

**PRÜFUNGSRICHTLINIEN FÜR
UNIONSMARKEN**

**AMT DER EUROPÄISCHEN UNION
FÜR GEISTIGES EIGENTUM
(EUIPO)**

TEIL B

PRÜFUNG

ABSCHNITT 2

FORMERFORDERNISSE

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	5
2	Einreichung der Anmeldungen	5
	2.1 Anmelder	5
	2.2 Wo eine Unionsmarkenanmeldung eingereicht werden kann	5
3	Die Gebühren	5
	3.1 Gebühren allgemein	5
	3.2 Mangel in Bezug auf Grundgebühr	6
	3.3 Mangel in Bezug auf Klassengebühr	6
	3.4 Gebührenerstattungen nach Zurücknahme	7
4	Anmeldetag	7
	4.1 Anmeldetagserfordernisse	7
	4.1.1 Gebühr	7
	4.1.2 Antrag	7
	4.1.3 Anmelder	8
	4.1.4 Wiedergabe der Marke	8
	4.1.5 Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen	8
	4.2 Bestätigung des Anmeldetags	8
	4.2.1 Elektronische Einreichung der Anmeldungen	8
	4.2.2 Auf anderem Wege eingereichte Anmeldungen	9
5	Waren und Dienstleistungen	9
	5.1 Klassifizierung	9
	5.2 Besonderer Formerfordernis-Mangel bei elektronischen Einreichungen	9
6	Unterschrift	10
7	Sprachen / Übersetzungen	10
	7.1 Erste und zweite Sprachen	11
	7.2 Die Korrespondenzsprache	11
	7.3 Referenzsprache für Übersetzungen	12
	7.4 Übersetzung mehrsprachiger Bestandteile	12
	7.5 Einschränkung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen	13
8	Eigentümer, Vertreter und Korrespondenzadresse	13
	8.1 Anmelder	14
	8.2 Vertreter	14
	8.3 Änderung des Namens / der Anschrift	15
	8.4 Eigentumsübergang	15

9	Markenkatgorie	15
9.1	Individualmarken	15
9.2	Kollektivmarken.....	15
9.2.1	Eigenschaft von Kollektivmarken.....	16
9.2.2	Anmelder von Kollektivmarken	16
9.2.3	Einzureichende Dokumente	16
9.2.4	Prüfung der Erfordernisse in Bezug auf Kollektivmarken.....	17
9.2.4.1	Nichtübermittlung der Markensatzung.....	17
9.2.4.2	Übermittlung einer mangelhaften Satzung	17
9.2.5	Änderung der Markenkategorie (von einer Kollektiv- in eine Individualmarke)	17
10	Art der Marke	17
10.1	Wortmarken	18
10.2	Bildmarken.....	19
10.3	Dreidimensionale Marken	20
10.4	Hörmarken	24
10.4.1	Elektronische Tondatei	24
10.4.2	Notenschriften.....	25
10.4.3	Sonagramme	25
10.5	Farbe per se	26
10.6	Hologramme	27
10.7	Geruchsmarken / olfaktorische Marken.....	27
10.8	Andere Marken	28
10.8.1	Bewegungsmarken.....	28
10.8.2	Positionsmarken	29
10.8.3	Kennfadenmarken	31
10.9	Berichtigung der Markenart.....	32
10.9.1	Allgemeine Regeln	32
10.9.2	Beispiele für wiederkehrende Mängel in Bezug auf die Art der Marke	32
10.9.2.1	Wortmarken.....	32
10.9.2.2	Bildmarken	32
11	Serienmarken.....	34
11.1	Mehrfache bildliche Wiedergaben.....	35
12	Angabe der Farbe	36
13	Markenbeschreibungen	38
14	Disclaimer	43
15	Priorität (gemäß PVÜ).....	43
15.1	Grundsatz der ersten Anmeldung	45
15.2	Dreifache Identität	46
15.2.1	Identität der Marken.....	46

15.2.2	Identität der Waren und Dienstleistungen	46
15.2.3	Identität des Inhabers	47
15.3	Nichterfüllung der Prioritätsanforderungen	47
15.4	Nichtübermittlung der Prioritätsbelege	47
15.5	Sprache der älteren Anmeldung.....	48
15.6	Prüfung des Prioritätstags nach Änderung des Anmeldetags.....	48
15.7	Beispiele für Prioritätsansprüche	48
15.7.1	Erste Anmeldung	48
15.7.2	Vergleich der Marken	49
15.7.3	Vergleich der Waren und Dienstleistungen	54
15.7.4	Prioritätsansprüche auf der Basis von Serienmarken	55
15.7.5	Inanspruchnahme der Priorität bei dreidimensionalen Marken oder „anderen Marken“	55
15.7.6	Prioritätsansprüche im Zusammenhang mit Kollektivmarken	56
16	Ausstellungspriorität.....	56
17	Zeitrang	57
17.1	Harmonisierte Informationen zum Zeitrang.....	57
17.2	Prüfung des Zeitrangs	58
17.3	Identität der Marken	59
17.4	Waren und Dienstleistungen	60
17.5	Behandlung von Mängeln im Zusammenhang mit der Prüfung des Zeitrangs	60
17.6	Beispiele für Zeitrangansprüche	60
18	Umwandlung gemäß dem Madrider Protokoll.....	61
19	Änderungen an der Unionsmarkenanmeldung.....	62
19.1	Änderungen an der Wiedergabe der Marke	62
20	Umwandlung	64
	Anhang 1: Liste mit dem für Zeitrangseinträge erforderlichen Format	65

1 Einleitung

Jede Anmeldung einer Unionsmarke (UM) muss bestimmte Formerfordernisse erfüllen. Zweck dieser Richtlinien ist die Festlegung einer Praxis des Amtes in Bezug auf diese Formerfordernisse.

2 Einreichung der Anmeldungen

2.1 Anmelder

Artikel 5 UMV

Alle natürlichen oder juristischen Personen, einschließlich Körperschaften des öffentlichen Rechts, können unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit oder ihrem Wohnsitz eine Unionsmarke anmelden.

2.2 Wo eine Unionsmarkenanmeldung eingereicht werden kann

Artikel 25 Absatz 1 UMV Regel 82 UMDV Beschlüsse Nr. EX-05-3 und EX-13-2 des Präsidenten des Amtes
--

Der Anmelder reicht die Anmeldung einer Unionsmarke direkt beim EUIPO ein.

Anmeldungen von Unionsmarken können beim Amt elektronisch (E-Filing), per Fax, auf dem normalen Postweg oder per Kurierdienst übermittelt oder persönlich am Empfang des Amtes abgegeben werden. Wenn der Nutzer beschließt, eine Anmeldung elektronisch einzureichen, bietet ihm das Amt die Möglichkeit eines beschleunigten Verfahrens, das sogenannte Fast-Track-Verfahren (Einzelheiten sind auf der Website des Amtes zu finden).

3 Die Gebühren

Anhang I UMV Artikel 26 Absatz 2 sowie Artikel 27, 144a und 144b UMV Regel 9 Absatz 5 UMDV Beschluss Nr. EX-96-1, geändert 1996, 2003 und 2006; Beschluss Nr. EX-13-2 des Präsidenten des Amtes
--

3.1 Gebühren allgemein

Für die Anmeldung einer Gemeinschaftsmarke sind folgende Gebühren zu entrichten:

Unionsmarke	Grundgebühr	Gebühr für eine zweite Klasse	Gebühr für jede weitere Klasse
Individualmarke	1 000 EUR	50 EUR	150 EUR

Elektronisch eingereichte Individualmarke	850 EUR	50 EUR	150 EUR
Kollektivmarke	1 800 EUR	50 EUR	150 EUR
Elektronisch eingereichte Kollektivmarke	1 500 EUR	50 EUR	150 EUR

Die Gebühr ist in Euro zu entrichten. Zahlungen in anderen Währungen sind nicht zulässig.

