



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
Marken sichern Werte	6
Marken geben Rechte	7
Der Weg zum Markenschutz	8
Kein Markenschutz ohne Zuordnung:	
Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis	9
Für Ihre Recherche: Das Markenregister.	13
Ihre Anmeldung	14
Eintragungsvoraussetzungen.	17
Ablauf und Kosten der Eintragung	18
Schutzwirkung und Schutzdauer	20
Benutzungspflicht und Verteidigung.	21
Widerspruchsverfahren	22
Übertragung, Lizenzierung und Verpfändung.	24
Markenschutz im Ausland.	25
Verfalls- beziehungsweise Nichtigkeitsverfahren.	27
Service	28
Tipps zur Markenrecherche	28
Glossar	30
Adressen und wichtige Rufnummern	38

Wir schützen Ihre Marke.

Das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) ist das deutsche Kompetenzzentrum für alle Schutzrechte des geistigen Eigentums – für Patente, Gebrauchsmuster, Marken und Designs. 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 Schutzrecht für eine beim DPMA registrierte Marke 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 so klare Unterscheidungsmerkmale gegenüber den Angeboten der Mitbewerber. In der unendlichen Flut der Werbebotschaften geben uns Marken wertvolle Orientierung, in Form charakteristischer Wörter, Bilder, Töne, Filme oder dreidimensionaler Gestaltungen.

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

Vom Warenzeichen zur Marke.

Seit über 30 Jahren können nicht nur Waren, sondern auch Dienstleistungen mit 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 Produkten der Wettbewerber.

Marken schaffen Vertrauen.

Jede Marke ist ein Versprechen: für die zuverlässige Herkunft und die gleichbleibende Qualität oder bestimmte Eigenschaften einer Ware beziehungsweise einer Dienstleistung.

Marken stehen für besondere Eigenschaften. Sie sprechen Wünsche an, vermitteln 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 sogar steigenden Markenwert. Das eröffnet langfristige Perspektiven.

Marken schützen Ideen.

„Als Marken können alle Zeichen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen, Klänge, 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 Absatz 1 Markengesetz).

➤ Neues Erklärvideo
„Was ist eine Marke?“



https://youtu.be/bHfBTIqh_kw

Vielfältige Formen von Marken?

Die häufigsten Formen, in denen Marken angemeldet werden, sind Wörter (Wortmarken) oder Bilder (Bildmarken) – sowie Kombinationen hieraus (Wort-/Bildmarken). Daneben gibt es auch besondere Markenformen wie dreidimensionale Marken und Farbmarken.

Seit dem 14. Januar 2019 können darüber hinaus auch Marken angemeldet werden, die sich nicht grafisch darstellen lassen; so lange sie nur bestimmt genug sind, dass Dritte ihren Schutzzumfang erkennen können. Damit können nunmehr auch moderne Markenformen wie Multimediamarken, Klangmarken und Hologrammmarken im Register des DPMA eingetragen werden. Diese Erweiterung der Markenformen ist Folge der Europäischen Markenrechtsreform von 2015.

Domainnamen als Marke

Grundsätzlich können Internet-Domains auch als Marken angemeldet werden. Das DPMA vergibt keine Domainnamen, empfiehlt jedoch eine Markenrecherche vor der Wahl eines Domainnamens. Nicht jeder Domainname erfüllt aber die Voraussetzungen für die Eintragung als Marke im Register des DPMA. Nur wenn der Domainname schutzfähig, insbesondere keine reine Sach- oder Werbeangabe ist, ist er auch als Marke eintragbar.

Marken sichern Werte.

In modernen Märkten, die sich immer schneller verändern, bieten Marken wichtige Orientierung und Entscheidungssicherheit für Kunden und Verbraucher. Sie ermöglichen die Identifikation mit den Angeboten 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 Ansehen und Wert seiner Marke(n) gekoppelt. Wichtige Kriterien dabei sind Markenbekanntheit, Markenimage und Marktanteile. Marken sind deshalb nicht nur Kostenfaktoren, sondern wichtige Einflussfaktoren, die den Gesamtwert eines Unternehmens steigern können.



Marken geben Rechte.

Markenschutz entsteht in der Regel durch Eintragung eines Zeichens in das vom DPMA geführte Register. Daneben kann Markenschutz auch durch Verkehrsgeltung infolge intensiver Nutzung eines Zeichens im Geschäftsverkehr oder durch allgemeine Bekanntheit entstehen. Mit der Eintragung Ihrer Marke in das Register beim DPMA erwerben Sie das ausschließliche Recht, über die Marke für die geschützten Waren/Dienstleistungen zu verfügen und Dritten die markenmäßige Benutzung einer mit Ihrer Marke identischen oder verwechselbar ähnlichen Kennzeichnung zu untersagen.

Die Eintragung Ihrer Marke in das Markenregister macht Ihre markenrechtlichen Ansprüche leichter durchsetzbar. Eintragungsurkunde und 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 Schadensersatz zu. Darüber hinaus können Sie widerrechtlich gekennzeichnete Waren bei der Ein- oder Ausfuhr und gegebenenfalls sogar beim Transit durch die Zollbehörde beschlagnahmen lassen oder die Vernichtung widerrechtlich gekennzeichnete Gegenstände verlangen.

Im Geschäftsleben können eingetragene Marken mit dem „R im Kreis“-Symbol ® gekennzeichnet werden, einem Hinweis für Dritte auf eine Registermarke.

