Deutsches
Patent- und Markenamt

Marken

Eine Informationsbroschüre zum Markenschutz

Inhalt

Wir schützen Ihre Marke **3**

Marken setzen Zeichen 4
Marken schaffen Vertrauen 4
Marken schützen Ideen 5
Und sichern Werte 6
Marken geben Rechte 7

Der Weg zum Markenschutz **8**

Kein Markenschutz ohne Zuordnung:
Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis 9
Am Anfang steht die Recherche. Das Markenregister 12
Ihre Anmeldung 13
Eintragungsvoraussetzungen 16
Ablauf und Kosten der Eintragung 17
Schutzwirkung und Schutzdauer 19
Benutzungspflicht und Verteidigung 20
Widerspruchsverfahren 21
Übertragung, Lizenzierung und Verpfändung 23
Markenschutz im Ausland 24
Löschungsverfahren 26

Service **27**

Tipps zur Markenrecherche 27
Glossar 29
Adressen und wichtige Rufnummern 38

Wir schützen Ihre Marke.

Das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) ist das nationale Kompetenzzentrum für den gewerblichen Rechtsschutz in Deutschland. Wir sind Ihr Dienstleister rund um den Markenschutz – von der Anmeldung über die Eintragung bis zur Verwaltung Ihrer Marke in unserem Register.

Diese Broschüre gibt Ihnen einen umfassenden Einblick in alle Themen, die im Zusammenhang mit dem Markenschutzrecht für Sie wichtig sein können und dient als Leitfaden für die Anmeldung Ihrer Marke.

Marken setzen Zeichen.

Täglich beeinflussen sie unsere Kaufentscheidungen: Marken geben Impulse, wecken Gefühle, besetzen Positionen. Sie kennzeichnen Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens und schaffen damit klare Unterscheidungsmerkmale gegenüber den Angeboten der Mitbewerber. Als Werbeträger in Wort und Bild, Form und Ton geben sie uns wertvolle Orientierung in der unendlichen Flut der Werbebotschaften.

Erst eine Marke macht aus anonymen Produkten einen unverwechselbaren Markenartikel – und manchmal werden ein paar Buchstaben oder ein Zeichen gar zum Mythos.

Vom Warenzeichen zur Marke.
Seit über 30 Jahren können nicht nur Waren, sondern auch Dienstleistungen unter einem geschützten Zeichen vertrieben werden. Im Zuge der Markenrechtsreform 1995 wurde der Begriff „Marke“ eingeführt. Im wortwörtlichen Sinne „markiert“ eine Marke eine Ware oder eine Dienstleistung und unterscheidet sie so von Angeboten der Wettbewerber.

Marken schaffen Vertrauen.

Jede Marke ist ein Versprechen: in die zuverlässige Herkunft und die gleichbleibende Qualität einer Ware, einer Dienstleistung oder eines Unternehmens.

Marken stehen für besondere Eigenschaften. Sie sprechen Wünsche an, vermitteln uns Werte und Vorstellungen und lassen dadurch glaubwürdige Identitäten entstehen, die Vertrauen aufbauen und dauerhafte Kundenbeziehungen ermöglichen. Damit sichern sie einem Unternehmen wichtige Wettbewerbsvorteile.

Mit einer starken Marke wird jede einzelne Kommunikationsmaßnahme zu einer Investition in den bleibenden oder gar steigenden Markenwert. Das eröffnet langfristige Perspektiven.

Marken schützen Ideen.

„Als Marken können alle Zeichen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen einschließlich der Form einer Ware oder ihrer Verpackung sowie sonstige Aufmachungen einschließlich Farben und Farbzusammenstellungen geschützt werden, die geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer zu unterscheiden.“ (§ 3 Abs. 1 Markengesetz).

Welche Formen von Marken gibt es?
Neben den häufigsten Markenformen, den Wort- und Bildmarken, gibt es kombinierte Wort-/Bildmarken, Farbmarken, Hörmarken, Geruchsmarken, Slogans und dreidimensionale Markenformen. Denkbar sind auch Kombinationen verschiedener Markenformen, zum Beispiel dreidimensionale Zeichen mit Wort oder Bild.

Marken sind heute allgegenwärtig. Sie können für ein einzelnes Produkt stehen (zum Beispiel Mars, Aktenzeichen: 604 636), für ein ganzes Produktsortiment (zum Beispiel Nivea, Aktenzeichen: 82 840) oder für ein Unternehmen (zum Beispiel E.ON, Aktenzeichen: 300 20 593). Im Sinne des Markenrechts kennzeichnen Marken jeweils nur bestimmte Waren- und Dienstleistungen. Ausführliche Informationen finden Sie auf den Seiten 9 bis 11.

Domainnamen als Marke?
Grundsätzlich können Internet-Domains als Marken angemeldet werden. Das DPMA vergibt keine Domainnamen, empfiehlt jedoch eine Markenrecherche vor der Wahl eines Domainnamens. Nicht jeder Domainname erfüllt die Voraussetzungen für die Eintragung in das Markenregister. Nur wenn die Second-Level-Domain und/oder etwaige Sub-Domains schutzfähig, insbesondere wenn sie keine reinen Sach- oder Werbeangaben sind, kann die angemeldete Domain auch als Marke eingetragen werden.

Und sichern Werte.

In modernen Märkten, die sich immer schneller verändern, bieten Marken wichtige Orientierung und Entscheidungssicherheit für Kunden und Verbraucher. Sie reduzieren das Kaufrisiko und ermöglichen die Identifikation mit den Angeboten oder Leistungen des Unternehmens. Gerade deshalb stellen sie auch einen unschätzbaren Wert für den langfristigen Unternehmenserfolg dar. Starke Marken schaffen stabile Beziehungen zwischen Anbietern und Kunden.

Marken sind Kapital.
Der Erfolg eines Unternehmens ist heute eng an das Ansehen und den Wert seiner Marke(n) gekoppelt. Wichtige Kriterien dabei sind Markenbekanntheit, Markenimage und Marktanteile. Marken sollten deshalb nicht nur als reine Kostenfaktoren angesehen werden, sondern als wichtige Einflussfaktoren, die den Gesamtwert eines Unternehmens steigern können.

Marken geben Rechte.

Der Markenschutz entsteht in der Regel durch Eintragung eines Zeichens in das vom DPMA geführte Register. Er verschafft Ihnen das Recht, Dritten die markenmäßige Benutzung einer identischen oder mit einer ihr verwechselbar ähnlichen Kennzeichnung zu untersagen.

Mit der Eintragung Ihrer Marke in das Markenregister werden Ihre markenrechtlichen Ansprüche leichter durchsetzbar. Die Eintragungsurkunde und der Registerauszug sind der Nachweis, dass Ihnen die eingetragene Marke zusteht. Mit einer eingetragenen Marke können Sie gegen Unbefugte vorgehen, die Ihre Rechte verletzen.

Werden Ihre Markenrechte vorsätzlich oder fahrlässig verletzt, stehen Ihnen Ansprüche auf Unterlassung und gegebenenfalls auch Schadensersatz zu. Darüber hinaus können Sie widerrechtlich gekennzeichnete Waren bei der Ein- oder Ausfuhr durch die Zollbehörde beschlagnahmen lassen – oder auch die Vernichtung widerrechtlich gekennzeichneter Gegenstände verlangen.

Wer kann Inhaber einer Marke sein?
Marken können grundsätzlich von jedem Unternehmen und von jeder Privatperson angemeldet werden, für beliebige Waren und Dienstleistungen. Ein Geschäftsbetrieb ist also nicht erforderlich.

Im Geschäftsleben können eingetragene Marken auf Wunsch mit dem Registrierhinweis ® gekennzeichnet werden. Dies ist ein Hinweis für Dritte, dass es sich um eine geschützte, eingetragene Marke handelt.

Der Weg zum Markenschutz

Weit über 780 000 Marken sind im Register des DPMA eingetragen – und täglich kommen neue hinzu. Welche Bezeichnungen aber sind schutzfähig, welche nicht? Und worauf ist bei der Anmeldung zu achten? Mit dieser Broschüre vermitteln wir Ihnen einen schnellen Überblick, worauf es bei der Eintragung ankommt und welche Rechte Ihnen Ihre Marke sichert. Bedenken Sie bitte, dass Markenrecht und -praxis komplexe Themen sind, die größte Sorgfalt verlangen. Das gilt von der Markenrecherche im Vorfeld, die in Ihrer Hand liegt, bis zur Prüfung der Anmeldung und Eintragung durch unsere Experten.

Bei Ihrer Anmeldung wünschen wir Ihnen viel Erfolg!