Mehr Informationen zu den Gebühren finden Sie in den Richtlinien, Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 3, Zahlung der Gebühren, Kosten und Preise.

3.2 Mangel in Bezug auf Grundgebühr

Wird die Grundgebühr nicht innerhalb eines Monats ab dem Tag des Eingangs der Anmeldung beim Amt entrichtet, so wird kein vorläufiger Anmeldetag zuerkannt (siehe nachstehend unter Abschnitt 4, Anmeldetag).

Allerdings kann der Anmeldetag beibehalten werden, wenn dem Amt ein Nachweis vorgelegt wird, dass die Person, die die Zahlung geleistet hat, a) eine Bankordnungsgemäß innerhalb der Frist angewiesen hat, den Betrag zu überweisen, und b) eine Zuschlagsgebühr in Höhe von 10 % des Gesamtbetrags entrichtet hat (bis zu einem Höchstbetrag von 200 EUR).

Die Zuschlagsgebühr ist nicht zu entrichten, wenn die Person nachweist, dass die Zahlung mehr als zehn Tage vor Ablauf der Monatsfrist veranlasst wurde.

3.3 Mangel in Bezug auf Klassengebühr

Umfasst die Anmeldung mehr als eine Waren- und/oder Dienstleistungsklasse, ist für jede zusätzliche Klasse eine zusätzliche Klassengebühr zu entrichten.

- Sind die entrichteten Gebühren oder der durch das laufende Konto abgedeckte Betrag niedriger als der Gesamtbetrag der Gebühren, die für die im Anmeldeformular ausgewählten Klassen fällig sind, wird eine Mängelmitteilung ausgestellt, in der eine zweimonatige Zahlungsfrist festgesetzt ist. Geht die Zahlung nicht innerhalb der angegebenen Frist ein, so gilt die Anmeldung für diejenigen Klassen als zurückgenommen, die nicht von der entrichteten Gebühr gedeckt sind. Liegen keine anderen Kriterien vor, um zu bestimmen, welche Klassen durch den gezahlten Gebührenbetrag gedeckt werden sollen, so trägt das Amt den Klassen in der Reihenfolge der Klassifikation Rechnung (beginnend mit der niedrigsten).
- Sind nach der Beseitigung eines Klassifizierungsmangels zusätzliche Gebühren zu entrichten, wird eine Mängelmitteilung ausgestellt, in der eine zweimonatige Zahlungsfrist festgesetzt ist. Geht die Zahlung nicht innerhalb der angegebenen Frist ein, so gilt die Anmeldung für diejenigen sich aus der Neuklassifizierung ergebenden Klassen als zurückgenommen, die nicht von den tatsächlich entrichteten Gebühren gedeckt sind. Liegen keine anderen Kriterien vor, um zu bestimmen, welche Klassen durch den gezahlten Gebührenbetrag gedeckt

werden sollen, so trägt das Amt den Klassen in der Reihenfolge der Klassifikation Rechnung (beginnend mit der niedrigsten).

3.4 Gebührenerstattungen nach Zurücknahme

Bei Zurücknahme einer Unionsmarkenanmeldung wird die Anmeldegebühr (Grund- und Klassengebühren) nur unter bestimmten Umständen erstattet.

Mehr Informationen hierzu finden Sie in den Richtlinien, Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 3, Zahlung der Gebühren, Kosten und Preise.

4 Anmeldetag

Artikel 26 und 27 UMV Regel 9 Absatz 1 UMDV
--

4.1 Anmeldetagserfordernisse

Ein Anmeldetag wird zuerkannt, sofern die Anmeldung folgende Erfordernisse erfüllt:

- Die Anmeldegebühr wurde bezahlt;
- die Anmeldung ist ein Antrag auf Eintragung einer Unionsmarke;
- die Anmeldung enthält Angaben, die es erlauben, die Identität des Anmelders festzustellen;
- die Anmeldung enthält eine Wiedergabe der Marke;
- die Anmeldung enthält ein Verzeichnis der Waren oder Dienstleistungen.

Falls eines der vorgenannten Erfordernisse nicht erfüllt ist, wird eine Mängelmitteilung versandt mit der Aufforderung, den fehlenden Bestandteil innerhalb von zwei Monaten nach Übermittlung der Mängelmitteilung bereitzustellen. Diese Frist ist nicht verlängerbar. Wird der Mangel nicht behoben, so gilt die Anmeldung der Unionsmarke als „nicht eingereicht“, alle bereits entrichteten Gebühren werden erstattet. Werden die fehlenden Angaben innerhalb der in der Mängelmitteilung festgesetzten Frist übermittelt, wird der Anmeldetag dahingehend geändert, dass er auf den Tag fällt, an dem alle Pflichtangaben, einschließlich der Zahlung, vorliegen.

4.1.1 Gebühr

Artikel 26 Absatz 2 UMV Regel 9 Absatz 1 Buchstabe b UMDV
--

Die Grundgebühr und gegebenenfalls die Klassengebühren sind innerhalb eines Monats nach Einreichung der Anmeldung zu bezahlen. Wird die Gebühr nicht innerhalb dieser Frist entrichtet, so versendet das Amt eine Mängelmitteilung (siehe Abschnitt 3.2).

4.1.2 Antrag

Artikel 26 Absatz 1 Buchstabe a UMV

Regel 1 Absatz 1 Buchstabe a, Regel 9 Absatz 1 Buchstabe a Ziffer i und Regel 83 Absatz 1 Buchstabe e UMDV

Die Anmeldung muss einen Antrag auf Eintragung einer Unionsmarke enthalten.

Es wird nachdrücklich empfohlen, die Unionsmarkenanmeldung mithilfe des E-Filing-Formulars des Amts einzureichen, das in den Amtssprachen der Europäischen Union zur Verfügung steht. Die Formulare stehen der Öffentlichkeit kostenlos und in allen Amtssprachen der Europäischen Union zur Verfügung.

4.1.3 Anmelder

Artikel 26 Absatz 1 Buchstabe b UMV
Regel 1 Absatz 1 Buchstabe a und Regel 9 Absatz 1 Buchstabe a Ziffer ii UMDV

Die Anmeldung muss Angaben enthalten, die es erlauben, die Identität des Anmelders festzustellen, insbesondere den Namen, die Anschrift und die Staatsangehörigkeit sowie den Staat des Wohnsitzes, des Sitzes oder der Niederlassung des Anmelders. Wenn das Amt dem Anmelder bereits eine ID-Nummer zugeteilt hat, ist es ausreichend, diese ID-Nummer und den Namen anzugeben.

4.1.4 Wiedergabe der Marke

Artikel 26 Absatz 1 Buchstabe d UMV
Regel 1 Absatz 1 Buchstabe d, Regel 3 und Regel 9 Absatz 1 Buchstabe a Ziffer iv UMDV

Die Anmeldung muss eine Wiedergabe der Marke gemäß Regel 3 UMDV enthalten. Weitere Informationen zu den verschiedenen Arten von Marken finden sich in Abschnitt 10.

4.1.5 Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen

Artikel 26 und 28 sowie Artikel 43 Absatz 2 UMV
Regel 1 Absatz 1 Buchstabe c und Regel 9 Absatz 1 Buchstabe a Ziffer iii UMDV

Das Vorhandensein eines Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen ist ein Erfordernis für die Zuerkennung eines Anmeldetags. Ein Verweis auf eine ältere Unionsmarke in dem jeweiligen Feld der Unionsanmeldung kann für die Angabe des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen genutzt werden.

Für elektronisch eingereichte Anmeldungen, siehe auch Abschnitt 5.2 weiter unten.

4.2 Bestätigung des Anmeldetags

4.2.1 Elektronische Einreichung der Anmeldungen

Für elektronisch eingereichte Unionsmarkenanmeldungen stellt das System auf elektronischem Wege eine sofortige automatische Empfangsbescheinigung aus, die

den vorläufigen Anmeldetag enthält. Diese Empfangsbescheinigung sollte vom Anmelder gespeichert oder ausgedruckt werden.

