

## Prof. Dr. Alfred Toth

### Eigentumsmarken

1. Robert Meldau, dessen Studie (1967) wir Einblicke in die Typologie und Geschichte von Warenzeichen und Marken verdanken, die merkwürdigerweise von der Geschichte der Semiotik regelhaft ausgespart wurden und werden, hat auf den speziellen und vor allem für die theoretische Semiotik interessanten Typus der „Eigentumsmarken“ hingewiesen: „Sind also die wahrscheinlich ältesten Zeichen in einer Hauptbedeutung Eigentumsmarken, so fließt aus dieser Rechtssetzung bald die der Weihe an einen Gott, an einen Herrscher, die Zuspriechung des Eigentums durch ein Zeichen an eine andere Gruppe und die Delegation von Macht und Eigentum zur Ausübung durch einen Erwählten mittels eines Zeichens“ (1967, S. 12).

2. Das Eigentum ist als individuell gekennzeichnetes Objekt ein semiotisches Objekt, d.h. es genügt nach Toth (2009) einer der beiden folgenden Relationen:

$$OZ = \langle \mathcal{M}, M \rangle, \langle \Omega, O \rangle, \langle \mathcal{I}, I \rangle$$

$$ZO = \langle M, \mathcal{M} \rangle, \langle O, \Omega \rangle, \langle I, \mathcal{I} \rangle,$$

wobei OZ für Objektzeichen (Beispiel: Attrappe, Prothese) und ZO für Zeichenobjekt (Beispiel: Marke, Warenkennzeichnung) steht. Wie man erkennt, ist ein Objektzeichen eine iconische Abbildung eines Objektes und als solches objektsindividuell, während ein Zeichenobjekt eine beliebige Zuordnung eines beliebigen Zeichens zu einem primär beliebigen Objekt ist, aber, einmal festgesetzt, interpretantenindividuell ist. Man wird auf Grund dieser Bestimmung das Eigentum als Zeichenobjekt bestimmen, dessen Objektanteil selber ein Objektzeichen ist, denn das Eigentum ist sowohl objektsindividuell (mir gehört ein bestimmtes Etwas) als auch interpretantenindividuell (das bestimmte Etwas gehört mir). Damit erhalten wir als erste komplexe semiotische Objektrelation

$$\text{Eig} = \langle M, \langle \mathcal{M}, M \rangle, \langle O, \langle \Omega, O \rangle, \langle I, \langle \mathcal{I}, I \rangle \rangle \rangle.$$

Wenn nun aber Meldau zu Recht darauf hinweist, dass Eigentümer in ältester Zeit einem Gott, Herrscher und dgl. geweiht waren (viele Leute beten heute noch vor dem Essen und danken Gott dem Herrn für das gespendete Essen, obwohl sie es waren, die es verdient, angebaut usw. hatten), dann erfordert die

entsprechende semiotische Objektrelation einen zweiten Interpreten, den Dedikations-Interpreten:

$$\text{Eig} = (\langle M, \langle \underline{m}, M \rangle, \langle O, \langle \underline{\Omega}, O \rangle, \langle I, \langle \mathcal{I}_1, \mathcal{I}_2, I \rangle \rangle \rangle).$$

Diese Relation betrifft aber, um es nochmals zu sagen, das Eigentum und nicht die Eigentumsmarke. Da jedoch Eigentumsmarken ohne Eigentümer nicht auftreten können, wird es statthaft sein, die Marke als relationale Teilmenge des Eigentums zu definieren, d.h. sie entspricht in der obigen Relation den durch die unterstrichenen Kategorien definierten Partialrelationen:

$$\text{Eig} = (\langle \underline{M}, \langle \underline{m}, M \rangle, \langle \underline{O}, \langle \underline{\Omega}, O \rangle, \langle I, \langle \mathcal{I}_1, \mathcal{I}_2, I \rangle \rangle \rangle).$$

Das bedeutet, dass die Marke allein natürlich ein Zeichen (M, O, I) und kein Objekt, d.h. in Sonderheit auch kein semiotisches Objekt ist. Das Eigentum selbst ist natürlich, wie bereits gesagt und wie aus der eingebetteten Relation hervorgeht, ein Objektzeigen. Damit kann man also die Eigentumsmarke definieren als eine triadische semiotische Objektrelation über drei Tripeln, deren erste monadische Partialrelation ein Zeichen und deren zweite dyadische Partialrelation ein Objektzeichen ist.

## **Bibliographie**

Meldau, Robert, Zeichen, Warenzeichen, Marken. Bad Homburg v.d.H. 1967  
Toth, Alfred, Semiotische Objekte. In: Electronic Journal for Mathematical Semiotics, <http://www.mathematical-semiotics.com/pdf/Semiotische%20Objekte.pdf> (2009)

17.10.2009