Gewährleistungsmarken und Kollektivmarken

Mit der **Gewährleistungsmarke** können seit dem 14. Januar 2019 in Deutschland Gütesiegel oder Prüfzeichen neutraler Zertifizierungsunternehmen markenrechtlichen Schutz erlangen, zum Beispiel Grüner Knopf. Anders als bei den Individualmarken steht dabei nicht die Herkunftsfunktion, sondern die *Garantiefunktion* im Vordergrund. In der Markensatzung, die mit der Eintragung einer Gewährleistungsmarke im Register des DPMA veröffentlicht wird, muss der Markeninhaber die gewährleisteten Produkteigenschaften, die Nutzungsbedingungen sowie die Prüf- und Überwachungsmaßnahmen angeben.

Eine **Kollektivmarke** weist demgegenüber auf die Herkunft der mit ihr gekennzeichneten Produkte aus einem bestimmten Kollektiv hin. Die Anmeldung einer Kollektivmarke kommt daher nur für rechtsfähige Verbände oder juristische Personen des öffentlichen Rechts in Betracht.

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. Für Gewährleistungs- und Kollektivmarken gelten aber besondere Bestimmungen.

Der Weg zum Markenschutz

Weit über 800 000 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 vermittelt. Bedenken Sie bitte, dass Markenrecht und -praxis komplexe Themen sind, die größte Sorgfalt verlangen. Das gilt von der von Ihnen durchzuführenden Markenrecherche nach konkurrierenden älteren Rechten im Vorfeld einer Anmeldung sowie die (möglichst selbstkritische) Prognose der Schutzfähigkeit Ihrer Marke durch Sie bis zur Prüfung der Anmeldung und Eintragung durch unsere Expertinnen und Experten.



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 Klassifikation von Nizza in verschiedene Klassen eingeteilt (Klassifizierung).

Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis ist ein wichtiger Bestandteil der Markenmeldung, die ohne ein solches Verzeichnis unvollständig ist und die Eintragung verhindert.

Ein korrektes Waren- und Dienstleistungsverzeichnis trägt dazu bei, dass Ihre Anmeldung zügig bearbeitet werden kann. Die Verwendung von nicht konkreten, ungenauen Waren- und/oder Dienstleistungsformulierungen ist der mit Abstand häufigste Grund für eine längere Bearbeitungsdauer von Markenmeldungen. Um diesbezügliche formelle Beanstandungen zu vermeiden und die Marken schnell eintragen zu können, bieten wir verschiedene Hilfestellungen bei der Erstellung der Verzeichnisse an:

Bei Nutzung unserer elektronischen Anmeldewege **DPMAdirektPro** und **DPMAdirektWeb** ist die international abgestimmte, einheitliche Klassifikationsdatenbank (eKDB) hinterlegt und steht Ihnen innerhalb der Anwendungen mittels einer Warenkorbfunktion zur Verfügung. Damit können Sie zulässige Waren- und Dienstleistungsbegriffe komfortabel auswählen. Seit dem 14. Januar 2019 ist es zudem möglich, die innerhalb der elektronischen Anwendungen erstellten Waren- und Dienstleistungsverzeichnisse abzuspeichern und für weitere Anmeldungen zu verwenden.

Auch bei der Einreichung von Anmeldungen in Papierform können Sie die eKDB nutzen und direkt in der Datenbank ein entsprechendes Verzeichnis erstellen – zum Beispiel in PDF- oder TXT-Format.

Eine „Nutzungsanleitung eKDB“ haben wir für Sie auf unseren Internetseiten veröffentlicht.

➔ Neues Erklärvideo

„Waren- und Dienstleistungs-klassen einfach erklärt“



<https://www.youtube.com/watch?v=rhinShNzZVg>



Nutzungsanleitung eKDB

www.dpma.de/marken/anmeldung/erforderliche_angaben/details_wdvz

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

Ihre Möglichkeiten, falls Sie Waren- oder Dienstleistungsbegriffe in der eKDB vermissen:

- Schlagen Sie uns vor, derartig fehlende Begriffe in die Datenbank aufzunehmen!
- Stimmen Sie mit uns ein Musterverzeichnis ab, falls Sie langfristig viele Markenmeldungen mit demselben Verzeichnis einreichen möchten!

Schreiben Sie uns hierzu einfach eine entsprechende E-Mail an info@dpma.de

Was bei der Erstellung von Waren- und Dienstleistungsverzeichnissen zu beachten ist:

- Der Schutzgegenstand und in der Folge der Schutzzumfang einer Marke bestimmt sich danach, für welche Waren und/oder 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- und Dienstleistungsklassen Sie beanspruchen, umso wahrscheinlicher wird es, dass Inhaber älterer Kennzeichen Widerspruch gegen die Eintragung Ihrer Marke erheben.
- 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 und Dienstleistungen im Geschäftsverkehr benutzen müssen, um das Recht an Ihrer Marke dauerhaft vollumfänglich 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**

Die internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen für die Eintragung von Marken – oder kurz „Nizza-Klassifikation“ – enthält insgesamt 45 Klassen (34 für Waren und 11 für Dienstleistungen). Alle in einer Markenmeldung beanspruchten Waren oder Dienstleistungen werden genau einer dieser Klassen zugeordnet. Nach der Anzahl der Klassen, für die eine Marke angemeldet wird, richtet sich die Höhe der dafür zu entrichtenden Gebühr.

Einheitliche Klassifikationsdatenbank (eKDB)

Viele der nationalen Markenämter der Europäischen Union haben sich auf eine Liste von etwa 73 000 zulässigen und bereits nach der Nizzaer Klassifikation klassifizierten Waren- und Dienstleistungsbegriffen geeinigt, die in 27 Sprachen übersetzt und in allen teilnehmenden Ländern als solche akzeptiert werden.

Wiener Klassifikation

Die sogenannte „Wiener Klassifikation“ ist die internationale Klassifikation der Bildbestandteile oder bildlichen Darstellungen von Marken und dient der Recherchierbarkeit von Marken, die keinen Wortbestandteil aufweisen.

www.tmdn.org

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	Uedle 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



Für Ihre Recherche: Das Markenregister.