4.2.2 Auf anderem Wege eingereichte Anmeldungen

Erhält das Amt eine Anmeldung auf anderem Wege als durch elektronische Einreichung (siehe Abschnitt 4.2.1), wird ein vorläufiger Anmeldetag zuerkannt und das Amt stellt eine Empfangsbescheinigung unter Angabe dieses Anmeldetags aus. Der Anmeldetag gilt als Tag des Eingangs, sofern die Anmeldung die Anforderungen an den Anmeldetag erfüllt (siehe Abschnitt 4.1).

5 Waren und Dienstleistungen

5.1 Klassifizierung

Jede Unionsmarkenanmeldung muss ein Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen als Erfordernis für die Zuerkennung eines Anmeldetages enthalten (siehe Abschnitt 4.5).

Dieses Verzeichnis muss nach dem Abkommen von Nizza klassifiziert sein (Artikel 28 Absatz 1 UMV).

Der durch das ursprüngliche Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen festgelegte Schutzbereich kann nicht erweitert werden. Möchte ein Anmelder nach Einreichung der Anmeldung zusätzliche Waren oder Dienstleistungen schützen lassen, so ist eine neue Anmeldung einzureichen.

Mehr Informationen zur Klassifizierung der Waren und Dienstleistungen finden Sie in den Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 3, Klassifizierung.

5.2 Besonderer Formerfordernis-Mangel bei elektronischen Einreichungen

Regel 82 Absatz 1 und Regel 9 Absatz 3 Buchstabe a sowie Regel 9 Absatz 4 UMDV Beschluss Nr. EX-13-2 des Präsidenten des Amtes vom 26. November 2013 betreffend die elektronische Übermittlung an und durch das Amt („Grundsatzbeschluss zur elektronischen Übermittlung“)

Elektronisch eingereichte Anmeldungen unterliegen den allgemeinen Bedingungen für die elektronische Übermittlung an und durch das Amt über die *User Area* gemäß Beschluss Nr. EX-13-2 („Grundsatzbeschluss zur elektronischen Übermittlung“).

Bei elektronisch eingereichten Anmeldungen muss das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen in die für diesen Zweck vorgesehenen Textfelder eingegeben werden. Ein Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen, das als Anhang zur elektronischen Anmeldung oder gesondert eingereicht wird, gilt als nicht mit den allgemeinen Bedingungen für die elektronische Übermittlung an und durch das Amt in Einklang stehend.

In diesen Fällen wird das Amt eine Mängelmitteilung erstellen und die Zahlung der Differenz zwischen der ermäßigten Grundgebühr für in elektronischer Form eingereichte Anmeldungen und der normalen Grundgebühr, d. h. 150 EUR (300 EUR für Kollektivmarken), verlangen.

Wird der Mangel nicht innerhalb der vom Amt in seiner Mitteilung gesetzten Frist behoben, so wird die Anmeldung für die Waren und Dienstleistungen, die entweder als Anhang zum Anmeldeformular oder gesondert eingereicht wurden, als zurückgezogen betrachtet. Wenn in den dafür vorgesehenen Textfeldern keine Waren und Dienstleistungen angegeben werden und dem Mangel nicht abgeholfen wird, so wird die Anmeldung zurückgewiesen.

Falls vorhanden, kann ein Bezug auf eine ältere Unionsmarke im entsprechenden Feld des UM-Anmeldeformulars verwendet werden, um das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen anzugeben. In diesem Fall wird das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen automatisch importiert.

6 Unterschrift

Regeln 80 Absatz 3 und 82 Absatz 3 UMDV

Anmeldeformulare, die per Fax, Post, Kurierdienst oder persönlich abgegeben werden, sind entweder auf dem Formular selbst oder auf einem Begleitschreiben zu unterzeichnen. Die Unterzeichnung kann vom Anmelder oder seinem Vertreter vorgenommen werden. Ist eine dem Amt übermittelte Anmeldung nicht unterzeichnet, so fordert das Amt die betroffene Partei auf, den Mangel innerhalb einer Frist von zwei Monaten zu beseitigen. Ist der Mangel nicht fristgemäß behoben, wird die Anmeldung zurückgewiesen.

Wird eine Anmeldung elektronisch eingereicht, gilt die Angabe des Namens des Absenders als gleichbedeutend mit einer Unterschrift.

7 Sprachen / Übersetzungen

Artikel 119 und 120 UMDV
Mitteilung Nr. 4/04 des Präsidenten des Amtes

Eine Unionsmarkenanmeldung kann in allen Amtssprachen der Europäischen Union eingereicht werden. Eine zweite Sprache ist auf dem Anmeldeformular anzugeben; dabei muss es sich um eine der fünf Sprachen des Amtes, nämlich Englisch, Französisch, Deutsch, Italienisch oder Spanisch, handeln.

Die Verwendung einer Sprachfassung des Anmeldeformulars, die sich von der als erste Sprache gewählten Sprache unterscheidet, ist zulässig. Allerdings ist das Anmeldeformular, einschließlich des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen, der Angabe der Farbe(n) und gegebenenfalls der Beschreibung der Marke, in dieser ersten Sprache auszufüllen.

7.1 Erste und zweite Sprachen

Alle Angaben auf dem Anmeldeformular haben in der ersten Sprache zu erfolgen, andernfalls wird eine Mängelmitteilung versandt. Ist der Mangel nicht innerhalb von zwei Monaten behoben, wird die Anmeldung zurückgewiesen.

Die zweite Sprache dient als mögliche Verfahrenssprache in Widerspruchs- und Lösungsverfahren. Die zweite Sprache muss eine andere als die als erste Sprache gewählte Sprache sein. Nach Einreichung der Anmeldung kann die Wahl der ersten und zweiten Sprache unter keinen Umständen geändert werden.

Bei der Einreichung der Anmeldung hat der Anmelder die Möglichkeit, eine Übersetzung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen sowie gegebenenfalls von Beschreibungen der Marke und von Angaben der Farbe in der zweiten Sprache vorzulegen. Wird eine solche Übersetzung auf eigene Initiative vorgelegt, obliegt es dem Anmelder zu gewährleisten, dass die Übersetzung der Textfassung in der ersten Sprache entspricht. Es ist sehr wichtig für den Anmelder, auf die Genauigkeit der Übersetzung zu achten, insbesondere deshalb, weil die von ihm vorgelegte Übersetzung als Ausgangsbasis für die Übersetzung der Anmeldung in alle übrigen Sprachen der Europäischen Union verwendet werden kann (siehe nachstehend unter Abschnitt 7.3, Referenzsprache für Übersetzungen). Bei etwaigen Unstimmigkeiten hängt die Frage, welche Sprachfassung maßgebend ist, davon ab, ob die erste Sprache eine der fünf Sprachen des Amtes ist oder nicht. Ist die erste Sprache der Anmeldung eine der fünf Sprachen des Amtes, ist die erste Sprache maßgebend. Ist die erste Sprache der Anmeldung keine der fünf Sprachen des Amtes, ist die zweite Sprache maßgebend.

7.2 Die Korrespondenzsprache

Die Korrespondenzsprache ist die Sprache, die im Schriftverkehr zwischen dem Amt und dem Anmelder im Rahmen des Prüfverfahrens bis zur Eintragung der Marke benutzt wird.

Ist die vom Anmelder als erste Sprache gewählte Sprache eine der fünf Sprachen des Amtes, wird diese als Korrespondenzsprache benutzt.

