

## MARKEN

Die Marke, mit der ein Produkt beworben werden kann, ist das wichtigste nichttechnische Schutzrecht. Ihre Bedeutung hat in den letzten Jahren immer mehr zugenommen, da sie für den Markeninhaber einen beträchtlichen Wert darstellen kann.

In Deutschland entsteht der Markenschutz durch Eintragung eines Zeichens als Marke in das vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) geführte Register. Neben dieser Registermarke gibt es noch eine andere Möglichkeit, Markenschutz zu erlangen. Diese sogenannte Benutzungsmarke entsteht durch eine intensive markenmäßige Benutzung des Zeichens im geschäftlichen Verkehr, wodurch das Zeichen innerhalb der beteiligten Verkehrskreise Verkehrsgeltung erwirbt. Die Feststellung der Verkehrsgeltung erfolgt meistens über Meinungsforschungsgutachten und ist daher eine teure Angelegenheit. Somit ist der Registermarke der Vorzug zu geben.

Für eine Markenmeldung ist mit dem Antrag die Wiedergabe der Marke erforderlich und ein Waren- und Dienstleistungsverzeichnis zu formulieren, in dem die Waren- und Dienstleistungsklassen angegeben werden, für die die Marke Markenschutz genießen soll. Um den Markenschutz für eine Marke in Deutschland zu erlangen, müssen die Amtsgebühren fristgerecht entrichtet und die gesetzlichen Bestimmungen, die grundlegend im Markengesetz geregelt sind, beachtet werden. Das Markengesetz, das das Warenzeichengesetz ablöste, ist seit 01. Januar 1995 in Kraft. Seitdem 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. Neben diesen Zeichenformen sind neuerdings auch sämtliche, den menschlichen Sinnen zugängliche Erscheinungsformen, wie z.B. Duft-, Geschmacks-, Tast- und Bewegungsmarken, schützbar.

Gemeinsam haben diese verschiedenen Zeichenformen, dass die Anmeldungserfordernisse erfüllt sein müssen und der Eintragung keine sogenannten absoluten Schutzhindernisse entgegenstehen dürfen. Diese Voraussetzungen werden amtsseitig im Eintragungsverfahren geprüft. Die wichtigsten absoluten Schutzhindernisse sind ein Freihaltungsbedürfnis und/oder eine fehlende Unterscheidungskraft.

Unter dem Freihaltungsbedürfnis versteht man das Bedürfnis der Wettbewerber, ebenfalls das als Marke vorgesehene bzw. angemeldete Zeichen zur Bezeichnung ihrer Waren und Dienstleistungen benützen zu können. Somit würde beispielsweise dem Zeichen „Schlepper“ die Eintragung als Wortmarke für die Ware „Zugmaschine“ aufgrund des unmittelbar beschreibenden Warenbezuges versagt werden, während beispielsweise „Schlepper“ für die Ware „Reinigungsmittel“ eingetragen werden könnte, da hier wohl kein Freihaltungsbedürfnis bestünde.

Bei der Unterscheidungskraft handelt es sich um die einer Marke innewohnende konkrete Eignung, mit der inländische beteiligte Verkehrskreise die Herkunft der angemeldeten Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von jenen anderer Unternehmen unterscheiden können. Dadurch wird die betriebliche Zuordnung dieser Waren und Dienstleistungen ermöglicht. In der Regel wird als beteiligter Verkehrskreis der Endverbraucher, an den ein Produkt verkauft wird, herangezogen.

Liegen nach amtsseitiger Meinung keine absoluten Schutzhindernisse vor, so wird die Marke eingetragen und die Eintragung in dem vom Deutschen Patent- und Markenamt herausgegebenen Markenblatt veröffentlicht. Innerhalb einer Frist von drei Monaten ab dem Tag der Veröffentlichung kann ein Inhaber einer Marke mit älterem Zeitrang gegen die Eintragung der jüngeren Marke Widerspruch, der zur Löschung oder zur Teillöschung der jüngeren Marke führen kann, erheben. Für den Widerspruch ist vom Widersprechenden eine Widerspruchsgebühr an das Deutsche Patent- und Markenamt zu entrichten.