Kein Markenschutz ohne Zuordnung: Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis

Marken werden nicht pauschal eingetragen. Vielmehr müssen Sie auflisten, für welche Waren und Dienstleistungen Ihre Marke geschützt werden soll (Waren- und Dienstleistungsverzeichnis). Waren und Dienstleistungen werden nach der internationalen Nizza-Klassifikation in verschiedene Klassen eingeteilt (Klassifizierung).

Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis ist deshalb ein wichtiger Bestandteil der Markenanmeldung, die ohne ein solches Verzeichnis unvollständig ist.

Ein korrektes Waren- und Dienstleistungsverzeichnis trägt dazu bei, dass Ihre Anmeldung zügig bearbeitet werden kann. Fehler bei der Abfassung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses sind der mit Abstand häufigste Grund für die verlängerte Bearbeitungsdauer von Markenanmeldungen. In solchen Fällen klären wir mit Ihnen das Verzeichnis ab. Um diesen Aufwand zu vermeiden und die Marken schneller eintragen zu können, bieten wir verschiedene Hilfestellungen bei der Abfassung der Verzeichnisse an.

Bei der Online-Anmeldung steht Ihnen innerhalb der Anwendung eine Warenkorb-Funktion zur Verfügung, mit der Sie zulässige Waren- und Dienstleistungsbegriffe auswählen können.

Eine große Anzahl von Begriffen, die in jeder Hinsicht bestimmt genug sind, um sie als Waren und Dienstleistungen nennen zu können, finden Sie auch in unserer Suchmaschine für Waren und Dienstleistungen. Bitte nutzen Sie diese, wenn Sie Ihre Marke mit dem Anmeldeformular in Papierform anmelden. Werden diese Begriffe in der Anmeldung verwendet, können wir die Marken – sofern keine rechtlichen Hindernisse bestehen – sofort eintragen.

Großanmelderinnen und Großanmelder können vorab mit uns gemeinsam ein Waren- und Dienstleistungsverzeichnis erstellen. Diese „geklärten“ Verzeichnisse können in weiteren Anmeldungen unverändert übernommen werden.

www.dpma.de/marken

www.dpma.de/marken/klassifikation/waren_dienstleistungen/nizza

Was bei der Zuordnung zu den Produkten zu beachten ist:

- Der Schutzumfang einer Marke bestimmt sich danach, für welche Waren und Dienstleistungen sie geschützt ist.
- Nachdem die Anmeldung beim DPMA eingegangen ist, kann das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis nicht mehr erweitert werden. Einschränkungen sind dagegen jederzeit möglich.
- Je mehr Waren- oder Dienstleistungsklassen Sie beanspruchen, umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass Inhaber älterer Marken Widerspruch gegen die Eintragung Ihrer Marke einlegen.
- Außerdem sieht das Markengesetz für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen sogenannten „Benutzungszwang“ vor. Das bedeutet, dass Sie Ihre Marke auch für alle beanspruchten Waren oder Dienstleistungen im Geschäftsverkehr benutzen müssen, um das Recht an Ihrer Marke dauerhaft in vollem Umfang aufrechterhalten zu können.

Ausführliche Informationen dazu finden Sie auf den folgenden Seiten, unter den Stichworten „Anmeldung“, „Benutzungspflicht“ und „Widerspruchsverfahren“.

www.dpma.de/marken

Nizza-Klassifikation und Wiener Klassifikation

Die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken – oder kurz „Nizza-Klassifikation“ – enthält in insgesamt 45 Klassen (34 für Waren und 11 für Dienstleistungen) insgesamt 9 000 standardisierte und zulässige Begriffe, die für das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis einer Anmeldung verwendet werden können. Die internationale Klassifikation der Bildbestandteile oder bildlichen Darstellungen von Marken wird dagegen als „Wiener Klassifikation“ bezeichnet.

Einheitliche Klassifikationsdatenbank

Viele der nationalen Markenämter der Europäischen Union haben sich auf eine Liste von etwa 60 000 Klassifikationsbegriffen geeinigt, die in 27 Sprachen übersetzt und in den teilnehmenden Ländern zulässig sind. Diese Datenbank (TMClass) ist umfassender angelegt als die Liste der Nizzaer Klassifikation, verwendet aber dieselbe Systematik. In einer Warenkorbfunktion steht Ihnen diese bei der Online-Markenanmeldung ebenfalls zur Verfügung. Nähere Informationen finden Sie auch auf unserer Internetseite.

www.tmdn.org

www.euipo.europa.eu/ec2

www.dpma.de/marken/klassifikation

Bereiche der Nizza-Klassifikation

Klasse	Kurzbeschreibung
1	Chemische Erzeugnisse
2	Farben
3	Putzmittel
4	Öle, Fette, Brennstoffe
5	Pharmazeutische Erzeugnisse
6	Unedle Metalle und einfache Waren daraus
7	Maschinen und Motoren
8	Handbetätigte Werkzeuge
9	Elektrische Apparate und Instrumente
10	Medizinische Apparate und Instrumente
11	Heizung, Lüftung, sanitäre Anlagen
12	Fahrzeuge
13	Waffen
14	Schmuck und Uhren
15	Musikinstrumente
16	Büroartikel, Papierwaren
17	Isoliermaterial, Halbfabrikate
18	Lederwaren
19	Baumaterialien nicht aus Metall
20	Möbel
21	Kleine handbetätigte Geräte
22	Seilerwaren, Segelmacherei
23	Garne und Fäden
24	Webstoffe und Decken
25	Bekleidung, Schuhwaren
26	Kurzwaren und Posamente
27	Bodenbeläge und Verkleidungen
28	Spiele, Sportartikel
29	Nahrungsmittel tierischer Herkunft
30	Nahrungsmittel pflanzlicher Herkunft
31	Land- und forstwirtschaftliche Erzeugnisse
32	Alkoholfreie Getränke, auch Biere
33	Alkoholische Getränke
34	Tabak, Raucherartikel
35	Werbung, Geschäftsführung
36	Versicherungen
37	Bau- und Reparaturwesen
38	Telekommunikation
39	Transportwesen
40	Materialbearbeitung
41	Ausbildung, sportliche/kulturelle Aktivitäten
42	Wissenschaftliche, technologische Dienstleistungen
43	Verpflegung und Beherbergung von Gästen
44	Medizinische Dienstleistungen
45	Juristische Dienstleistungen, Personenschutz

Am Anfang steht die Recherche. Das Markenregister.

www.dpma.de/recherche/dpma-register

Alle in Deutschland angemeldeten, eingetragenen und zurückgewiesenen Marken veröffentlichen wir online im **DPMAregister**. Deshalb ist das amtliche Markenregister für Interessenten, die eine neue Marke zur Eintragung anmelden wollen, die erste Anlaufstelle für die Recherche. So können Sie in einem ersten Schritt überprüfen, ob Ihre geplante Marke ältere nationale Rechte verletzt.

Worauf kommt es bei der Recherche an?
Vergewissern Sie sich, dass Ihre Marke nicht in ähnlicher oder identischer Form bereits existiert. Weitere Informationen zur Recherche finden Sie auf den Seiten 27 und 28.

Sie haben Ihre Markenrecherche abgeschlossen?
Dann sollten Sie nicht mehr lange warten. Eine möglichst frühzeitige Anmeldung kann aus rechtlicher Sicht entscheidende Vorteile bedeuten: Denn im Markenrecht gilt der Prioritätsgrundsatz. Das bedeutet, die Marke, deren Anmeldedatum älter ist, hat in der Regel die besseren Chancen, sich im Konfliktfall durchzusetzen.

Markenrecherche – nicht nur für Anmelder
Nicht nur vor der Anmeldung ist eine Markenrecherche sinnvoll. Auch nach der Eintragung sollten Markeninhaber regelmäßig Recherchen durchführen, um ihre Marke zu schützen und bei Bedarf wirkungsvoll zu verteidigen.

Ihre Anmeldung

Der erste Schritt, um die markenrechtlichen Schutzmöglichkeiten zu nutzen, ist die formal korrekte, inhaltlich vollständige und frühzeitige Anmeldung.

Der Anmelder kann eine natürliche Person, eine juristische Person oder eine rechtsfähige Personengesellschaft sein.

Mit jeder Anmeldung kann nur eine Marke angemeldet werden.