Der Anmelder kann lediglich in Fällen, in denen die als erste Sprache gewählte Sprache nicht eine der fünf Sprachen des Amtes ist, angeben, ob die Korrespondenzsprache die zweite Sprache sein soll. Dies kann so beantragt werden, dass entweder im Anmeldeformular das entsprechende Kästchen angekreuzt oder aber später ein entsprechender Antrag gestellt wird; hierzu wird entweder ein ausdrücklicher Antrag gestellt, oder es wird implizit durch Versenden einer Mitteilung in der zweiten Sprache an das Amt beantragt. Ein solcher Antrag wird allerdings abgelehnt, wenn das Amt bereits eine Mängel- oder Beanstandungsmitteilung in der ersten Sprache versandt hat.

In Fällen, in denen der Anmelder eine der fünf Sprachen des Amtes als erste Sprache wählt, dann jedoch angibt, dass die zweite Sprache die Korrespondenzsprache sein soll, macht das Amt die erste Sprache zur Korrespondenzsprache und setzt den Anmelder davon in Kenntnis.

Beispiel		
Gewählte erste Sprache	Gewählte zweite Sprache	Gewählte Korrespondenzsprache
Französisch	Englisch	Englisch
Französisch wird zur Korrespondenzsprache gemacht.		

Mehr Informationen zu den Sprachen finden Sie in den Richtlinien, Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 4, Verfahrenssprachen.

7.3 Referenzsprache für Übersetzungen

Das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen wird in die Amtssprachen der EU übersetzt. Die Ausgangssprache für Übersetzungen wird als Referenzsprache festgelegt. Ist die erste Sprache der Anmeldung eine der fünf Sprachen des Amtes, wird sie stets die Referenzsprache sein.

Ist die erste Sprache der Anmeldung keine der fünf Sprachen des Amtes und hat der Anmelder eine Übersetzung der Waren und Dienstleistungen in der zweiten Sprache vorgelegt, wird die zweite Sprache zur Referenzsprache. Wird keine Übersetzung vorgelegt, wird die erste Sprache zur Referenzsprache.

7.4 Übersetzung mehrsprachiger Bestandteile


Mehrsprachige Bestandteile enthalten Informationen über die Anmeldung, die in der Regel zu übersetzen sind. Bei diesen Bestandteilen handelt es sich um Beschreibungen der Marke und Farbangaben.

Wird eine Übersetzung der Waren und Dienstleistungen in der zweiten Sprache vorgelegt, überprüft das Amt, ob alle einschlägigen mehrsprachigen Bestandteile (Beschreibung[en] der Marke und Angabe[n] der Farbe) ebenfalls übersetzt wurden. Das Amt überprüft jedoch nicht die Genauigkeit der Übersetzung. Legt der Anmelder nur eine Teilübersetzung vor, wird eine Mängelmitteilung an ihn versandt, in der er aufgefordert wird, die zusätzlichen Übersetzungen innerhalb von zwei Monaten nach der Benachrichtigung über den Mangel vorzulegen. Legt der Anmelder die fehlenden Übersetzungen nicht vor, bleiben alle vom Anmelder vorgelegten Übersetzungen unberücksichtigt, und das Amt verfährt so, als ob keine Übersetzung vorgelegt worden wäre. Übersetzungen einfacher Farben werden vom Amt hinzugefügt.

Bevor die Anmeldung zur Übersetzung versandt wird, stellt das Amt sicher, dass die in den mehrsprachigen Bestandteilen enthaltenen Informationen zutreffend und zulässig sind. Ausführliche Informationen finden Sie nachstehend in den betreffenden Abschnitten zu Farbangaben und Markenbeschreibungen (siehe Abschnitte 12 bzw. 13 unten). Vor Beantragung der Übersetzung einer Anmeldung werden zudem „unübersetzbare Bestandteile“ als solche gekennzeichnet, indem sie in Anführungszeichen (‘’) gesetzt werden, wie es als Formatierungsregel mit dem Übersetzungszentrum für die Einrichtungen der Europäischen Union (CdT) vereinbart wurde.


Folgende Bestandteile sind **nicht** zu übersetzen und werden in Anführungszeichen gesetzt:

1. Markenbeschreibungen: Wenn die zulässige Beschreibung der Marke sich auf einen Wortbestandteil der Marke bezieht, sollte dieser Bestandteil nicht übersetzt werden:

Beschreibung der Marke	Marke
<p>UM 10 003 317</p> <p>Das Wort "Rishta" in stilisierter Schrift auf diamantförmigem Hintergrund mit Schatteneffekt und den Wörtern „Premium Quality“ in einer kleineren Schriftart auf einem rechteckigen Block über dem Wort "Rishta" und unter dem oberen Punkt der Diamantform platziert.</p>	

(Für Informationen über die Prüfung von Markenbeschreibungen siehe nachstehend unter Abschnitt 13.)

2. Farbangaben: Wenn die Farbangabe einen Verweis auf ein internationales Kodierungssystem (z. B. "Pantone") enthält, ist dieser Bestandteil mit Anführungszeichen zu kennzeichnen, da er nicht übersetzt werden darf:

Farbangabe	Marke
<p>UM 10 171 452</p> <p>Blå ("Pantone 3115"), Grå ("Cool Grey 9").</p>	

(Für Informationen über die Prüfung von Farbangaben siehe nachstehend unter Abschnitt 12.)

7.5 Einschränkung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen

Artikel 43 Absatz 2 UMV
 Regel 95 Buchstabe a UMDV

Für Informationen über Einschränkungen des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen und die Sprachen siehe die Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 1, Verfahren, Punkt 5.2.

8 Eigentümer, Vertreter und Korrespondenzadresse

Artikel 3, 5, 92 und 93 UMV
 Regel 1 Absatz 1 Buchstabe b sowie Regeln 26 und 76 UMDV

8.1 Anmelder

Inhaber von Unionsmarken können alle natürlichen oder juristischen Personen, einschließlich Körperschaften des öffentlichen Rechts (z. B. eine Universität), sein. Anmeldungen im Namen juristischer Personen in Gründung sind zulässig.

In einer Unionsmarkenanmeldung muss der Anmelder seinen Namen, seine Anschrift, seine Staatsangehörigkeit und den Staat seines Wohnsitzes, seines Sitzes oder seiner Niederlassung angeben. Ist dem Anmelder in einem früheren Fall vom Amt eine ID-Nummer zugeteilt worden, ist die Angabe dieser Nummer zusammen mit dem Namen des Anmelders ausreichend.

Für US-amerikanische Unternehmen empfiehlt das Amt gegebenenfalls dringend die Angabe des Bundesstaates der Gesellschaftsgründung, damit in der Datenbank eindeutig zwischen unterschiedlichen Eigentümern unterschieden werden kann. Bei natürlichen Personen sind der Nachname der betreffenden Person sowie der/die Vorname(n) anzugeben. Die Namen juristischer Personen sind vollständig anzugeben, nur ihre Rechtsform kann in üblicher Form abgekürzt werden, z. B. AG, PLC, S.A. Ist die Rechtsform nicht oder nicht korrekt angegeben, wird eine Mängelmitteilung mit der Anforderung dieser Angaben versandt. Wird die fehlende bzw. korrekte Rechtsform nicht übermittelt, so wird die Anmeldung zurückgewiesen.

Die Anschrift ist, soweit möglich, mit Straße, Hausnummer, Postleitzahl, Ort, Staat oder Bezirk und Land anzugeben. Der Anmelder sollte nur eine einzige Anschrift angeben; werden mehrere Anschriften angegeben, so wird die erste aufgeführte Anschrift als Zustellanschrift vermerkt, sofern der Anmelder nicht ausdrücklich eine andere Zustellanschrift angibt.

Weitere Informationen über die Kommunikation mit dem Amt siehe die Richtlinien, Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 1, Kommunikationsmittel, Fristen.

8.2 Vertreter

Hat der Anmelder seinen Wohnsitz, Sitz oder eine tatsächliche und nicht nur zum Schein bestehende gewerbliche oder Handelsniederlassung im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR), ist er nicht verpflichtet, einen Vertreter zu bestellen.