Alle in Deutschland angemeldeten und eingetragenen Marken veröffentlichen wir online im **DPMAregister**.

Deshalb ist das amtliche Markenregister auch die erste Anlaufstelle für Sie als potentielle Anmelderin/potentiellen Anmelder einer neuen Marke. Denn hier können Sie in einem ersten Schritt mit einer Recherche nach älteren Registerrechten überprüfen, ob Ihre geplante Marke ältere nationale Rechte verletzt. Neben nationalen deutschen Marken finden Sie im **DPMAregister** auch Unionsmarken (EM) und international registrierte Marken (IR) mit Schutzwirkung für Deutschland, für deren Richtigkeit und Vollständigkeit das DPMA allerdings keine Gewähr übernehmen kann.

www.dpma.de/recherche/dpma-register

Worauf kommt es bei der Recherche an?

Vergewissern Sie sich, dass Ihre Marke nicht bereits in identischer oder ähnlicher Form existiert. Das DPMA überprüft eine etwaige Kollision mit älteren Rechten im Anmeldeverfahren nicht. Weitere Informationen zur Recherche finden Sie auf den Seiten 28 und 29. Neben der Recherche nach älteren, registrierten Marken sollten Sie auch überprüfen, ob in Ihrer Branche ältere identische oder ähnliche nicht registrierte Kennzeichenrechte wie geschäftliche Bezeichnungen existieren. Auch aus solchen Kennzeichen kann Widerspruch gegen die Eintragung der Marke erhoben sowie deren Löschung aus dem Register des DPMA beantragt werden.

Sie haben Ihre Markenrecherche abgeschlossen?

Dann sollten Sie nicht mehr lange warten. Eine möglichst frühzeitige Anmeldung kann aus rechtlicher Sicht entscheidende Vorteile haben, weil im Markenrecht der Prioritätsgrundsatz gilt. Danach hat die Marke mit dem älteren Anmeldedatum 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 nach neuen identischen oder ähnlichen Kennzeichen durchführen, um ihre Marke zu schützen und bei Bedarf wirkungsvoll zu verteidigen.

Ihre Anmeldung

Der erste Schritt zur Nutzung der markenrechtlichen Schutzmöglichkeiten ist die frühzeitige, formal korrekte und inhaltlich vollständige Anmeldung Ihrer Marke zur Eintragung in das Register.

Markenanmelder kann grundsätzlich eine natürliche oder eine juristische Person oder eine rechtsfähige Personengesellschaft sein.

Mit jeder Anmeldung kann nur eine Marke angemeldet werden.

Darauf kommt es an:

- Die Anmeldeangaben müssen vollständig und korrekt sein; achten Sie beispielsweise bei juristischen Personen darauf, dass die Angaben mit dem Eintrag im Handelsregister übereinstimmen.
- Ihre Anmeldung muss eine Darstellung der Marke in genau der Weise enthalten, in der sie künftig geschützt sein soll; eine nachträgliche Änderung ist nicht mehr möglich.
- Geben Sie an, um welche Markenform es sich handelt (Wortmarke, Bildmarke, Klangmarke etc.).
- Benennen Sie präzise die Waren und/oder Dienstleistungen, die mit der Marke gekennzeichnet werden sollen. Nach der Zahl der beanspruchten Klassen richtet sich auch die Gebührenhöhe für die Anmeldung.

Ausführliche Informationen dazu im Merkblatt „Wie melde ich eine Marke an?“ und im Infoblatt „So tragen Sie zu einer zügigen Bearbeitung Ihrer Markenmeldung bei“, die Sie online abrufen können.

www.dpma.de/marken/anmeldung

Unser Tipp

Wenn Sie Ihr Waren- beziehungsweise Dienstleistungsverzeichnis entsprechend der Nizza-Klassifikation gestalten – nach Klassen geordnet und in aufsteigender Reihenfolge – und Begriffe aus der eKDB wählen, fördern Sie die schnelle Prüfung der Anmeldung (siehe auch Seite 9).

Waren und Dienstleistungen, die Sie nicht in der eKDB finden, können Sie weiterhin mit der signaturgebundenen elektronischen Anmeldung (**DPMAdirekt**) und mit der Anmeldung in Papierform beanspruchen (siehe Seite 15). Schneller können wir Ihre Anmeldung jedoch bearbeiten, wenn Sie Begriffe aus der eKDB verwenden.

Auf welchen Wegen können Sie anmelden?

Online

Wenn Sie den elektronischen Weg wählen, können Sie Ihre Anmeldung

→ signaturfrei über unsere Web-Anwendung **DPMAdirektWeb** mit Warenkorbfunktion für Waren und Dienstleistungen einreichen. Sie werden in wenigen Schritten und mit zahlreichen Hinweisen durch die Anwendung geführt, ohne dass eine spezielle Software erforderlich ist.

→ mit qualifizierter elektronischer Signatur über unseren Dienst **DPMAdirektPro** einreichen. Hierzu ist eine qualifizierte Signaturkarte mit dazugehörigem Kartenlesegerät erforderlich, um Sie als Absender klar identifizieren zu können. Signaturkartenanbieter finden Sie bei der Bundesnetzagentur. Zugelassen ist auch die Verwendung der Online Services Smart Card des Europäischen Patentamts.