Darauf kommt es an:

- Ihre Anmeldung muss in jedem Fall die Wiedergabe der Marke in genau der Weise enthalten, in der sie künftig geschützt werden soll.
- Geben Sie an, um welche Markenform es sich handelt (Wortmarke, Bildmarke, Hörmarke et cetera).
- Benennen Sie präzise die Waren und Dienstleistungen, die mit der angemeldeten Marke gekennzeichnet werden sollen. Nach der Zahl der beanspruchten Klassen richtet sich auch die Höhe der Gebühr, die für die Anmeldung zu zahlen ist.

Ausführliche Informationen dazu im Merkblatt „Wie melde ich eine Marke an?“, das Sie online abrufen können.

www.dpma.de/marken/anmeldung

Unser Tipp

Wenn Sie Ihre Angaben gemäß der Nizza-Klassifikation gestalten – nach Klassen geordnet und in aufsteigender Reihenfolge – und Begriffe aus der einheitlichen Klassifiktionsdatenbank wählen, erleichtern Sie eine schnelle Prüfung der Anmeldung (siehe auch Seite 9).

Waren- oder Dienstleistungen, die Sie nicht in der Klassifikationsdatenbank finden, können Sie sowohl mit der signaturgebundenen elektronischen Anmeldung (DPMAdirekt) als auch mit der Markenanmeldung in Papierform weiterhin beanspruchen (siehe Seite 14). Wir können Ihre Anmeldung jedoch schneller bearbeiten, wenn Sie Begriffe aus der Datenbank auswählen.

Auf welchen Wegen können Sie anmelden?

Papierform

Wenn Sie Ihre Anmeldung schriftlich vornehmen wollen, verwenden Sie bitte das vom DPMA vorbereitete Anmeldeformular und reichen es bei uns oder bei einem der zur Annahme von Markenanmeldungen berechtigten Patentinformationszentren ein. Das Anmeldeformular können Sie jederzeit im Internet herunterladen.

www.dpma.de/marken/anmeldung

Online

Wenn Sie den elektronischen Weg wählen, können Sie Ihre Anmeldung

- signaturfrei und ohne Signaturkarte im Internet über unseren Dienst **DPMAdirekt Web** mit Warenkorbfunktion für Waren und Dienstleistungen einreichen. Eine spezielle Software ist hierfür nicht erforderlich. Sie werden in sieben Schritten durch die Anwendung geführt.

www.dpma.de/service/elektronische_anmeldung/dpmadirektweb

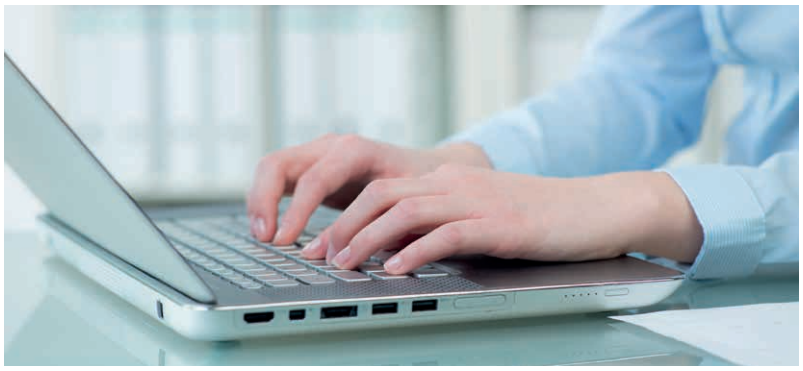
- mit einer qualifizierten elektronischen Signatur versehen über unseren Dienst **DPMAdirekt** einreichen. Hierzu ist eine qualifizierte Signaturkarte mit dazugehörigem Kartenlesegerät erforderlich, damit Sie als Absender klar authentifiziert werden können. Anbieter der Signaturkarten finden Sie bei der Bundesnetzagentur.

  Auch die Verwendung der Online Services Smart Card des Europäischen Patentamts ist zugelassen.

  Außerdem benötigen Sie die Anmelde-Software **DPMAdirekt**, um die Anmeldedokumente erstellen und validieren zu können. Auf unserer Internetseite können Sie die **DPMAdirekt**-Software kostenlos herunterladen und finden weitere Informationen.

www.dpma.de/service/elektronische_anmeldung/dpmadirekt/downloads

Bitte beachten Sie: Durch das Senden einer einfachen E-Mail ist Ihre Marke nicht angemeldet!



Was passiert nach Ihrer Anmeldung?

Sie erhalten eine Empfangsbestätigung mit dem behördlichen Aktenzeichen. Durch die Eingabe der wesentlichen Anmeldedaten in das amtsinterne Informationssystem wird Ihre Anmeldung im elektronischen Register **DPMAregister** im Internet öffentlich abrufbar.

www.dpma.de/recherche/dpma-register

Welche Rolle spielt das Datum der Anmeldung?

Wie bereits unter „Markenrecherche“ erwähnt, gilt im Markenrecht der Prioritätsgrundsatz. In der Regel hat die ältere Marke – das heißt die Marke mit dem früheren Anmeldetag – die besseren Chancen, sich im Konfliktfall durchzusetzen.

Checkliste für eine erfolgreiche Markenanmeldung:

- Waren Sie bei der Markenbildung kreativ? Vermeiden Sie beschreibende, werbeübliche oder täuschende Begriffe!
- Existiert Ihre Marke bereits in ähnlicher oder identischer Form? Recherchieren Sie im Vorfeld nach bestehenden Rechten Dritter!
- Haben Sie unser amtliches Anmeldeformular verwendet und vollständig ausgefüllt?
- Ist Ihre Marke korrekt wiedergegeben?
- Entspricht Ihr Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der Nizza-Klassifikation? Nutzen Sie zur Überprüfung die Suchmaschine auf unserer Internetseite.

Sie können sich über das DPMA und die Formalitäten einer Schutzrechtsanmeldung umfassend online informieren sowie Anmeldeformulare abrufen.

www.dpma.de

Informationen zu Anmeldewegen, -verfahren und -voraussetzungen geben Ihnen auch unsere Auskunftsstellen. Die Kontaktdaten finden Sie im Serviceteil dieser Broschüre auf Seite 38.

Eintragungsvoraussetzungen

Das DPMA überprüft Ihre Markenanmeldung auf absolute Schutzhindernisse. Wir prüfen jedoch nicht, ob Ihre Marke Schutzrechte Dritter verletzt.

Was genau sind absolute Schutzhindernisse?
Ihre Marke kann nur eingetragen werden, wenn keine absoluten Schutzhindernisse bestehen. Diese sind beispielsweise:

- fehlende Unterscheidungskraft
- für die allgemeine Benutzung freizuhaltende beschreibende Angaben
- ersichtliche Irreführungsgefahr
- Verstoß gegen die guten Sitten oder die öffentliche Ordnung
- in der Marke enthaltenes Hoheitszeichen.

Beispiele:

↗ **Allgemeine Schlagworte:**
„für Personaldienstleistungen“, „super, extra, genial“ – für diverse Waren oder Dienstleisungen