Hat der Anmelder, unabhängig von seiner Staatsangehörigkeit, weder seinen Wohnsitz noch seinen Sitz noch eine tatsächliche und nicht nur zum Schein bestehende gewerbliche oder Handelsniederlassung im EWR, muss er einen Vertreter benennen, der ihn in sämtlichen Verfahren mit Ausnahme der Einreichung der Unionsmarkenanmeldung und der Entrichtung der Anmeldegebühr vertritt. Jeder Vertreter im Sinne von Artikel 93 UMV, der eine Anmeldung beim Amt einreicht, wird in die Vertreterdatenbank aufgenommen, und es wird ihm eine ID-Nummer zugeteilt. Falls dem Vertreter vom Amt eine ID-Nummer zugeteilt wurde, ist es ausreichend, wenn er lediglich diese ID-Nummer und seinen Namen angibt.

Weitere Informationen über die Vertretung siehe die Richtlinien, Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 5, Berufsmäßige Vertretung.

8.3 Änderung des Namens / der Anschrift

Name und Anschrift des Anmelders sind änderbar. Eine Änderung des Namens des Anmelders ist eine Änderung, die sich nicht auf die Identität des Anmelders auswirkt, während ein Rechtsübergang eine Änderung der Identität des Anmelders darstellt. Weitere Informationen zur Definition einer Namensänderung und ihrem Vergleich zum Rechtsübergang siehe die Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 3, Unionsmarken als Gegenstand des Vermögens, Kapitel 1, Übertragung.

8.4 Eigentumsübergang

Artikel 17 Absatz 5 sowie Artikel 24 und 87 UMV Regel 31 Absatz 8 UMDV

Unionsmarken und Unionsmarkenanmeldungen können Gegenstand eines Rechtsübergangs vom bisherigen Inhaber/Anmelder auf einen neuen Inhaber/Anmelder sein, hauptsächlich durch vertragliche Übertragung oder Rechtsnachfolge. Der Rechtsübergang kann auf einige der Waren und/oder Dienstleistungen beschränkt sein, für die die Marke angemeldet oder eingetragen ist (teilweiser Rechtsübergang). Auf Antrag werden ein Rechtsübergang von eingetragenen Unionsmarken im Register und ein Rechtsübergang von Unionsmarkenanmeldungen in den Anmeldeakten eingetragen.

Weitere Informationen zur Eintragung von Eigentumsübergängen siehe die Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 3, Unionsmarken als Gegenstand des Vermögens, Kapitel 1, Übertragung.

9 Markenkategorie

Die UMV unterscheidet zwischen zwei Markenkategorien: Individualmarken und Kollektivmarken.

9.1 Individualmarken

Artikel 5 UMV

Inhaber einer Unionsindividualmarke können, unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit, jegliche natürlichen oder juristischen Personen oder jegliche nach dem für sie geltenden nationalen Recht gleichgestellten Personen, einschließlich Körperschaften des öffentlichen Rechts, sein.

9.2 Kollektivmarken

Artikel 66 bis 68 UMV Regeln 3 und 43 UMDV

9.2.1 Eigenschaft von Kollektivmarken

Eine Kollektivmarke ist eine bestimmte Markenart, die darauf hinweist, dass die mit dieser Marke versehenen Waren oder Dienstleistungen von Mitgliedern eines Verbands und nicht von nur einem Händler stammen. „Kollektiv“ bedeutet weder, dass mehrere Personen Inhaber der Marke sind (gemeinsame Anmelder/gemeinsame Inhaber), noch, dass die Marke für mehr als ein Land gilt.

Eine Kollektivmarke kann verwendet werden, um für Waren zu werben, die für eine Region typisch sind, und sie können zusammen mit der Individualmarke des Erzeugers einer bestimmten Ware verwendet werden. Damit können Mitglieder eines Verbands ihre eigenen Waren von denen ihrer Wettbewerber differenzieren.

Weitere Informationen zu den sachlichen Erfordernissen für Unionskollektivmarken siehe die Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse und Gemeinschaftskollektivmarken.

9.2.2 Anmelder von Kollektivmarken

Verbände von Herstellern, Erzeugern, Dienstleistungserbringern oder Händlern, die nach dem für sie maßgebenden Recht die Fähigkeit haben, im eigenen Namen Träger von Rechten und Pflichten jeder Art zu sein, Verträge zu schließen oder andere Rechtshandlungen vorzunehmen und vor Gericht zu stehen, sowie juristische Personen des öffentlichen Rechts können Unionskollektivmarken anmelden. Dafür gibt es im Wesentlichen zwei Kriterien: Erstens muss es sich bei dem Anmelder um einen Verband oder eine Körperschaft des öffentlichen Rechts handeln, und zweitens muss er selbst eine juristische Person sein.

Weitere Informationen zu den sachlichen Erfordernissen für Unionskollektivmarken siehe die Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse und Unionskollektivmarken.

9.2.3 Einzureichende Dokumente

Neben den bei der Anmeldung einer Individualmarke einzureichenden Angaben bedürfen Anmeldungen von Unionskollektivmarken einer Markensatzung. Die Satzung muss folgende Angaben enthalten:

1. den Namen des Anmelders und dessen Geschäftsanschrift;
2. den Zweck des Verbandes oder den Gründungszweck der juristischen Person des öffentlichen Rechts;
3. die zur Vertretung des Verbandes oder der juristischen Person befugten Organe;
4. die Voraussetzungen für die Mitgliedschaft;
5. die zur Benutzung der Marke befugten Personen;
6. gegebenenfalls die Bedingungen für die Benutzung der Marke, einschließlich Sanktionen;
7. falls die Marke die geografische Herkunft von Waren oder Dienstleistungen bezeichnet, die Erlaubnis für jede Person, deren Waren oder Dienstleistungen aus dem betreffenden geografischen Gebiet stammen, dem Verband als Mitglied beizutreten.

9.2.4 Prüfung der Erfordernisse in Bezug auf Kollektivmarken

9.2.4.1 Nichtübermittlung der Satzungen

Wird die Satzung nicht zusammen mit der Anmeldung vorgelegt, so wird eine Mängelmitteilung versandt, in der eine Frist von zwei Monaten für ihre Übermittlung gesetzt wird.

Wird die Satzung nicht innerhalb dieser zweimonatigen Frist übermittelt, so wird die Anmeldung zurückgewiesen.

9.2.4.2 Übermittlung einer mangelhaften Satzung

Wurde eine Satzung übermittelt, die jedoch nicht die vorstehend in Abschnitt 9.2.3 aufgeführten Angaben enthält, wird eine Mängelmitteilung versandt, in der eine Frist von zwei Monaten für die Übermittlung der fehlenden Angaben gesetzt wird.

Wird der Mangel nicht innerhalb dieser zweimonatigen Frist behoben, so wird die Anmeldung zurückgewiesen.

9.2.5 Änderung der Markenkategorie (von einer Kollektiv- in eine Individualmarke)

Hat eine natürliche Person eine Marke versehentlich als Kollektivmarke angemeldet, d. h. sie hat sie auf dem Anmeldeformular irrtümlich als „Kollektivmarke“ eingegeben bzw. ausgewählt, kann sie die Marke von einer Kollektiv- in eine Individualmarke ändern, da Kollektivmarken nicht natürlichen Personen zugewiesen werden können. Die zu viel gezahlten Gebühren werden ebenfalls erstattet.

Gibt eine juristische Person an, eine Kollektivmarke versehentlich angemeldet zu haben, wird die Änderung ebenfalls erlaubt, und die zu viel gezahlten Gebühren werden erstattet. Allerdings würde die Einreichung einer Kollektivmarke nicht als offensichtlicher Irrtum gesehen und würde der Änderungsantrag zurückgewiesen werden, wenn Hinweise dafür vorliegen, dass der Anmelder absichtlich eine Marke dieser Kategorie anmelden wollte, zum Beispiel:

- wenn die Wiedergabe der Marke das Wort „Kollektivmarke“ enthält;
- oder wenn der Name des Anmelders angibt, dass es sich um einen Verband handelt;
- oder wenn die Satzung der Kollektivmarke vorgelegt wird.