Außerdem benötigen Sie die **DPMAdirekt**-Software, um die Anmeldedokumente erstellen und validieren zu können. Diese können Sie auf unserer Internetseite kostenlos herunterladen.

www.dpma.de/service/elektronische_anmeldung/dpmadirektweb

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

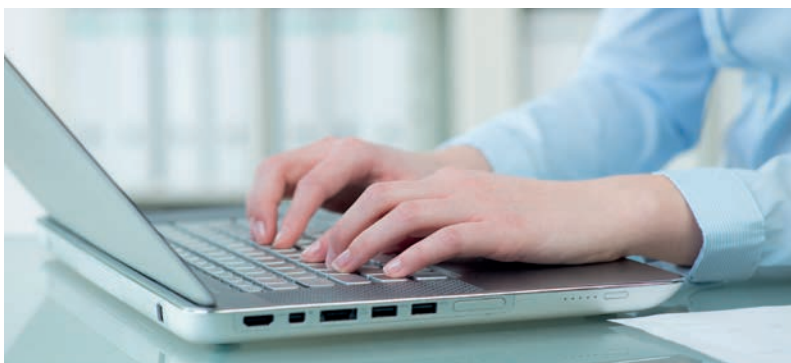
Papierform

Wenn Sie Ihre Anmeldung schriftlich vornehmen wollen, verwenden Sie bitte das vom DPMA bereitgestellte Anmeldeformular und reichen es bei uns oder bei einem der zur Annahme von Markenmeldungen berechtigten Patentinformationszentren ein. Das Anmeldeformular in seiner aktuellen Version zum Herunterladen finden Sie auf unserer Internetseite.

www.dpma.de/marken/anmeldung

Bitte beachten Sie:

Mit einer E-Mail können sie Ihre Marke nicht anmelden!



www.dpma.de/recherche/dpma-register

www.dpma.de/dpma/veroeffentlichungen/bekanntgaben/2020/10012020/index.html

www.dpma.de/docs/marken/darstellung_marken.pdf

www.dpma.de

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.

Welche Rolle spielt das Datum der Anmeldung?

Nach dem Prioritätsgrundsatz hat in der Regel die ältere Marke – also 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 produktbeschreibende, werbeübliche oder täuschende Zeichen!
- Existiert Ihre Marke bereits in identischer oder ähnlicher Form? Recherchieren Sie im Vorfeld nach bestehenden Rechten Dritter!
- Haben Sie unser amtliches Anmeldeformular verwendet und vollständig ausgefüllt?
- Ist Ihre Marke korrekt dargestellt?
- Haben Sie die für Ihre Markenform geltenden Formvorschriften beachtet?
- Entspricht Ihr Waren- und Dienstleistungsverzeichnis der Nizza-Klassifikation? Nutzen Sie zur Überprüfung die Informationen auf unserer Internetseite.

Online können Sie sich umfassend über das DPMA und die Formalitäten einer Marken­anmeldung und die Anmelde­formulare informieren.

Informationen zu Anmeldewegen, -verfahren und -voraussetzungen gibt Ihnen auch unser Zentraler Kundenservice. Die Kontaktdaten finden Sie im Serviceteil dieser Broschüre auf Seite 38.

Eintragungsvoraussetzungen

Das DPMA prüft Ihre Markenmeldung im Anmeldeverfahren auf absolute Schutzhindernisse, nicht aber darauf, ob sie ältere Kennzeichen Dritter verletzt.

Was genau sind absolute Schutzhindernisse?

Ihre Individualmarke kann nur eingetragen werden, wenn ihr keine absoluten Schutzhindernisse entgegenstehen. Diese sind insbesondere:

- fehlende Unterscheidungskraft als Herkunftshinweis auf einen Anbieter
- produktbeschreibender Charakter mit Freihaltebedürfnis für die Allgemeinheit
- Verstoß gegen die guten Sitten oder die öffentliche Ordnung
- in der Marke enthaltenes Hoheitszeichen.

Unterscheidungskünftig sind Zeichen, die geeignet sind, Waren und/oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Die Unterscheidungskraft fehlt Zeichen, die einen im Vordergrund stehenden produktbeschreibenden Gehalt haben oder sonst nur als solche verstanden werden wie Anpreisungen, allgemeine Werbeaussagen und Wortfolgen, die als feste Wendungen Eingang in den Sprachschatz gefunden haben.

Zudem sind auch Zeichen vom Schutz ausgeschlossen, die allgemein verfügbar bleiben müssen wie insbesondere Angaben, die die beanspruchten Produkte lediglich nach Art, Beschaffenheit oder sonstigen Eigenschaften und Merkmalen beschreiben. So ist etwa das Wort „Apple“ für Computer schutzfähig, nicht aber für Äpfel, weil es insoweit als warenbeschreibende Angabe für die Mitbewerber zur ungehinderten Verwendung freigehalten werden muss.

Ausnahmsweise können auch mangels Unterscheidungskraft oder als beschreibende Angaben schutzunfähige Bezeichnungen eingetragen werden, wenn sie sich infolge ihrer Benutzung für die beanspruchten Produkte im gesamten Bundesgebiet als Marke durchgesetzt haben, also von den angesprochenen Verkehrskreisen als Herkunftszeichen des Anmelders verstanden werden. Dazu muss ein weit überwiegender Teil dieser Kreise die Zeichen einem bestimmten Unternehmen zuordnen. Dies ist durch geeignete Unterlagen und gegebenenfalls eine demoskopische Umfrage nachzuweisen.