↗ **Täuschende Angaben:**
„Alsterwasser“ für Whisky

↗ **Sittlich Anstößiges:**
„Urbi et Orbi“ für Waren oder Dienstleistungen

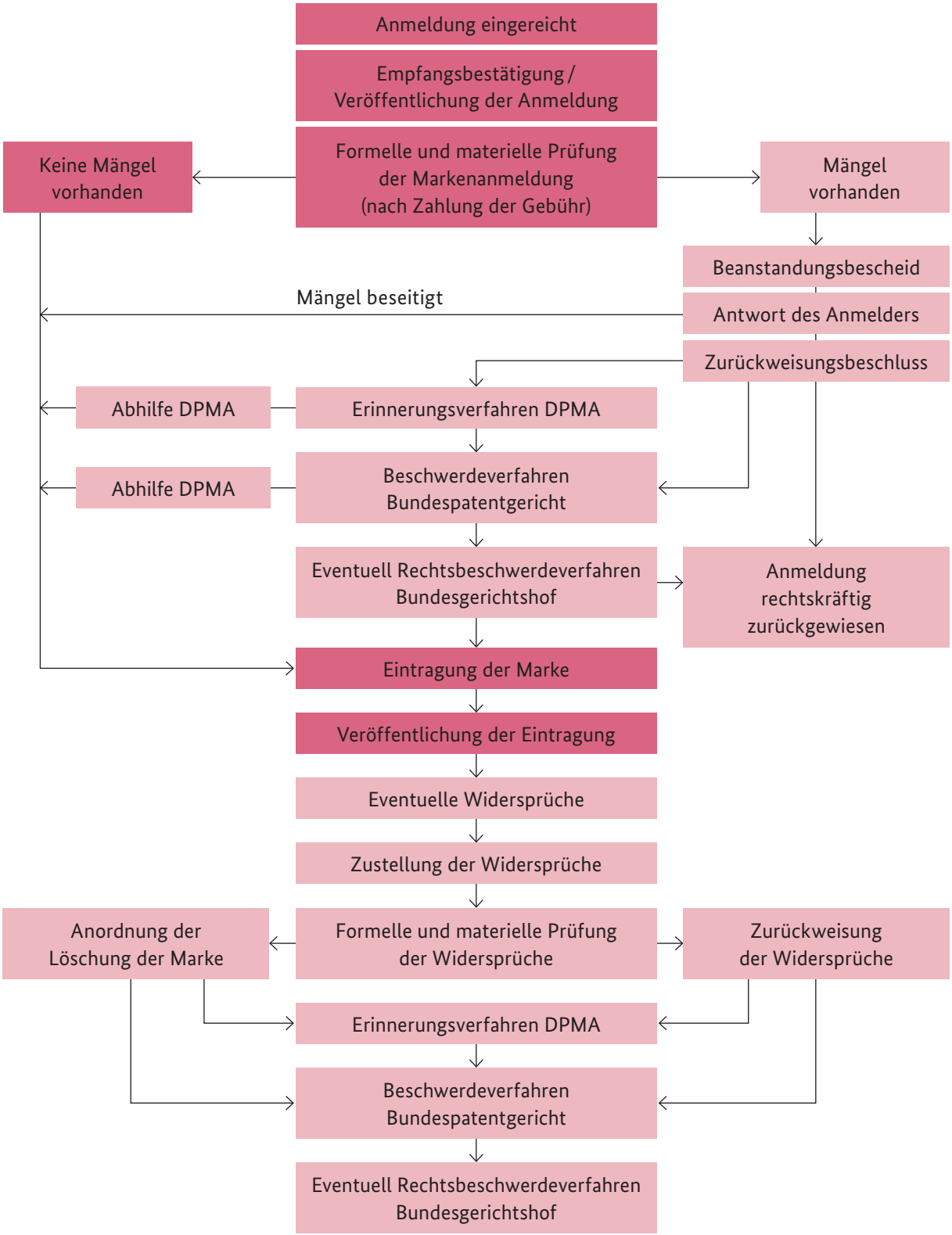
↗ **Hoheitszeichen:**
Staatsflaggen, Europasymbol (Sternenkranz)

Grundsätzlich sind alle grafisch darstellbaren Zeichen schützbar, die geeignet sind, Ihre Produkte und Dienstleistungen von Konkurrenzangeboten zu unterscheiden. Davon ausgenommen sind jedoch Zeichen, die der Allgemeinheit offen stehen müssen. Insbesondere betrifft dies Angaben, welche die beanspruchten Produkte lediglich nach Art, Beschaffenheit oder sonstigen Eigenschaften und Merkmalen beschreiben. So ist beispielsweise das Wort „Apple“ für Computer schutzfähig, nicht jedoch für Äpfel, weil es insoweit als beschreibende Angabe für die Mitbewerber zur ungehinderten Verwendung freigehalten werden muss. Auch Anpreisungen, Werbeaussagen allgemeiner Art und Wortfolgen, die als fest gefügte Wendungen Eingang in den Sprachschatz gefunden haben, sind von der Eintragung ausgeschlossen.

Beschreibungen können in Ausnahmefällen eingetragen werden, wenn sich das Zeichen infolge seiner Benutzung gerade für die beanspruchten Waren und Dienstleistungen im gesamten Bundesgebiet als Marke durchgesetzt hat, also von den angesprochenen Verkehrskreisen als Herkunftszeichen des Anmelders verstanden wird. Dabei muss ein weit überwiegender Teil dieser Kreise die Marke einem bestimmten Unternehmen zuordnen. Dies ist durch geeignete Unterlagen und gegebenenfalls eine demoskopische Umfrage nachzuweisen.

Ablauf und Kosten der Eintragung

Ablauf des Prüfungsverfahrens (schematisch)



Das Eintragungsverfahren

Nach Eingang der Gebühren, die innerhalb von drei Monaten nach der Antragstellung zu zahlen sind, prüft das DPMA, ob die Anmeldung die formellen Erfordernisse erfüllt und der Eintragung der Marke absolute Schutzhindernisse entgegenstehen. Werden die Gebühren nicht fristgerecht gezahlt, gilt Ihre Anmeldung als zurückgenommen.

Gebührenübersicht Anmeldung mit Eintragung	
Anmeldegebühr (einschließlich der Klassengebühr für bis zu drei Klassen)	**300 Euro**
Elektronische Anmeldegebühr (einschließlich der Klassengebühr für bis zu drei Klassen)	**290 Euro**
Klassengebühr bei Anmeldung (für jede Klasse ab der vierten Klasse)	**100 Euro**
Beschleunigte Prüfung der Anmeldung	**200 Euro**

www.dpma.de/marken/pruefung_eintragung_verlaengerung

Sind sämtliche Voraussetzungen gegeben, wird die Marke eingetragen. Sie erhalten dann die Eintragungsurkunde mit dem dazugehörigen Registerauszug. Die Eintragung der Marke wird im amtlichen elektronischen Markenblatt veröffentlicht. Auf besonderen Antrag und gegen eine zusätzliche Gebühr können wir die Anmeldung beschleunigt bearbeiten.

Marke ohne Eintragung?
Unter besonderen Voraussetzungen kann Markenschutz auch ohne Eintragung entstehen – entweder durch eine lang andauernde intensive Benutzung im Wettbewerb oder durch eine sonstige ganz außerordentliche Bekanntheit (sogenannte Notorietät).

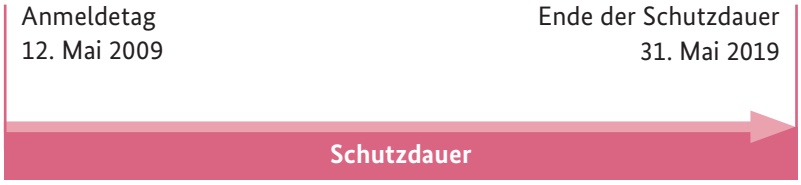
Stellt sich bei der Prüfung heraus, dass Ihrer Anmeldung Eintragungshindernisse entgegenstehen, erhalten Sie eine schriftliche Beanstandung. Können diese Bedenken nach Prüfung Ihrer Stellungnahme nicht fallengelassen werden, wird die Anmeldung mit einem Beschluss (gegebenenfalls teilweise) zurückgewiesen. Diese Entscheidung können Sie nochmals mit einem kostenpflichtigen Erinnerungs- oder Beschwerdeverfahren überprüfen lassen.

Unser Tipp
Lassen Sie Ihren Eintrag im Markenregister auch bei Namens- und Adressänderungen, Sitzverlegungen Ihres Unternehmens oder dem Wechsel Ihres Vertreters aktualisieren.

Schutzwirkung und Schutzdauer

Durch die Eintragung Ihrer Marke in das deutsche Markenregister erlangen Sie Markenschutz im gesamten Gebiet der Bundesrepublik Deutschland.

10 Jahre Schutz – beliebig zu verlängern
Die Schutzdauer beginnt mit dem Anmeldetag und endet zehn Jahre nach Ablauf des Monats, in den der Anmeldetag fällt.



Im Gegensatz zu den anderen gewerblichen Schutzrechten ist der Markenschutz gegen Zahlung entsprechender Gebühren um jeweils zehn Jahre beliebig oft verlängerbar. Die Verlängerung können Sie auch nur für einen Teil der Waren und Dienstleistungen bewirken und bei Verzicht auf einzelne nicht mehr benötigte Klassen gegebenenfalls Verlängerungsgebühren sparen.

Das Formular zur Verlängerung der Schutzdauer und Änderung des Schutzumfangs finden Sie auf unserer Internetseite.

www.dpma.de/service/formulare/marken

Gebührenübersicht Verlängerung

Verlängerungsgebühr (einschließlich der Klassengebühr für bis zu drei Klassen)	**750 Euro**
Klassengebühr bei Verlängerung (für jede Klasse ab der vierten Klasse)	**260 Euro**

Wird die Schutzdauer vom Markeninhaber oder der Markeninhaberin nicht rechtzeitig verlängert oder werden die Verlängerungsgebühren nicht oder nicht ausreichend gezahlt, so erlischt das Markenrecht.

Benutzungspflicht und Verteidigung

Auch nach der Eintragung Ihrer Marke sind aus rechtlicher Sicht einige Dinge zu beachten, um Ihren Markenschutz dauerhaft zu erhalten.

