominja **Marko Dekleva**, ki je tedaj začel službeno pot kot arhitekt v Kraškem zidarju skupaj z arhitektom **Egonom Vatovcem**. "In prav Egon Vatovec si je zamislil znak: špičko - streho kot hišo in trikotnik kot risanje, ki mora biti pred gradnjo," še pravi Dekleva.

Poklicali smo tudi Vatovca in ga vprašali, s kakšnimi občutki gleda na prodajanje "njegovega" znaka. "Mi nismo nič prodajali. Takrat smo delali drugače, to je bil drug sistem," je odgovoril. O tem, kako je ustvarjal novo podobo Kraškega zidarja, pa je ostal zelo skromen: "Znak? Dokaj na hitro sem ga narisal."

Da je bil zelo dober, dokazuje njegova dolga življenjska doba, saj se je obdržal skoraj pol stoletja. Leta 1997, ob 50-letnici Kraškega zidarja, ga je arhitekt mlajše generacije **Matej Mljač**, ki je za jubilej izdelal skulpturo podjetja, vgradil vanjo. In ne samo to: "Skulptura je izhajala iz znaka," je poudaril. *

LJUBLJANA • Miro Kline o tem, koliko je mogoče iztržiti za znamke podjetij

Vrednost znamke odvisna od karme podjetja

"Koliko je vredna znamka posameznega podjetja, je odvisno od vsega, kar je povezano z njim - tako dobrega kot slabega. Skratka, od njegove karme," pravi Miro Kline, strokovnjak za komuniciranje in marketing in profesor na Fakulteti za družbene vede.

• Če prevladujejo negativni vidiki, to lahko povsem izniči vrednost znamke. Če pa je več dobrih kot slabih, bi taka znamka lahko bila tržno zanimiva. "Na hitro bi rekel, da je pri Kraškem zidarju gotovo več dobrega kot slabega. Na prvo žogo ga ne povezujemo z negativnimi vidiki, denimo z zlo-

rabami in goljufijami ali izkoriščanjem zaposlenih. Pa tudi njegove gradnje menda veljajo za kar dobre," še pravi **Miro Kline**. Meni, da bi znamka lahko bila zanimiva za kakšno manjše, še ne-veljavljeno podjetje. "Lahko pa bi se nekdo odločil tudi ustanoviti novo podjetje in ga poimenovati Kraški zidar.

Lahko bi dobili novi Kraški zidar," še pravi Kline in dodaja, da je vrednost znamk nekaterih drugih gradbenih podjetij, ki so propadla, nižja prav zato, ker je v njihovih zgodbah več negativnih elementov. To po njegovem mnenju velja tudi za ajdovsko Primorje.

Ali nameravajo prodajati znamko Primorja in kako se tega nameravajo lotiti, smo povprašali tudi njegovega stečajnega upravitelja. "Tudi v Primorju iščemo najugodnejše možne rešitve unovčitve zaščitene znamke. Trenutno vam konkret-



Miro Kline

nih rešitev še ne moremo razkrivati," je povedal stečajni upravitelj **Rudolf Hramec**. * **SR**