Beispiele:

➤ Allgemeine Schlagworte:

- „flexibel“ für Personaldienstleistungen
- „super, extra, genial“ für diverse Produkte

➤ Sittlich Anstößiges:

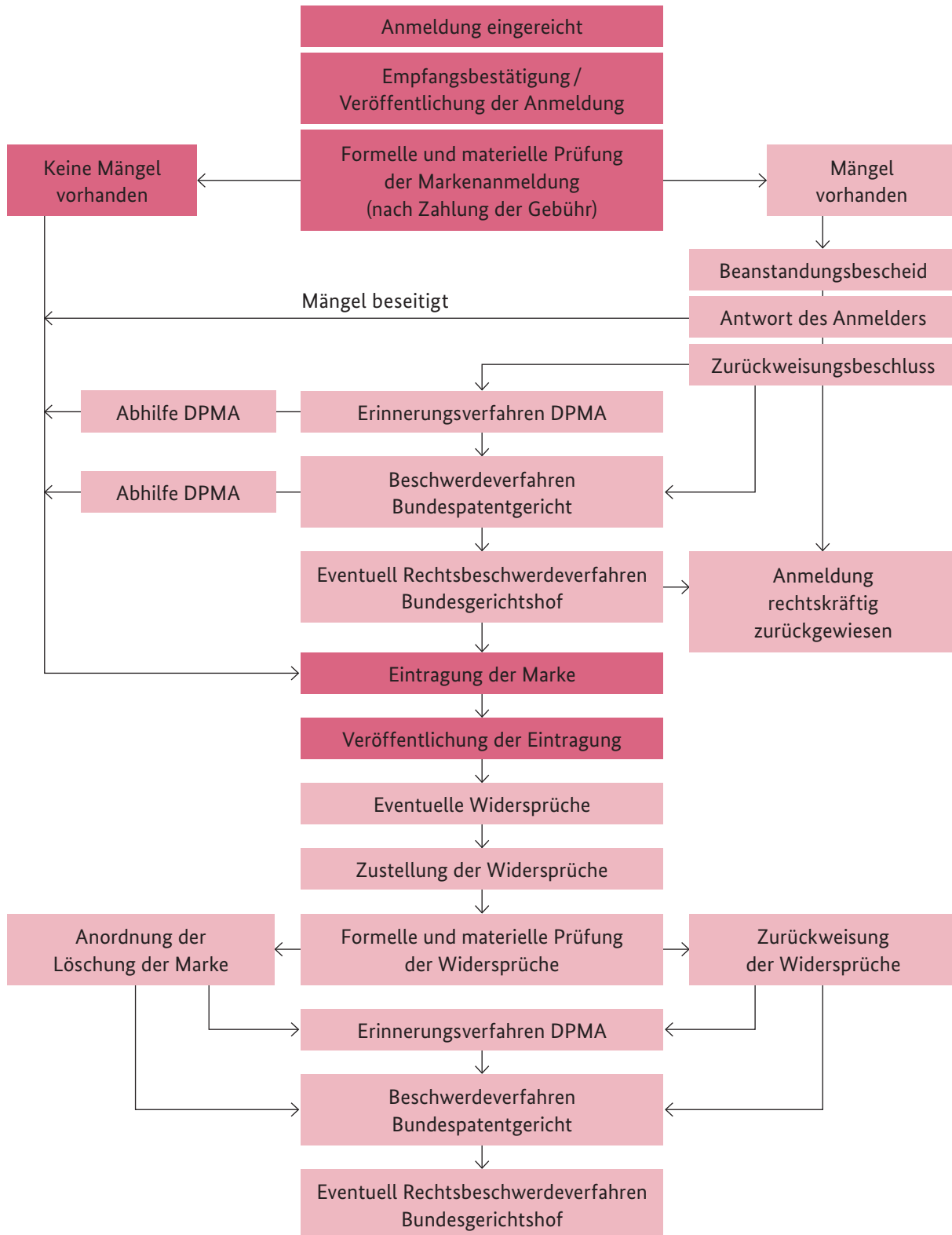
- „Urbi et Orbi“ für Waren und/oder Dienstleistungen

➤ Hoheitszeichen:

- Staatsflaggen, Europasymbol (Sternenkranz)

Ablauf und Kosten der Eintragung

Ablauf des Prüfungsverfahrens (schematisch)



Das Eintragungsverfahren

Nach Eingang der Gebühren innerhalb von drei Monaten nach Antragstellung prüft das DPMA, ob die Anmeldung die formellen Erfordernisse erfüllt und der Eintragung der Marke keine absoluten Schutzhindernisse entgegenstehen. Werden die Gebühren nicht fristgerecht gezahlt, gilt die Anmeldung als zurückgenommen. Achtung: Der **Eingang** der Zahlung ist spätestens innerhalb von 3 Monaten ab Einreichung der Anmeldung erforderlich!

➤ Neues Erklärvideo

„Wie viel kostet eine Marken-anmeldung?“



<https://youtu.be/sS4S0PIwb84>

Gebührenübersicht Anmeldung mit Eintragung	
Anmeldegebühr (einschließlich der Klassengebühr für bis zu drei Klassen)	300 Euro
Anmeldegebühr bei elektronischer Anmeldung (einschließlich der Klassengebühr für bis zu drei Klassen)	290 Euro
Anmeldegebühr Kollektiv- oder Gewährleistungsmarke (§§ 97 und 106a MarkenG)	900 Euro
Klassengebühr bei Anmeldung (für jede Klasse ab der vierten Klasse)	100 Euro
Klassengebühr bei Anmeldung einer Kollektiv- oder Gewährleistungsmarke (für jede Klasse ab der vierten Klasse)	150 Euro
Beschleunigte Prüfung der Anmeldung	200 Euro

Bei Erfüllung aller Voraussetzungen wird die Marke eingetragen und Sie erhalten die Eintragungsurkunde mit dem dazugehörigen Registerauszug. Die Eintragung der Marke wird im amtlichen elektronischen Markenblatt veröffentlicht.

Auf besonderen Antrag und gegen eine zusätzliche Gebühr wird die Anmeldung beschleunigt bearbeitet.

www.dpma.de/marken/pruefung_eintragung_verlaengerung

Marke ohne Eintragung?