Eingetragene Marken müssen benutzt werden.
Das Markengesetz sieht für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen einen sogenannten „Benutzungszwang“ vor. Das bedeutet, dass Sie Ihre Marke auch für alle beanspruchten Waren und Dienstleistungen im Geschäftsverkehr benutzen müssen, um das Recht an Ihrer Marke aufrecht halten zu können. Wird die Marke während eines ununterbrochenen Zeitraums von mehr als fünf Jahren nicht benutzt, droht deren Löschung auf Antrag Dritter. Mehr dazu auf Seite 26.

Worauf Markeninhaber achten sollten:
Jährlich werden circa 60 000 neue Marken beim DPMA angemeldet. Damit steigt natürlich auch die Wahrscheinlichkeit, dass neu angemeldete Marken gegen Ihr Schutzrecht verstoßen. Viele Markeninhaber überwachen ihre Marken deshalb aktiv und beobachten die relevanten Markenregister permanent im Hinblick auf mögliche Kollisionsmarken. Schalten Sie bei Bedarf Experten wie Rechts- und Patentanwälte zur Verteidigung Ihrer Marke ein.

Als Inhaber einer älteren Marke können Sie in solchen Fällen Widerspruch gegen die Eintragung der jüngeren Marke einlegen.

Wenn Marken zu Gattungsbegriffen werden
Erfolgreiche Marken können sich über die Jahre zu Gattungsbegriffen entwickeln – so laufen zum Beispiel Marken wie „Tesa“, „Fön“ „Tempo“ und „Walkman“ unter Umständen Gefahr, zu Synonymen für das Produkt zu werden. In einem solchen Fall kann die Löschung der Marke drohen, weil sie als beschreibendes Synonym verwendet wird und ihre Unterscheidungskraft verliert. Deshalb bemühen sich die Inhaber erfolgreicher Marken darum, an entsprechenden Stellen (Lexika et cetera), darauf hinzuweisen, dass es sich um eine eingetragene Marke handelt.

Widerspruchsverfahren

Grundsätzlich handelt es sich bei der Eintragung Ihrer Marke um ein eingetragenes Recht, das in bestimmten Fällen aber wieder gelöscht werden kann. Ist Ihre neu eingetragene Marke identisch oder ähnlich mit anderen, älteren Anmeldungen oder Marken, können deren Inhaber Widerspruch gegen Ihre Marke einlegen. Das gilt natürlich auch im umgekehrten Fall: Wenn Ihr Markenrecht durch eine neu eingetragene Marke verletzt wird, können Sie dagegen Widerspruch einlegen. Bei erfolgreichem Widerspruch wird die Marke ganz oder nur für einen Teil der Waren und / oder Dienstleistungen gelöscht.

Widerspruch
Bedenken Sie, dass ein Markenrecht nicht nur durch Eintragung entstehen kann (siehe Seite 18). Deshalb können auch die Inhaber von nicht registrierten Marken gegen die Eintragung einer Marke Widerspruch einlegen.

Einfach und kostengünstig – das Widerspruchsverfahren

Der Widerspruch muss schriftlich und innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung der neu eingetragenen Marke erhoben werden. Innerhalb dieser Frist ist auch die Widerspruchsgebühr in Höhe von 120 Euro zu zahlen. Eine Verlängerungsmöglichkeit für diese Frist besteht nicht. Das Formular für den Widerspruch finden Sie online.

www.dpma.de/service/formulare/marken

Im Widerspruchsverfahren wird geprüft, ob zwischen den Marken Verwechslungsgefahr besteht. Diese Beurteilung berücksichtigt nicht nur die Ähnlichkeit der Zeichen. Vielmehr muss auch geklärt werden, ob die sich gegenüber stehenden Produkte und/oder Dienstleistungen ähnlich sind. Über die Widersprüche entscheiden unsere Markenprüferinnen und -prüfer durch Beschluss, der mit einem Rechtsbehelf überprüft werden kann. Bei Verwechslungsgefahr wird die Eintragung der jüngeren Marke (gegebenenfalls teilweise) gelöscht.

Wenn sich beide Parteien einigen

Ein Teil der Widerspruchsverfahren erledigt sich bereits dadurch, dass die Parteien selbst eine Einigung erzielen. Als Inhaber der jüngeren Marke können Sie beispielsweise Ihr Waren-/Dienstleistungsverzeichnis beschränken oder sich verpflichten, Ihre Marke nur für bestimmte Produkte oder nur in bestimmter Form zu benutzen, während Inhaber der älteren Marke ihren Widerspruch im Gegenzug zurücknehmen.

Unter bestimmten Voraussetzungen können Sie im Widerspruchsverfahren anzweifeln, ob der Widersprechende seine ältere Marke auch wirklich benutzt hat. Dann hat der Inhaber der Widerspruchsmarke glaubhaft zu machen, dass er diese innerhalb der letzten fünf Jahre ernsthaft benutzt hat. Gelingt ihm dieser Nachweis nicht, wird der Widerspruch bereits aus diesem Grund zurückgewiesen.

In bestimmten Fällen kann die Markeneintragung auch nach Abschluss eines Widerspruchsverfahrens noch gelöscht werden. Siehe dazu Seite 26.

Behalten Sie den Markt im Auge.
Informieren Sie sich regelmäßig über veröffentlichte Anmeldungen und neu eingetragene Marken und gehen Sie rechtzeitig gegen erkannte Nachahmungen beziehungsweise Missbräuche durch jüngere Marken vor.

Übertragung, Lizenzierung und Verpfändung

Marken können gekauft und verkauft werden.
Während der gesamten Schutzdauer Ihrer Marke können Sie diese jederzeit ganz oder teilweise auf Dritte übertragen. Dieser Rechtsübergang wird im Register vermerkt, wenn Sie oder der Erwerber einen entsprechenden Umschreibungsantrag beim DPMA stellen und Unterlagen einreichen (zum Beispiel einen Vertrag), aus denen sich die Übertragung des Markenrechts ergibt.

Ebenso können Sie die Marke durch Erteilung einer Lizenz anderen zum Gebrauch überlassen.

Das durch die Markeneintragung begründete Recht können Sie auch verpfänden. Auf entsprechenden Antrag, den entweder Sie oder der Sicherungsnehmer stellen können, führt ein solches Pfandrecht zur Eintragung einer Verfügungsbeschränkung im Register.

Kollektivmarke
Auch mehrere Unternehmen, die gleiche Waren herstellen oder Dienstleistungen erbringen und dieselbe Produktkennzeichnung nutzen wollen, können als Verband den Markenschutz in Form einer sogenannten Kollektivmarke erlangen (beispielsweise: RAL-Gütezeichen, Bioland).

Markenschutz im Ausland

Es gibt mehrere Möglichkeiten, Ihren Markenschutz auf das Ausland auszudehnen: auf ausgewählte Länder, die gesamte Europäische Union (EU) oder weltweit.

Markenschutz in ausgewählten Ländern

Sie können Ihre Marke direkt in einzelnen gewünschten Ländern anmelden und gegebenenfalls den Zeitrang der deutschen Voranmeldung (sogenannte Priorität) in Anspruch nehmen. Empfehlenswert ist dabei in jedem Fall die Einschaltung eines im jeweiligen Land zugelassenen Rechts- oder Patentanwalts.

Markenschutz in der Europäischen Union

Beabsichtigen Sie, Ihre Produkte oder Dienstleistungen im gesamten Gebiet der EU einheitlich zu kennzeichnen, können Sie mit einem einzigen Verfahren beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) in Alicante (Spanien) die Eintragung einer Unionsmarke beantragen, die im gesamten Gebiet der Gemeinschaft wirksam ist.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass nicht nur jeder Inhaber einer älteren Unionsmarke, sondern auch jeder Inhaber einer nationalen Marke aus diesen Ländern zum Widerspruch berechtigt ist. Bei dessen Erfolg wird Ihrer Marke für den gesamten EU-Bereich die Eintragung versagt. Anmeldungen für Unionsmarken können direkt beim EUIPO oder beim DPMA eingereicht werden.

EUIPO – die Instanz für europäischen Markenschutz
Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum mit Sitz in Alicante, Spanien. Das EUIPO ist eine Agentur der EU, die für die Eintragung von Marken und Designs zuständig ist, die in allen Ländern der EU gültig sind.

www.euipo.europa.eu

Internationaler Markenschutz

Wenn Sie Ihren Markenschutz weiter ausdehnen wollen, können Sie Ihre nationale Marke bei der für dieses Verfahren zuständigen Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) international registrieren lassen.