10 Art der Marke

Artikel 4 und 26 sowie Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe a UMV Regel 3 UMDV

Die Kategorisierung der Marken dient mehreren Zwecken. Erstens schafft sie die rechtliche Voraussetzung, dass eine Wiedergabe der Marke erforderlich ist, zweitens kann dem Amt dadurch leichter verständlich gemacht werden, was der Anmelder

einzutragen wünscht, und letztlich erleichtert dies auch die Recherche in der Datenbank des Amtes.

Unionsmarken können alle Zeichen sein, die sich grafisch darstellen lassen. Die Wiedergabe der Marke auf dem Anmeldeformular ist Voraussetzung für die Einreichung der Anmeldung. Die Marke ist grafisch wiederzugeben, und diese Wiedergabe kann nicht durch eine Beschreibung der Marke ersetzt werden. Wenn der Anmelder keine grafische Wiedergabe seiner Marke vorlegt, wird eine Mängelmitteilung versandt und es erfolgt keine Zuerkennung eines Anmeldetags (siehe oben unter Abschnitt 4, Anmeldetag).

Wenn die Anmeldung eine Wiedergabe der Marke ohne Angabe der gewünschten Art der Marke enthält, wird das Amt die geeignete Markenart auf der Grundlage der vorgelegten Wiedergabe und einer Beschreibung der Marke bewilligen und den Anmelder unter Angabe einer zweimonatigen Frist für Stellungnahmen schriftlich davon in Kenntnis setzen.

Wenn der Anmelder eine Markenart gewählt hat, die nicht mit der Wiedergabe der Marke und den vorgelegten Markenbeschreibungen übereinstimmt, wird die Markenart gemäß den nachstehend unter Abschnitt 10.9, Berichtigung der Markenart, festgelegten Angaben berichtigt .

Die folgenden Beispiele für die Markenarten in diesen Richtlinien geben nur Auskunft im Zusammenhang mit den Formerfordernissen. Sie geben keinen Ausschluss über den Ausgang des Prüfungsverfahrens.

Wortelemente bestehen aus Buchstaben eines Alphabets einer beliebigen EU-Amtssprache und aus Tastatursymbolen. Wenn eine Marke mit Ausnahme von Wortmarken ein solches Wortelement enthält, das in der Darstellung sichtbar ist, muss es in das entsprechende Feld aufgenommen werden. Dadurch ist eine Suche nach der Marke in der Datenbank möglich, und dies ist auch die Grundlage für die sprachliche Überprüfung von Marken, die in allen EU-Amtssprachen durchgeführt wird.

10.1 Wortmarken

Eine Wortmarke ist eine maschinengeschriebene Marke mit Elementen wie Buchstaben (Klein- oder Großbuchstaben), Wörtern (entweder in Klein- oder in Großbuchstaben), Zahlensymbolen, Schriftzeichen und Interpunktionszeichen, die über eine einzige Zeile verläuft. Das Amt akzeptiert das Alphabet jeder Amtssprache der EU als Wortmarke. Eine Marke aus Text, der über mehr als eine Zeile verläuft, wird nicht als Wortmarke kategorisiert, da diese Marken als Bildmarken gelten.

Beispiele für zulässige Wortmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM 6 892 351	europadruck24
UM 6 892 806	TS 840
UM 6 907 539	4 you
UM 2 221 497	ESSENTIALFLOSS
UM 0 631 457	DON'T DREAM IT, DRIVE IT
UM 1 587 450	?WHAT IF!
UM 8 355 521	ΕΙΔ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ (Griechisch)






UM 8 296 832	Долината на тракийските царе (Kyrillisch)
--------------	---

10.2 Bildmarken

Eine Bildmarke ist eine Marke, die aus folgenden Elementen besteht:

- ausschließlich aus Bildelementen,
- einer Kombination von Wort- und Bildelementen oder grafischen Elementen,
- Wortelementen in Nicht-Standardschriftarten,
- Wortelementen in Farbe,
- Wortelementen über mehr als eine Zeile,
- Buchstaben aus Nicht-EU-Alphabeten,
- Zeichen, die nicht über eine Tastatur wiedergegeben werden können,
- Kombinationen der vorstehenden Elemente.

Marken, die ein Muster abbilden, sind gemäß der Praxis des Amtes „Bildmarken“.

Beispiele für Bildmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM 1 414 366 Rein grafisches Element ohne Farbe	
UM 9 685 256 Rein grafisches Element in Farbe	
UM 4 705 414 Kombination eines grafischen Elements mit Text in einer Standardschriftart, ohne Farbe	
UM 9 687 336 Kombination aus stilisierter Schrift und Bildelementen, ohne Farbe	
UM 4 731 725 Kombination aus stilisierter Schrift und Bildelementen in Farbe	

Beispiele für Bildmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 9 696 543</p> <p>Wortelement in stilisierter Schrift ohne Farbe</p>	
<p>UM 2 992 105</p> <p>Wortelemente in stilisierter Schrift ohne Farbe</p>	
<p>UM 9 679 358</p> <p>Wortelemente in verschiedenen Schriftarten in Farbe</p>	
<p>UM 9 368 457</p> <p>Nur Wortelemente, über mehr als eine Zeile</p>	<p>YVES ROCHER LIFTING BIO CULTURE BIO</p>
<p>UM 9 355 918</p> <p>Slogan in zwei verschiedenen Schriftarten, Buchstaben in verschiedenen Größen, über mehr als eine Zeile und in Farbe</p>	<p>Heute handeln ist trendy</p>
<p>UM 9 681 917</p> <p>Wortelement aus Nicht-EU-Alphabet (Chinesisch)</p>	
<p>UM 0 015 602</p> <p>Muster</p>	
<p>UM 7 190 929</p> <p>Muster</p>	

10.3 Dreidimensionale Marken

Artikel 43 Absatz 2 UMV
Regel 3 Absatz 4 UMDV

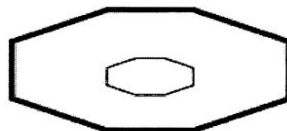
Mitteilung Nr. 2/98 des Präsidenten des Amtes

Eine dreidimensionale Marke ist eine Marke, die aus einer dreidimensionalen Form (einschließlich Behältern, Verpackung und der Ware selbst) besteht. Die fotografische oder grafische Wiedergabe kann aus bis zu sechs Perspektiven derselben Form bestehen, die im Falle einer elektronisch eingereichten Anmeldung in einer einzigen JPEG-Datei oder im Falle einer in Papierform eingereichten Anmeldung auf einem einzigen DIN A4-Blatt zu übermitteln sind. Während bis zu sechs Perspektiven eingereicht werden können, ist eine einzige Ansicht der Form ausreichend, wenn die zu schützende Form von dieser einen Ansicht aus feststellbar ist.

In einigen Fällen reichen Anmelder verschiedene Perspektiven eines dreidimensionalen Objekts auf mehreren Blatt Papier ein (z. B. eine Seite pro Bild bzw. Perspektive). In solch einem Fall sollte auf einen Mangel hingewiesen und dem Anmelder eine Frist gesetzt werden, um anzugeben, welche der eingereichten Wiedergaben als Wiedergabe der Unionsmarkenanmeldung verwendet werden soll. Umfasst ein einziges DIN A4-Blatt oder eine einzige JPEG-Datei mehr als sechs Perspektiven derselben dreidimensionalen Form, wird auf einen Mangel hingewiesen und dem Anmelder eine Frist gesetzt, um die über die zugelassene Höchstzahl hinausgehende(n) Perspektive(n) zu entfernen, sofern diese Änderung die Marke in der eingereichten Form nicht wesentlich verändert.