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

Unser Tipp

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

Stellt sich bei der Prüfung heraus, dass Ihrer Anmeldung Eintragungshindernisse entgegenstehen, erhalten Sie eine schriftliche Beanstandung. Kann Ihre Stellungnahme diese Bedenken nicht ausräumen, wird die Anmeldung durch Beschluss (gegebenenfalls teilweise) zurückgewiesen. Diese Entscheidung können Sie wiederum in einem kostenpflichtigen Erinnerungs- oder Beschwerdeverfahren überprüfen lassen.

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 grundsätzlich nach zehn Jahren mit Ablauf des Tages, der durch seine Zahl dem Tag der Anmeldung entspricht.



Für eine vollständige Verlängerung Ihrer Marke genügt die Einzahlung der Verlängerungsgebühr. Soll die Marke dagegen nur für einen Teil der eingetragenen Waren und Dienstleistungen verlängert werden, verwenden Sie bitte das dafür vorgesehene Formular „Antrag auf Verlängerung einer Marke“.

www.dpma.de/service/formulare/marken

Wurde die Marke vor dem 14. Januar 2019 eingetragen, endet die zehnjährige Schutzdauer nach Ablauf des Monats, in den der Anmeldetag fällt (zum Beispiel Anmeldung vom 05.07.2017 – Schutzende am 31.07.2027).

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.

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

Verlängerungsgebühr Kollektiv- und Gewährleistungsmarke

1 800 Euro

Wird die Schutzdauer der Marke 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 beziehungsweise die eigenen Markenrechte können wegen der Einrede der Nichtbenutzung zum Beispiel im Widerspruchs-/Klageverfahren nicht durchgesetzt werden. Mehr dazu auf Seite 27.

Worauf Markeninhaber achten sollten:

Jährlich werden circa 75 000 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 Fachleute aus der Rechts- und Patentanwaltschaft zur Verteidigung Ihrer Marke ein.

Als Inhaber einer älteren Marke können Sie gegebenenfalls Widerspruch gegen die Eintragung einer jüngeren Marke erheben.

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

Ihre eingetragene Marke kann in bestimmten Fällen wieder gelöscht werden, zum Beispiel im Widerspruchsverfahren.

Ist Ihre neu eingetragene Marke identisch oder ähnlich mit anderen, älteren Anmeldungen oder Marken, können deren Inhaber Widerspruch gegen Ihre Marke erheben. Das gilt natürlich auch im umgekehrten Fall: Wenn Ihr Markenrecht durch eine neu eingetragene Marke verletzt wird, können Sie dagegen Widerspruch erheben. 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 19). Auch die Inhaber von nicht registrierten Marken und geschäftlichen Bezeichnungen können gegen die Eintragung einer Marke Widerspruch erheben. Details hierzu finden Sie auf unserer Internetseite unter www.dpma.de/docs/marken/widerspruchsgruende.pdf. Zudem kann der erweiterte Schutz im Inland bekannter Marken geltend gemacht werden (§ 42 Absatz 2 MarkenG). Der Widerspruch kann auch auf eine geschützte geografische Angabe und eine geschützte Ursprungsbezeichnung gestützt werden, sofern die Anmeldung der Marke, gegen die sich der Widerspruch richtet, ab dem 14. Januar 2019 eingereicht wurde.

Einfach und kostengünstig – das Widerspruchsverfahren

Der Widerspruch muss schriftlich und innerhalb von drei Monaten nach der Veröffentlichung der Eintragung erhoben werden. Innerhalb dieser Frist, die nicht verlängert werden kann, ist auch die Widerspruchsgebühr in Höhe 250 Euro zu zahlen. Diese umfasst den Widerspruch aus einem Widerspruchszeichen. Wird ein Widerspruch auf mehrere ältere Widerspruchszeichen desselben Inhabers gestützt, so ist zusätzlich für jedes weitere Widerspruchszeichen eine Gebühr von 50 Euro zu entrichten. Unterscheiden sich die Inhaber, so handelt es sich um mehrere Widersprüche, für die jeweils 250 Euro zu zahlen sind. Über den Widerspruch wird im Widerspruchsverfahren entschieden.

Im Widerspruchsverfahren wird geprüft, ob zwischen Kennzeichen Verwechslungsgefahr oder sogar Identität 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 und über welche Kennzeichnungs-

kraft die Widerspruchsmarke verfügt. Um schnellstmöglich eine Entscheidung über den Bestand der angegriffenen Marke zu treffen wirkt das DPMA auf ein zügig durchgeführtes Widerspruchsverfahren hin.

In bestimmten Fällen kann die Markeneintragung auch nach Abschluss eines Widerspruchsverfahrens noch gelöscht werden. Siehe dazu Seite 27. 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.

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- und 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.

Um Verhandlungen der Verfahrensbeteiligten zu erleichtern, wird, wenn der Widerspruch ab dem 14. Januar 2019 erhoben wurde – auf deren gemeinsamen Antrag hin eine Frist von mindestens zwei Monaten gewährt, um eine gütliche Einigung zu erreichen („Cooling-off“). Diese Frist lässt sich durch einen gemeinsamen Antrag verlängern. Auch bei Widersprüchen, die vor dem oben genannten Zeitpunkt erhoben wurden, können Fristverlängerungen gewährt werden, wenn sich die Parteien in Einigungsverhandlungen befinden und dies übereinstimmend beantragen.

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

Übertragung, Lizenzierung und Verpfändung



Marken können gekauft und verkauft werden.