In den meisten Fällen wird der Widerspruch auf relative Schutzhindernisse, die in Deutschland bis zur Eintragung amtsseitig nicht geprüft werden, gestützt. Ein

relatives Schutzhindernis ist gegeben, wenn die ältere Marke (= Widerspruchsmarke) und die jüngere Marke (= angegriffene Marke) identisch oder ähnlich sind und zusätzlich die dazugehörenden Waren und Dienstleistungen eine Identität oder Ähnlichkeit aufweisen, so dass für das Publikum die Gefahr der Verwechslung besteht. Der Fall, dass der jüngeren Marke eine identische ältere Marke gegenübersteht, die für identische Waren und Dienstleistungen angemeldet oder eingetragen ist, ist allerdings sehr selten, insbesondere, wenn vor der Markenmeldung eine Recherche durchgeführt wurde.

Falls ein Widerspruch eingelegt wird, informiert das Deutsche Patent- und Markenamt den Inhaber der angegriffenen Marke, der dann Gelegenheit erhält, eine Stellungnahme abzugeben. Wird keine fristgerechte Stellungnahme eingereicht, kann die angegriffene Marke gelöscht werden.

Wird kein Widerspruch eingelegt oder wird die Marke durch das Widerspruchsverfahren nicht gelöscht, so ist die Schutzdauer der Marke nicht begrenzt, sofern die Marke regelmäßig alle zehn Jahre ab dem Anmeldetag durch Zahlung der Verlängerungsgebühr verlängert wird. Zusätzlich ist die Voraussetzung für den Fortbestand einer Marke, dass die Marke im geschäftlichen Verkehr benutzt werden muss, da eine ununterbrochene Nichtbenutzung der Marke über einen Zeitraum von fünf Jahren hinweg zur Löschung der Marke führen kann, wenn ein wirksamer Antrag eines Dritten auf Verfall der Marke gestellt wird.

Der Erwerb des Markenschutzes gewährt dem Inhaber einer deutschen Marke ein im gesamten Bundesgebiet bestehendes ausschließliches Recht, so dass es Dritten im geschäftlichen Verkehr untersagt ist, ohne Zustimmung des Markeninhabers ein identisches oder ähnliches Zeichen für identische oder ähnliche Waren und Dienstleistungen zu benutzen. Bei Nichtbeachtung entsteht ein Unterlassungs- und Schadensersatzanspruch.

Einen Markenschutz gibt es aber nicht nur in Deutschland, sondern auch im Ausland. Neben den nationalen Auslandsanmeldungen haben sich zur Vereinfachung der Markenregistrierung außerdem eine Vielzahl von Ländern dem Madrider System angeschlossen, das auf dem Madrider Abkommen über die

internationale Registrierung von Marken (MMA) und dem Protokoll zu diesem Abkommen (PMMA) beruht. Dadurch ist eine internationale Registrierung, die von der Weltorganisation für Geistiges Eigentum (WIPO) in Genf, Schweiz, durchgeführt wird, auch durch eine sogenannte internationale Marke (IR-Marke), die auf eine Basismarkenmeldung oder eine Basismarke gestützt sein muss, möglich.

Neben der deutschen Marke, nationalen Auslandsmarken und der IR-Marke gibt es die Unionsmarke, die beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) in Alicante, Spanien, hinterlegt werden kann und eine Wirkung für alle Staaten der Europäischen Union entfaltet.

**BÜRO STUTTGART**

Wiederholdstraße 10  
70174 Stuttgart  
Deutschland  
Telefon: +49 (711) 2229940  
Telefax: +49 (711) 22299444



**BÜRO MAGDEBURG**

Olvenstedter Straße 15  
39108 Magdeburg  
Deutschland  
Telefon: +49 (391) 4005372  
Telefax: +49 (391) 4005373



**BÜRO HEILBRONN**

Weipertstraße 8-10  
74076 Heilbronn  
Deutschland  
Telefon: +49 (7131) 7669640  
Telefax: +49 (7131) 7669649