Anmelder, die die Eintragung einer dreidimensionalen Marke beantragen, müssen eine entsprechende Angabe in der Anmeldung machen. Wird keine Markenart angegeben und nur eine Ansicht des Objekts bereitgestellt, und geht aus der Beschreibung der Marke – sofern vorhanden – nicht eindeutig hervor, dass es sich bei der eingereichten Marke um eine dreidimensionale Marke handelt, wird das Amt sie als Bildmarke behandeln.

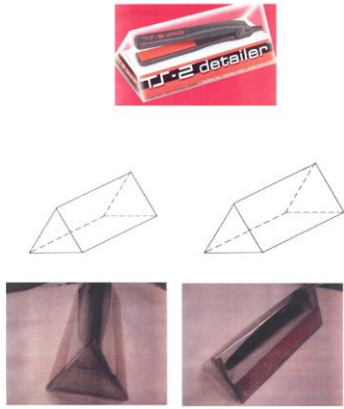



Beispiel



Es wurde keine Markenart für dieses Zeichen ausgewählt und keine Beschreibung der Marke vorgelegt. Das Amt wird die eingereichte Marke in diesem Fall als Bildmarke behandeln.

Beispiele für zulässige Wiedergaben dreidimensionaler Marken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 4 883 096</p> <p>Vier verschiedene Zeichnungen desselben Objekts</p>	

Beispiele für zulässige Wiedergaben dreidimensionaler Marken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 4 787 693</p> <p>Sechs Fotografien desselben Objekts aus unterschiedlichen Perspektiven, mit Text</p>	
<p>UM 30 957</p> <p>Zwei Fotografien in Farbe, die unterschiedliche Perspektiven desselben Objekts zeigen</p>	
<p>UM 8 532 475</p> <p>Sechs Ansichten in Farbe, die sechs unterschiedliche Perspektiven desselben Objekts zeigen</p>	
<p>UM 14 419 758</p> <p>Kombination aus Fotografien und Zeichnungen, die dasselbe Objekt zeigen</p>	
<p>UM 12 718 681</p> <p>Vergrößerte Ansicht desselben Objekts</p>	

Beispiele für Marken, die nicht als dreidimensionale Marken zulässig sind (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 6 910 021</p> <p>Fünf Ansichten, die jedoch nicht dasselbe Objekt zeigen</p>	
<p>UM 7 469 661</p> <p>Zusätzlich zur Wiedergabe der Marke ist kein Text erlaubt (Text unter dem Foto der Flasche)</p>	
<p>UM 9 739 731</p> <p>Die erste und die dritte Flasche zeigen zwei verschiedene Perspektiven derselben Flasche, beide mit einem grauen Verschluss. Die zweite Flasche hat einen blauen Verschluss und ist daher ein anderes Objekt als das in der ersten und der dritten Flasche dargestellte. Das vierte Bild unterscheidet sich völlig von den anderen und zeigt zwei Flaschenverschlüsse und ein Etikett. Von den vier Perspektiven sind nur die erste und die dritte Ansichten desselben Objekts.</p>	
<p>UM 13 324 363</p> <p>Die ersten vier Bilder und das sechste Bild zeigen dieselbe 3D-Marke aus unterschiedlichen Perspektiven; das fünfte Bild stimmt jedoch insofern nicht mit den anderen überein, als es eine andere, veränderte 3D-Marke zeigt. Ansichten eines Objekts in unterschiedlichen Zuständen (d. h. offen vs. geschlossen) gelten nicht als Ansichten derselben Marke.</p>	

Beispiele für Marken, die nicht als dreidimensionale Marken zulässig sind (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 13 882 725</p> <p>Die letzten drei Bilder zeigen dieselbe 3D-Marke (geschlossene Flasche) aus unterschiedlichen Perspektiven; jedoch stimmt das erste Bild insofern nicht mit den anderen überein, als es eine andere, veränderte 3D-Marke (offene Flasche) zeigt. Ansichten eines Objekts in unterschiedlichen Zuständen (d. h. offen vs. geschlossen) gelten nicht als Ansichten derselben Marke.</p>	

In Fällen, in denen Marken nicht zulässig sind, weil sich die zur Anmeldung einer dreidimensionalen Unionsmarke eingereichten Ansichten aus unterschiedlichen Objekten auf einem DIN A4-Blatt oder in einer JPEG-Datei zusammensetzen, kann der Mangel nicht behoben werden, da die Löschung eines oder mehrerer dieser unterschiedlichen Objekte eine erhebliche Veränderung der Wiedergabe der Marke bedeuten würde (siehe nachstehend unter Abschnitt 19, Änderungen an der Unionsmarkenanmeldung). In diesem Fall ist die Anmeldung zurückzuweisen, da die Wiedergabe nicht eine einzige dreidimensionale Form zeigt.

10.4 Hörmarken

Artikel 4 UMV
 Beschluss Nr. EX-05-3 des Präsidenten des Amtes

Eine Hörmarke ist unter Verwendung der Standardmethoden zur grafischen Klangwiedergabe, insbesondere einer Notenschrift, grafisch wiederzugeben. Eine Beschreibung des Klangs in Worten ist unzureichend (siehe Entscheidung vom 27/09/2007, R 708/2006-4 – TARZANSCHREI). Der Liedtext in Kombination mit der Notenschrift und dem Tempo ist zulässig. Ein Sonogramm allein ist keine zulässige grafische Wiedergabe einer Hörmarke, wenn es nicht zusammen mit einer den Klang selbst wiedergebenden elektronischen Datei übermittelt wird. Lässt sich der angemeldete Klang nicht in herkömmlicher Notenschrift abbilden, wie etwa das Gebrüll eines Löwen, so stellt ein Sonogramm zusammen mit einer Tondatei die einzige Möglichkeit dar, die Marke wiederzugeben.

10.4.1 Elektronische Tondatei

Das Anhängen einer zusätzlichen MP3-Tondatei ist fakultativ, wenn eine Notenschrift vorgelegt wurde, und dies ist nur im Falle einer elektronischen Einreichung möglich. Das Amt lässt die alleinige Einreichung einer elektronischen Tondatei nicht zu, da eine grafische Wiedergabe erforderlich ist. Falls eine Anmeldung keine grafische Darstellung der Marke umfasst, wird auf den Mangel in Bezug auf den Anmeldetag hingewiesen. (Weitere Informationen zu Anmeldetagen siehe Abschnitt 4).

Die Tondatei muss im MP3-Format vorliegen und darf nicht größer sein als zwei Megabyte. Die Erfordernisse des Amtes gestatten kein Abspielen von Klängen über eine Datenfernverbindung („Streaming“) und keine Tonschleifen („Loops“). Alle

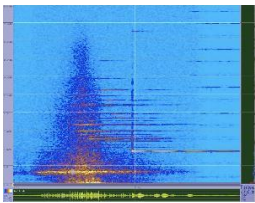



anderen Anhänge oder Anhänge, die diese Kriterien nicht erfüllen, gelten als nicht eingereicht.

10.4.2 Notenschriften

Der Anmelder kann eine Notenschrift allein einreichen. Damit ist das Erfordernis der grafischen Wiedergabe der Marke erfüllt. In diesen Fällen kann eine elektronische Tondatei angehängt werden; dies ist jedoch nicht obligatorisch.

10.4.3 Sonagramme

Der Anmelder kann nicht ein Sonagramm allein einreichen (siehe Entscheidung vom 27/09/2007, R 708/2006-4 – TARZANSCHREI). In diesen Fällen ist die Einreichung einer elektronischen Tondatei obligatorisch, da das Amt und Dritte den Klang nicht aus dem Sonagramm allein herleiten kann. Alle in einem Sonagramm verwendeten Farben sind nicht Teil der Marke, da der Anmelder eine Hörmarke anmeldet. Deshalb werden keine Farbangaben aufgezeichnet, und im Falle ihrer Übermittlung werden sie vom Amt gelöscht.