Dafür gilt gegebenenfalls die Priorität Ihrer nationalen Basismarke. Sie können damit Markenschutz in fast 90 Ländern beanspruchen, zu denen neben den europäischen Staaten auch Staaten aus dem amerikanischen, asiatischen und afrikanischen Raum zählen. In den von Ihnen benannten Ländern wird die sogenannte „IR-Marke“ jeweils wie eine nationale Markenanmeldung behandelt.

Ihren Antrag auf die internationale Registrierung können Sie direkt beim DPMA einreichen. Das Antragsformular finden Sie im Internet.

www.wipo.int/madrid/en/forms

WIPO – die Instanz für internationalen Markenschutz
Weltorganisation für geistiges Eigentum mit Sitz in Genf, Schweiz. Die WIPO ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen (UN) und verwaltet internationale Patent-, Marken- und Designanmeldungen.

www.wipo.int

Löschungsverfahren

Als Inhaber einer Marke können Sie jederzeit auf Ihre Marke verzichten und die Eintragung löschen lassen. Ihre Marke kann aber auch von Amts wegen oder auf Antrag Dritter gelöscht werden.

Wird gegen Ihre Marke ein Löschungsverfahren eingeleitet, so unterrichtet Sie das DPMA darüber. Widersprechen Sie dem Löschungsantrag rechtzeitig, so wird der Antrag auf Löschung geprüft. Widersprechen Sie nicht fristgerecht, wird Ihre Marke ohne weitere Sachprüfung gelöscht.

→ **Löschung auf eigenen Wunsch**
Als Markeninhaber können Sie jederzeit auf Ihre Marke oder einzelne Waren / Dienstleistungen verzichten, zum Beispiel, weil Sie die Marke nicht mehr benutzen wollen oder eine Kollision mit älteren Marken vermeiden möchten.

→ **Löschung von Amts wegen**
Eine Marke wird von Amts wegen gelöscht, wenn die erforderlichen Verlängerungsgebühren nicht fristgerecht bezahlt wurden oder bestimmte Schutzhindernisse (beispielsweise Verletzung staatlicher Hoheitszeichen, Täuschung) vorliegen.

→ **Löschung auf Antrag Dritter**
Auch Dritte können die Löschung Ihrer Marke beantragen und sich dabei auf Schutzhindernisse (keine Unterscheidungskraft, täuschende oder beschreibende Angaben, Bösgläubigkeit et cetera) oder die Nichtbenutzung der Marke (Löschung wegen Verfalls) berufen.

→ **Löschung wegen Verfalls**
Eine Löschung wegen Verfalls kann auf Antrag Dritter erfolgen, wenn eine Marke innerhalb eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren nicht benutzt wurde.

Service

Markenrecherche

Mit einer gründlichen Markenrecherche im Vorfeld schaffen Sie die beste Voraussetzung für eine erfolgreiche Marke. Das DPMA steht Ihnen dabei von Anfang an zur Seite: Wir geben Ihnen wichtige Informationen und wertvolle Tipps für Ihre Markenrecherche und verschaffen Ihnen den bestmöglichen Zugang zum amtlichen Markenblatt. Alle wichtigen Fachbegriffe finden Sie im Glossar (Seite 29) ausführlich erläutert. Und wenn Sie Fragen haben, sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Sie da.

Tipps zur Markenrecherche

Die Durchführung einer Ähnlichkeits- und Identitätsrecherche liegt in Ihren Händen und erhöht die Chancen auf ein dauerhaft eingetragenes Markenrecht ganz erheblich. Denn das Deutsche Patent- und Markenamt prüft vor Eintragung Ihrer Marke nicht, ob diese Marke in identischer oder ähnlicher Form bereits existiert.

Wir empfehlen Ihnen, dabei nicht nur die Datenbestände der nationalen deutschen Marken, sondern auch die der europäischen Unionsmarken sowie der international registrierten Marken zu berücksichtigen. Die hier vorgestellten drei Datenbanken sind dabei besonders hilfreich. Jedes dieser Register enthält – jeweils unabhängig voneinander – Marken mit Schutzwirkung in Deutschland. Außerdem können Namen und Logos, die im geschäftlichen Verkehr verwendet werden, andere Markenrechte verletzen, selbst wenn diese nicht in Markenregistern eingetragen wurden.

Suchen Sie daher auch in Internet-Suchmaschinen, Telefonverzeichnissen, Handelsregistern, Titelschutzanzeigern und / oder Branchen- beziehungsweise sonstigen Produktverzeichnissen nach identischen oder ähnlichen Namen.

Ausführlichere Informationen dazu gibt Ihnen unser Infoblatt „Internet-Recherchen nach Marken“. Sie erhalten es gratis entweder direkt beim DPMA oder online.

Weitere Informationen zur Markenrecherche finden Sie auch auf unseren Internetseiten.

DPMAregister
Hier finden Sie nationale deutsche Marken, die angemeldet, eingetragen, gelöscht, zurückgenommen oder zurückgewiesen wurden.

www.dpma.de/recherche/dpma-register

eSearch plus
Mit eSearch plus finden Sie Unionsmarken, die eingetragen, angemeldet, gelöscht, zurückgenommen oder zurückgewiesen wurden und dadurch für die Europäische Union und somit auch Deutschland relevant sind.

https://euipo.europa.eu/eSearch/

Madrid Monitor
Mit der Datenbank Madrid Monitor finden Sie international angemeldete und eingetragene Marken.

www.wipo.int/madrid/monitor/en/index.jsp

---

www.dpma.de/marken/markenrecherche

Telefonische Auskunft

Beim Zentralen Kundenservice des DPMA können Sie sich ausführlich über Anmeldewege, -verfahren und -erfordernisse informieren. Wir senden Ihnen auch gerne Formulare und Merkblätter zu. Der Zentrale Kundenservice ist für Sie über die Telefonnummer +49 89 2195-1000 erreichbar.

Eine rechtliche Beratung darf der Zentrale Kundenservice nicht durchführen. Dies ist nach dem Rechtsdienstleistungsgesetz vor allem den Patent- und Rechtsanwälten vorbehalten.

Unterstützung bei der Markenrecherche

Patentanwälte, Rechtsanwälte mit Schwerpunkt Markenrecht, Fachanwälte für gewerblichen Rechtsschutz, Patentberichterstatter und Patentinformationszentren bieten Recherchen nach identischen Marken und komplexe Ähnlichkeitsrecherchen an und ermöglichen Ihnen zusätzlich einen Zugang zu kommerziellen Markendatenbanken.

Bei der Interpretation der Rechercheergebnisse und bei Fragen zur Verwechslungsgefahr helfen Ihnen Patentanwälte, Rechtsanwälte mit Schwerpunkt Markenrecht und Fachanwälte für gewerblichen Rechtsschutz.

www.dpma.de/service/kundenservice

Adressenlisten und Links erhalten Sie von unserem Zentralen Kundenservice oder finden Sie auf unseren Internetseiten.

Glossar

Ablehnungsbeschluss

Ist ein Zeichen nicht schutzfähig, wird die Eintragung in das Markenregister mit einem Beschluss abgelehnt (siehe Schutzhindernisgründe).

Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO)

Das Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) ist die offizielle Agentur der EU, die für die Eintragung von Marken und Geschmacksmustern zuständig ist, die in allen Ländern der EU gelten. Das EUIPO hat seinen Sitz in Alicante (Spanien).

Amtliches Markenblatt (elektronisch)

Im Markenblatt werden alle neu eingetragenen Marken und Änderungen bei bereits bestehenden Marken elektronisch veröffentlicht. Einzelne Markenblätter können unter **www.dpma.de** aus dem Onlinedienst **www.dpma.de/recherche/dpmaregister** heruntergeladen werden.

Anmeldetag

Ist ein vollständiger Antrag auf Markenschutz beim DPMA eingegangen, so wird ein sogenannter Anmeldetag begründet. Dieser Anmeldetag bestimmt normalerweise den Zeitrang der Anmeldung, also das Datum, das darüber entscheidet, ob eine kollidierende Marke jünger oder älter ist (siehe Prioritätsgrundsatz).

Anmelder

Anmelder ist derjenige, für den ein Markenschutz beantragt wird (zukünftiger Markeninhaber). Anmelder kann eine natürliche oder juristische Person oder unter Umständen eine Personengesellschaft sein.

Beanstandungsbescheid

Bei formellen Mängeln wird dem Anmelder ein Beanstandungsbescheid mit genauer Benennung der Mängel zugesandt, um diese beseitigen zu können. Wird die Marke für nicht schutzfähig erachtet, wird vor einer Ablehnung der Markeneintragung ein Beanstandungsbescheid mit Erläuterungen der Schutzhindernisgründe versandt.