Während der gesamten Schutzdauer können Sie Ihre Markenrechte ganz oder teilweise auf Dritte übertragen. Der neue Markeninhaber wird im Register vermerkt, wenn Sie oder der Erwerber einen Umschreibungsantrag beim DPMA stellen. Zum Nachweis des Rechtsübergangs genügt es, dass der Umschreibungsantrag von Ihnen und vom Erwerber gemeinsam unterzeichnet ist.

Ebenso können Sie die Marke durch Erteilung einer Lizenz anderen zum Gebrauch überlassen. Eine diesbezügliche Bereitschaft können Sie, ebenso wie Ihre etwaige Bereitschaft zur Veräußerung Ihrer Marke, durch eine Erklärung gegenüber dem DPMA im Register anzeigen lassen. Diese „Bereitschaft“ können Sie jederzeit zurücknehmen.

Lizenzen werden auf Antrag in das Register eingetragen, wobei eine solche Eintragung zur Wirksamkeit der Lizenz nicht erforderlich ist, sondern lediglich deklaratorische Wirkung besitzt. Die Eintragung umfasst Angaben zur Lizenznehmerin/zum Lizenznehmer, zur Lizenzart und zu etwaigen Beschränkungen. Eintragung, Änderung und Löschung einer Lizenz im Register sind gebührenpflichtig. Es ist seit dem 8. August 2019 möglich, Lizenzen auf Marken auch für den deutschen Schutzerstreckungsanteil wirksam in das internationale Register einzutragen. Der Inhaber einer ausschließlichen Lizenz kann selbst Klage vor den ordentlichen Gerichten wegen einer Markenrechtsverletzung erheben, wenn der Markeninhaber nach förmlicher Aufforderung innerhalb angemessener Frist nicht selbst klagt.

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

Markenschutz im Ausland

Es gibt mehrere Möglichkeiten, Ihren Markenschutz auf das Ausland auszuweiten: 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 oder einer internationalen Marke mit Schutz in 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 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 120 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 internationale Registrierung sogenannte „IR-Marke“ jeweils wie eine nationale Markenmeldung behandelt.

www.dpma.de/marken/markenschutz_ausland/internationale_anmeldung/

Ihren Antrag auf die internationale Registrierung können Sie beim DPMA elektronisch und signaturfrei über unsere Internetseite oder in Papierform einreichen.

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



Verfalls- beziehungsweise Nichtigkeitsverfahren

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 für verfallen oder für nichtig erklärt und gelöscht werden.

Wird gegen Ihre Marke ein Lösungsverfahren eingeleitet, so unterrichtet Sie das DPMA darüber. Widersprechen Sie dem Verfalls- beziehungsweise Nichtigkeitsantrag 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 und 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. Ebenfalls ab dem 1. Mai 2020 können Verfallsverfahren, insbesondere aufgrund von Nichtbenutzung, auf Antrag vollständig vom DPMA abgewickelt werden. Derzeit ist es zwar möglich, Verfallsverfahren vor dem DPMA einzuleiten. Diese Verfahren müssen jedoch bei Widerspruch des Markeninhabers vor den Zivilgerichten fortgeführt werden. Die Antragstellerin/der Antragsteller hat künftig die Wahl des Rechtsweges.

Ab dem 1. Mai 2020 ist die Durchführung des Nichtigkeitsverfahrens vor dem DPMA aufgrund älterer Rechte möglich. Als ältere Rechte können unter anderem Namensrechte, das Recht an der eigenen Abbildung, Urheberrechte oder geografische Herkunftsangaben in Betracht kommen. Ein solches Nichtigkeitsverfahren musste bisher ausschließlich vor den Zivilgerichten geführt werden. Künftig steht den Beteiligten alternativ der Weg zum DPMA mit dem weiteren Rechtsweg zum Bundespatentgericht offen.

Service

DPMAregister

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

Im DPMAregister können Sie auch Unionsmarken (EM) und international registrierte Marken (IR) mit Schutzwirkung für Deutschland recherchieren. Aber: Das DPMA übernimmt für diese Daten keine Gewähr auf Richtigkeit und Vollständigkeit. Für eine vollständige Recherche zu Marken mit Schutzwirkung in Deutschland und aktuellen Rechtsstandsinformationen verwenden Sie bitte die Datenbanken des Amtes der Europäischen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) und der Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO).

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/>

TMVIEW

<https://www.tmdn.org/tmview/welcome>

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 30) 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 DPMA 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, Titelschutzanzeigen und/oder Branchenbeziehungsweise sonstigen Produktverzeichnissen nach identischen oder ähnlichen Namen.

Auch Bildbestandteile von Marken und reine Bildmarken sind recherchierbar. Die internationale Klassifikation der Bildbestandteile von Marken, die „Wiener Klassifikation“, besteht aus einem hierarchisch aufgebauten, vom Allgemeinen ins Einzelne gehenden System, das sämtliche Bildbestandteile in Kategorien, Abschnitte und Unterabschnitte einteilt.

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

Recherchen werden auch von diversen kommerziellen Recherche-dienstleistern und Patentberichterstattern angeboten, die Sie über die gängigen Suchmaschinen im Internet finden.

Weitere Informationen zur Markenrecherche finden Sie auch auf unseren Internetseiten.

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 Fachleuten aus Patent- und Rechtsanwaltschaft 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.

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

www.dpma.de/service/elektronische_anmeldung/

www.dpma.de/marken/markenrecherche

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/service/kundenservice

Glossar

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 Designs 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 Online-dienst www.dpma.de/recherche/dpmaregister heruntergeladen werden.

Anmeldetag

Ist ein vollständiger Antrag auf Markenschutz beim DPMA eingegangen, 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 die Person, für die 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/eine Prüferin 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).