Beschwerdeverfahren Bundespatentgericht (BPatG)

Lehnt ein Prüfer des DPMA die Eintragung einer Marke durch einen Beschluss ab, kann der Anmelder diese Entscheidung innerhalb eines Monats nach Zustellung des Ablehnungsbeschlusses mit dem Rechtsmittel der Beschwerde vom Bundespatentgericht überprüfen lassen (siehe auch Erinnerungsverfahren).

Bildmarke

Bildmarken sind Bilder, Bildelemente oder Abbildungen (ohne Wortbestandteile).

Brand

Brand ist die englische Bezeichnung für eine Handelsmarke beziehungsweise für ein Firmenzeichen.

Deutsches Patent- und Markenamt (DPMA)

Das Deutsche Patent- und Markenamt ist das nationale Kompetenzzentrum für gewerblichen Rechtsschutz in Deutschland. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Behörde erteilen Patente, tragen Marken und Muster ein und verwalten sie. Außerdem informieren sie die Öffentlichkeit über gewerbliche Schutzrechte.

Einheitliche Klassifikationsdatenbank

(siehe auch Nizza-Klassifikation)
Viele der nationalen Markenämter der Europäischen Union haben sich auf eine Liste von etwa 60 000 Klassifikationsbegriffen geeinigt, die in 27 Sprachen übersetzt und in den teilnehmenden Ländern zulässig sind. Diese Datenbank (TMclass) ist umfassender angelegt als die Liste der Nizzaer Klassifikation, verwendet aber die selbe Systematik. In einer Warenkorbfunktion steht Ihnen diese bei der Online-Markenanmeldung ebenfalls zur Verfügung.

Eintragung

Nachdem der Prüfer die Markenanmeldung geprüft und keine formellen Mängel oder Schutzhindernisse festgestellt hat, trägt er die Marke in das nationale Markenregister ein. Der Eintragungstag ist nicht identisch mit dem Anmeldetag und dem Tag der Veröffentlichung der Marke.

Eintragungshindernis

siehe Schutzhindernisse

Eintragungsurkunde

Über die Eintragung der Marke in das Markenregister wird der Inhaberin beziehungsweise dem Inhaber eine Urkunde vom DPMA zugesandt.

Erinnerungsverfahren DPMA

Gegen den Zurückweisungsbeschluss zur Eintragung einer Marke kann der Anmelder den Rechtsbehelf der Erinnerung einlegen. Ein zweiter Prüfer (Erinnerungsprüfer) überprüft die Entscheidung erneut (siehe auch Beschwerdeverfahren).

Gattungsbegriff

Erfolgreiche Marken laufen Gefahr, zum Synonym für eine ganze Gattung von Produkten oder auch Dienstleistungen werden, zum Beispiel „Tempo“ für Papiertaschentücher oder „Fön“ für Haartrockner.

Geografische Herkunftsangaben

Geografische Herkunftsangaben von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln sind Produktnamen, die eine direkte geografische Zuordnung ermöglichen (beispielsweise Nürnberger Bratwürste) oder die fest einer Region zuzuordnen sind (beispielsweise Spreewälder Gurken).

Hörmarke

Hörmarken sind akustische, hörbare Marken, also Töne, Tonfolgen, Melodien oder sonstige Klänge und Geräusche.

Hoheitszeichen

Hoheitszeichen sind Fahnen, Flaggen, Wappen, Abzeichen und Dienstsiegel, welche die Staatshoheit repräsentieren (beispielsweise Bundesadler, Deutschlandflagge, Polizei-Stern). Wenn ein Zeichen ein Hoheitszeichen beinhaltet, nachahmt oder missbraucht, kann es nicht geschützt werden.

IR-Marken

Marken, die international bei der Weltorganisation für geistiges Eigentum registriert sind (siehe WIPO).

Löschung

Marken können wegen Nichtigkeit oder Verfalls gelöscht werden – oder weil der Markeninhaber auf sie verzichtet.

Lizenz/Lizenzierung

siehe Markenlizenz

Marke

Marken sind Kennzeichen, mit denen Waren und Dienstleistungen von Unternehmen voneinander unterschieden werden. Als Marken können unter anderem Wort- und Bildzeichen, Hörzeichen, dreidimensionale Gestaltungen, Farben oder sonstige Zeichen im Register des DPMA eingetragen werden, soweit sie grafisch darstellbar sind. Die Schutzdauer einer deutschen Marke beträgt zehn Jahre und ist beliebig oft verlängerbar.

Markenanmeldung

Die Markenanmeldung ist ein Antrag auf Schutz eines Zeichens durch Eintragung in das Markenregister des DPMA. Die Anmeldung enthält Angaben zum Anmelder, eine Wiedergabe der Marke und die Waren oder Dienstleistungen, für die die Eintragung beantragt wird. Eine Markenanmeldung kostet 300 Euro inklusive drei Klassen. Jede weitere Klasse kostet zusätzlich 100 Euro.

Markenamt

siehe Deutsches Patent- und Markenamt und Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum

Markenblatt

siehe amtliches Markenblatt

Markenlizenz

Mit einer Markenlizenz gestattet der Markeninhaber – meist gegen Entgelt – einer anderen Person oder einem anderen Unternehmen, die Marke zu nutzen.

Markenrecherche

Das DPMA überprüft nicht, ob eine Marke in identischer oder ähnlicher Form bereits existiert. Der Anmelder sollte sich deshalb bereits im Vorfeld einer Markenanmeldung durch die Recherche nach gleichen oder ähnlichen Marken vergewissern, ob die gewünschte Marke keine Rechte Dritter verletzt. Dabei sollte nach nationalen Marken, Unionsmarken und IR-Marken recherchiert werden.

Markenregister

Das Markenregister ist ein unter **www.dpma.de/recherche/dpmaregister** öffentlich zugängliches Register, das beim DPMA geführt wird. Es enthält unter anderem folgende Angaben: Anmeldetag und Beginn der Schutzdauer einer Marke, Markendarstellung, für welche Waren und Dienstleistungen die jeweilige Marke eingetragen wurde, Markennummer, Anmelder und Inhaber der Marke, Vertreter des Markeninhabers, ob die Marke aufgrund bestehender Verkehrsgeltung eingetragen wurde;
Hinweise, ob gegen diese Marke ein Widerspruchs- oder Löschungsverfahren anhängig ist.

Markenurkunde

siehe Eintragungsurkunde

Nichtbenutzung

Wird eine Marke nicht innerhalb von fünf Jahren ab dem Zeitpunkt der Eintragung ins Register tatsächlich benutzt, kann sie gelöscht werden. Dieser Benutzungszwang bedeutet, dass Markeninhaber ihre Marke ernsthaft im Inland zur Kennzeichnung ihrer Waren und Dienstleistungen im Wirtschaftsleben benutzen müssen.

Nizza-Klassifikation

Nizza-Klassifikation ist die Kurzform für „Internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken". Der Name geht auf das auf der diplomatischen Konferenz von Nizza am 15.6.1957 geschlossene Übereinkommen zurück, das die Schaffung der Klassifikation vertraglich festlegte. Sie enthält in insgesamt 45 Klassen (34 für Waren und 11 für Dienstleistungen) alle standardisierten und zulässigen Begriffe, die für das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis einer Anmeldung benötigt werden.

Die Warenklassen sind grob in Produkt- und Materialgruppen eingeteilt, die Dienstleistungsklassen nach Sparten/Branchen (siehe auch „Einheitliche Klassifikationsdatenbank").

Nutzungsrecht

Der Markeninhaber hat ein ausschließliches Recht an einer Marke. Durch einen Lizenzvertrag kann einem Dritten gestattet werden, das Zeichen zu nutzen.

Prioritätsgrundsatz

Im Falle der Kollision von Markenrechten hat grundsätzlich die ältere Marke Vorrang. Das bedeutet, dass der Inhaber einer Marke, für die er als erster Schutz erlangt hat, andere daran hindern kann, ein identisches oder ähnliches Zeichen zu beanspruchen oder zu benutzen.

Recherche

siehe Markenrecherche

Rechtsbehelf

Mit einem Rechtsbehelf wird gegen eine Entscheidung oder einen nachteiligen Rechtszustand vorgegangen und die Aufhebung oder Änderung verlangt. In Markenanmelde- und Widerspruchsverfahren gibt es folgende Rechtsbehelfe: das Erinnerungsverfahren beim DPMA, das Beschwerdeverfahren beim Bundespatentgericht sowie gegebenenfalls das Rechtsbeschwerdeverfahren beim Bundesgerichtshof.