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

Bildmarke

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

Brand

Das DPMA ist das deutsche Kompetenzzentrum für alle Schutzrechte des geistigen Eigentums – für Patente, Gebrauchsmuster, Marken und Designs. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Behörde erteilen Patente, tragen Gebrauchsmuster, Marken und Designs ein und verwalten sie. Außerdem informieren sie die Öffentlichkeit über gewerbliche Schutzrechte.

Deutsches Patent- und Markenamt (DPMA)

(siehe auch Nizza-Klassifikation)

Viele der nationalen Markenämter der Europäischen Union haben sich auf eine Liste von etwa 70 000 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.

Einheitliche Klassifikationsdatenbank

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

Eintragung

siehe Schutzhindernisse

Eintragungshindernis

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

Eintragungsurkunde

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).

Erinnerungsverfahren DPMA

Gattungsbegriff	Erfolgreiche Marken laufen Gefahr, zum Synonym für eine ganze Gattung von Produkten oder auch Dienstleistungen zu 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).
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).
Klangmarke	Klangmarken sind akustische, hörbare Marken, also Töne, Tonfolgen, Melodien oder sonstige Klänge und Geräusche.
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, Klänge, dreidimensionale Gestaltungen, Farben oder sonstige Zeichen im Register des DPMA eingetragen werden. 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.

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

Markenamt

siehe amtliches Markenblatt

Markenblatt

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

Markenlizenz

Das DPMA überprüft nicht, ob eine Marke in identischer oder ähnlicher Form bereits existiert. Der Anmelder sollte sich deshalb bereits im Vorfeld einer Marken Anmeldung 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.

Markenrecherche

Das Markenregister ist ein unter www.dpma.de/recherche/dpma-register 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 sowie Hinweise, ob gegen diese Marke ein Widerspruchs- oder Lösungsverfahren anhängig ist.

Markenregister

siehe Eintragungsurkunde

Markenurkunde

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.

Nichtbenutzung

Nizza-Klassifikation	<p>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. Juni 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.</p> <p>Die Warenklassen sind grob in Produkt- und Materialgruppen eingeteilt, die Dienstleistungsklassen nach Sparten/Branchen (siehe auch „Einheitliche Klassifikationsdatenbank“).</p>
Nutzungsrecht	<p>Der Markeninhaber hat ein ausschließliches Recht an einer Marke. Durch einen Lizenzvertrag kann einer Dritten Person gestattet werden, das Zeichen zu nutzen.</p>
Prioritätsgrundsatz	<p>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.</p>
Recherche	<p>siehe Markenrecherche</p>
Rechtsbehelf	<p>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.</p>
Rechtsbeschwerdeverfahren BGH	<p>Gegen einen Beschluss des Bundespatentgerichts kann unter bestimmten Voraussetzungen Rechtsbeschwerde beim Bundesgerichtshof (BGH) erhoben werden.</p>
Register	<p>siehe Markenregister</p>

siehe Eintragung

Der Schutzzumfang einer Marke setzt sich zusammen aus

- a) dem territorialen Schutzzumfang (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 Schutzzumfang),
- c) der Anzahl der Waren und/oder Dienstleistungen, für welche die Marke eingetragen wurde.

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.

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

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.

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.

Registrierung/Registereintrag

Schutzzumfang

Schutzhindernisse

Übertragung

Unionsmarke

Verlängerung

Verfall und Nichtigkeit	Marken können wegen Nichtigkeit oder Verfalls gelöscht werden – oder weil der Markeninhaber auf sie verzichtet.
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 Markenmeldung 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 Schutzzumfang der Marke klar abgrenzbar.
Widerspruch	Innerhalb einer Frist von drei Monaten nach dem Tag der Veröffentlichung der Eintragung einer Marke kann zum Beispiel der Inhaber eines älteren Markenrechts oder einer geschäftlichen Bezeichnung 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. Dabei ist auch die Kennzeichnungskraft des Widerspruchskennzeichens zu berücksichtigen. Besteht Verwechslungsgefahr, kann die neu eingetragene Marke ganz oder teilweise wieder aus dem Markenregister gelöscht werden.

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.

Wiener Klassifikation

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.

Weltorganisation für geistiges Eigentum (WIPO)

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

Wortmarke

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

Wort-/Bildmarke

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

Zurückweisungsbeschluss

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.

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
E-Mail info@dpma.de

Zentrale Telefaxnummer +49 89 2195-2221

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

Jena

Goethestraße 1, 07743 Jena

Berlin

DPMA Informations- und Dienstleistungszentrum Berlin
Gitschiner Straße 97, 10969 Berlin

www.piznet.de

Patentinformationszentren

E-Mail info@piznet.de

Wir schützen nicht nur Innovationen.

Impressum

Herausgeber

Deutsches Patent- und Markenamt
Zweibrückenstraße 12
80331 München

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

Stand

Überarbeitete Auflage, August 2024

Text

Robert Botz, www.buerobotz.de

Bildnachweis

Titelseite: [iStock.com/Brian Brown](https://iStock.com/BrianBrown)
Seite 3: iStock.com/malerapaso
Seite 6: [iStock.com/Ryan Lane](https://iStock.com/RyanLane)
Seite 8: iStock.com/kertlis
Seite 9: iStock.com/kevinjeon00
Seite 11: [iStock.com/Kalinovsky Dmitry](https://iStock.com/KalinovskyDmitry)
Seite 12: oben: iStock.com/Lukasok, unten: [iStock.com/gemena communication](https://iStock.com/gemenacommunication)
Seite 15: [Fotolia/Picture-Factory](https://iStock.com/FotoliaPictureFactory)
Seite 21: iStock.com/EHStock
Seite 24: iStock.com/tomczykbartek
Seite 26: [iStock.com/Eric Delmar](https://iStock.com/EricDelmar)

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).