Rechtsbeschwerdeverfahren BGH

Gegen einen Beschluss des Bundespatentgerichts kann unter bestimmten Voraussetzungen Rechtsbeschwerde beim Bundesgerichtshof (BGH) eingelegt werden.

Register

siehe Markenregister

Registrierung/Registereintrag

siehe Eintragung

Schutzumfang

Der Schutzumfang einer Marke setzt sich zusammen aus

a) dem territorialen Schutzumfang (bei einer nationalen Marke, die in das vom DPMA geführte Register eingetragen wird, ist dies das Staatsgebiet der Bundesrepublik Deutschland),
b) der Kennzeichnungskraft, also der Fähigkeit einer Marke vom Verbraucher wiedererkannt zu werden (eine Marke, die eine hohe Kennzeichnungskraft besitzt, verfügt regelmäßig über einen durchschnittlichen bis überdurchschnittlichen Schutzumfang),
c) der Anzahl der Waren und/oder Dienstleistungen, für die die Marke eingetragen wurde.

Schutzhindernisse

Eine Marke kann nur geschützt werden, soweit keine absoluten und relativen Schutzhindernisse bestehen. Während absolute Schutzhindernisse (fehlende Markenfähigkeit, mangelhafte Unterscheidungskraft, Freihaltebedürfnis, öffentliches Interesse) vor der Eintragung der Marke in das Markenregister durch das DPMA geprüft werden, können relative Schutzhindernisse (fremde, prioritätsältere Schutzrechte, nicht erfolgte Benutzung) erst mittels Widerspruchsverfahren geltend gemacht werden.

Übertragung

Eine registrierte Marke kann, wie auch andere Rechte, auf einen neuen Inhaber (natürliche oder juristische Person) ganz oder teilweise übertragen werden.

Unionsmarke

Durch die Eintragung einer Marke beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) in Alicante (Spanien), dem „europäischen Markenamt“, erhält der Markeninhaber Schutz in allen Ländern der Europäischen Union (EU, früher: Europäische Gemeinschaft).

Verlängerung

Nach Ablauf der zehnjährigen Schutzfrist kann die Marke durch Zahlung einer Verlängerungsgebühr (750 Euro für drei Klassen, 260 Euro für jede weitere Klasse) immer wieder um zehn Jahre verlängert werden.

Verfall

Eine Marke verfällt, wenn sie beispielsweise nicht genutzt wird, sich zu einem Gattungsbegriff entwickelt oder täuschend genutzt wird. Sie kann dann aus dem Register gelöscht werden.

Veröffentlichung

Alle neu eingetragenen Marken und Änderungen bei bereits bestehenden Marken werden im Markenblatt elektronisch veröffentlicht.

Verwechslungsgefahr

Verwechslungsgefahr bei Marken liegt vor, wenn die Öffentlichkeit glauben könnte, dass die Waren oder Dienstleistungen, die mit der jüngeren Marke gekennzeichnet sind, aus dem Unternehmen des Inhabers der älteren Marke stammen.

Waren- und Dienstleistungsverzeichnis

Marken kennzeichnen Produkte und Dienstleistungen. Daher sind bei einer Markenanmeldung die Waren und Dienstleistungen genau in einem Waren- und Dienstleistungsverzeichnis zu benennen, damit sie eindeutig der richtigen Waren- beziehungsweise Dienstleistungsklasse zugeordnet werden können. In einem späteren Streitfall ist damit auch der Schutzumfang der Marke klar abgrenzbar.

Widerspruch

Innerhalb einer Frist von drei Monaten nach dem Tag der Veröffentlichung der Eintragung einer Marke kann der Inhaber eines älteren Markenrechts oder einer Firmenbezeichnung gegen die Eintragung der Marke Widerspruch erheben, wenn er sich in seinen Rechten verletzt fühlt.

Widerspruchsverfahren

Im Widerspruchsverfahren prüft das DPMA, ob zwei sich gegenüberstehende Zeichen verwechselt werden könnten, hinsichtlich ihrer Bezeichnung und der jeweils geschützten Waren und Dienstleistungen. Ist dies der Fall, kann die neu eingetragene Marke ganz oder teilweise wieder aus dem Markenregister gelöscht werden.

Wiener Klassifikation

Bildbestandteile von Marken und reine Bildmarken werden nach der Wiener Klassifikation geordnet, damit sie recherchierbar sind, um beispielsweise nach entgegenstehenden älteren Marken zu suchen. Die „Wiener Klassifikation – Internationale Klassifikation der Bildbestandteile von Marken“ wurde 1973 in Wien beschlossen. Sie besteht aus einem hierarchisch aufgebauten, vom Allgemeinen ins Einzelne gehenden System, das sämtliche Bildbestandteile in Kategorien, Abschnitte und Unterabschnitte einteilt.

Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO)

Die Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO) mit Sitz in Genf wurde 1967 mit dem Ziel gegründet, geistiges Eigentum weltweit zu fördern. Über die „Internationale Registrierung“ des DPMA kann ein Antrag auf Markenschutz in verschiedenen Ländern der Welt an die WIPO gesandt werden. Voraussetzung ist jedoch eine „deutsche Basismarke“, also eine angemeldete oder eingetragene Marke im deutschen Markenregister.

Wortmarke

Wortmarken sind Marken, die aus Wörtern, Buchstaben, Zahlen oder sonstigen Schriftzeichen des vom DPMA verwendeten Zeichensatzes bestehen.

Wort-/Bildmarke

Wort-/Bildmarken bestehen aus einer Kombination von Wort- und Bildbestandteilen oder aus Wörtern, die grafisch gestaltet sind.

Zurückweisungsbeschluss

siehe Ablehnungsbeschluss

Notizen

Haben Sie Fragen?

Wir stehen Ihnen gerne für Fragen zur Verfügung und informieren Sie über die Schritte einer Schutzrechtsanmeldung. Besuchen Sie uns in München, Jena oder Berlin. Selbstverständlich erreichen Sie uns auch telefonisch, per Fax oder E-Mail an **info@dpma.de**.

www.dpma.de/service

Auf unseren Internetseiten können Sie weitere Informationen und alle notwendigen Anmeldeformulare abrufen.

Adressen und wichtige Rufnummern:

Deutsches Patent- und Markenamt

Zentraler Kundenservice
Telefon +49 89 2195-1000

Service-Hotline „Rechercheunterstützung“
Telefon +49 89 2195-3435
E-Mail **datenbanken@dpma.de**

www.dpma.de/service/presse

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon +49 89 2195-3222
E-Mail **presse@dpma.de**

München
Zweibrückenstraße 12, 80331 München
Fax +49 89 2195-2221
Recherchesaal +49 89 2195-3435

Jena
Goethestraße 1, 07743 Jena
Fax +49 3641 40-5690

Berlin
DPMA Informations- und Dienstleistungszentrum Berlin
Gitschiner Straße 97, 10969 Berlin
Fax +49 30 25992-404
Recherchesaal +49 30 25992-230 oder -231

www.piznet.de

Patentinformationszentren
E-Mail **info@piznet.de**

Impressum

Herausgeber
Deutsches Patent- und Markenamt
Zweibrückenstraße 12
80331 München

Telefon +49 89 2195-1000
www.dpma.de

Stand
Überarbeitete Auflage, November 2017

Text
Robert Botz, www.buerobotz.de

Bildnachweis
Titelseite: iStock.com/Brian Brown
Seite 3: iStock.com/malerapaso
Seite 6: iStock.com/Ryan Lane
Seite 8: iStock.com/kertlis
Seite 9: iStock.com/kevinjeon00
Seite 11: oben: iStock.com/Lukasok, unten: iStock.com/gemena communication
Seite 10: iStock.com/Johnny Greig
Seite 12: iStock.com/Kalinovsky Dmitry
Seite 14: Fotolia/Picture-Factory
Seite 20: iStock.com/EHStock
Seite 22: iStock.com/Vika Valter
Seite 23: iStock.com/tomczykbartek
Seite 25: iStock.com/Eric Delmar
Seite 26: iStock.com/kizilkayaphotos
Seite 28: iStock.com/Irina Tischenko

Diese Informationsbroschüre soll einen ersten Eindruck in das Markenrecht vermitteln. Sie enthält daher auch vereinfachte und verallgemeinernde Aussagen. Eine vollständige und verbindliche Darstellung der komplexen Materie ist in diesem Rahmen nicht möglich. Weitergehende Informationen erhalten Sie auch auf den Internetseiten des Deutschen Patent- und Markenamts (www.dpma.de).

www.dpma.de