Beispiele für zulässige Hörmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 8 116 337</p> <p>Sonagramm in Verbindung mit einer Tondatei</p>	
<p>UM 9 199 134</p> <p>Sonagramm in Verbindung mit einer Tondatei</p>	
<p>UM 1 637 859</p> <p>Notenschrift</p>	
<p>UM 6 596 258</p> <p>Notenschrift einschließlich musikalischer Anweisungen</p>	


10.5 Farbe per se




Eine Farbe per se bedeutet, dass Schutz für eine Marke beansprucht wird, die unabhängig von jeder spezifischen Form oder Gestalt aus einer oder mehreren Farben an sich besteht. Der Schutz erstreckt sich auf den Farbton bzw. die Farbtöne und im Falle von mehr als einer Farbe auch auf das Verhältnis und die Position der verschiedenen Farben, die systematisch so angeordnet sein müssen, dass die betreffenden Farben in vorher festgelegter und beständiger Weise verbunden sind (Urteile vom 24/06/2004, C-49/02, Blau/Gelb, EU:C:2004:384, § 33; und vom 14/06/2012, T-293/10, Colour per se, EU:T:2012:302, § 50). Die Wiedergabe einer Farbmarke per se muss aus einer Wiedergabe der konturlosen Farbe bzw. Farben bestehen. Gibt es mehr als eine Farbe, so ist der proportionale Anteil jeder Farbe im Feld „Beschreibung der Marke“ anzugeben. Wurde dies in der Anmeldung unterlassen, wird das Amt den Mangel mitteilen und eine Frist von zwei Monaten für die Vorlage dieser Informationen einräumen.

Enthält die Wiedergabe andere Elemente, etwa Wörter oder Bilder, so handelt es sich nicht um eine Farbmarke per se, sondern um eine Bildmarke. Weitere Informationen zur Berichtigung der Art der Marke siehe Abschnitt 10.9 weiter unten.

Bei der Anmeldung einer Farbmarke per se ist ein bloßes Muster der Farbe für sich allein nicht ausreichend; die Farbe bzw. Farben, die Gegenstand der Marke ist bzw. sind, muss bzw. müssen in Worten im Feld „Angabe der Farbe(n)“ beschrieben werden. Außerdem wird mit Nachdruck empfohlen, zusätzlich international anerkannte Farbcodes vorzulegen (Urteil vom 06/05/2003, C-104/01, Libertel, § 31-38). Weitere Informationen zur „Angabe der Farbe“ siehe Abschnitt 12 weiter unten.

Gemäß Regel 3 Absatz 3 UMDV kann bei einer Anmeldung einer Farbmarke per se die Wiedergabe so erfolgen, dass die Farbe bzw. die Farben gezeigt wird/werden, wie sie auf die Waren und Dienstleistungen angewandt wird bzw. werden. In solchen Fällen ist eine Beschreibung der Marke erforderlich, um die Art der Marke eindeutig zu bestimmen.

Beispiele für zulässige Farbmarken per se (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 962 076</p> <p><u>Angegebene Farbe:</u> Braun</p>	
<p>UM 31 336</p> <p><u>Angegebene Farbe:</u> Lila/violett</p> <p><u>Beschreibung:</u> Lila/violett, eine einzige Farbe, wie aus der Darstellung hervorgeht. Die Werte (spezifische Koordinaten im Farbbereich) für die vorliegende Marke sind: L => 53,58 - 08; A => 15,78 - 05; B => 31,04 - 05. Die Marke ist im „Pantone’s Process Book“ zwischen den Farbschattierungen mit den Nummern E 176-4 und E 176-3 angesiedelt.</p>	

Beispiele für zulässige Farbmarken per se (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p style="text-align: center;">UM 8 298 499</p> <p><u>Angegebene Farben:</u> Grün „Pantone 368 C“, anthrazit „Pantone 425 C“, orange „Pantone 021 C“</p> <p><u>Beschreibung:</u> Besteht aus den Farben grün: „Pantone 368 C“; anthrazit: „Pantone 425 C“; orange: „Pantone 021 C“, wie in der Darstellung gezeigt; die Farben werden aufgetragen auf einen wesentlichen Anteil der Außenfläche von Fahrzeugservicestellen (Tankstellen) im Verhältnis grün 60 %, anthrazit 30 % und orange 10 %, wodurch der Gesamteindruck einer grünen und anthrazitfarbenen Tankstelle (mit überwiegendem Grünanteil) und kleinen orangenen Akzenten erzeugt wird.</p>	
<p style="text-align: center;">UM 4 381 471</p> <p><u>Angegebene Farben:</u> Blau („Pantone 2747 C“) und Silber („Pantone 877 C“)</p> <p><u>Beschreibung:</u> Anspruch wird erhoben auf den Schutz der Farben Blau („Pantone 2747 C“) und Silber („Pantone 877 C“), die auf die in der Darstellung der Farbmärke gezeigte Art und Weise nebeneinandergelegt sind. Das Verhältnis der beiden Farben ist jeweils ungefähr 50 %.</p>	
<p style="text-align: center;">UM 11 055 811</p> <p><u>Angegebene Farben:</u> sehr helles Grün, hellgrün, mittelgrün, dunkelgrün, sehr dunkles Grün</p> <p><u>Beschreibung:</u> Die Marke besteht aus fünf Farbstreifen, die horizontal einer direkt über dem anderen angeordnet sind, wobei ihre Länge ein Vielfaches ihrer Höhe beträgt. Die Farbverteilung von oben nach unten ist wie folgt: sehr helles Grün, hellgrün, mittelgrün, dunkelgrün und sehr dunkles Grün. Proportionaler Anteil jeder Farbe: 20 %.</p>	

10.6 Hologramme

Hologramme lassen sich besonders schwer grafisch wiedergeben, da eine Wiedergabe auf Papier keine „Änderung“ des Bildes, wie natürlicherweise auf Hologrammpapier der Fall, zulässt. Dennoch kann ein Hologramm mit einer eindeutigen Beschreibung der Marke und ausreichend Ansichten der Marke grafisch dargestellt werden. Wenn ein Hologramm angemeldet wird, kann daher mehr als eine Wiedergabe der Marke eingereicht werden, sofern sich sämtliche unterschiedlichen Ansichten bei Einreichung in Papierform auf einem einzigen DIN A4-Blatt oder bei elektronischer Einreichung in einer einzigen JPEG-Datei befinden.

10.7 Geruchsmarken / olfaktorische Marken

Geruchs- oder olfaktorische Marken sind zurzeit nicht zulässig. Der Grund hierfür ist, dass eine grafische Wiedergabe klar, eindeutig, in sich abgeschlossen, leicht

zugänglich, verständlich, dauerhaft und objektiv sein muss (siehe Urteil vom 12/12/2002, C-273/00, Methylcinnamat, EU:C:2002:748). Wie bei allen anderen Markenarten kann die Beschreibung einer Marke kein Ersatz für die grafische Wiedergabe sein. Wenngleich sie bildhaft sein kann, ist die Beschreibung eines Geruchs weder klar noch eindeutig oder objektiv; somit kann kein Anmeldetag zuerkannt werden, da eine grafische Wiedergabe der Marke nicht möglich ist. Diese Fälle (siehe auch die Entscheidung vom 04/08/2003, R 120/2001-2 – Künstliches Erdbeeraroma (Geschmacksmarke)) werden nicht zurückgewiesen, sondern gelten als nicht eingereicht. Wird eine angebliche grafische Darstellung eingereicht, so wird die Anmeldung im Rahmen der absoluten Eintragungshindernisse zurückgewiesen (siehe Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse und Unionskollektivmarken).

10.8 Andere Marken

Andere Marken müssen in der Beschreibung der Marke eine Angabe enthalten, was mit „andere“ gemeint ist. „Andere“ Marken können beispielsweise animierte Marken (Bewegungsmarken), Positionsmarken oder Kennfadenmarken (farbige Streifen oder Fäden, die auf bestimmten Produkten angebracht sind) sein.

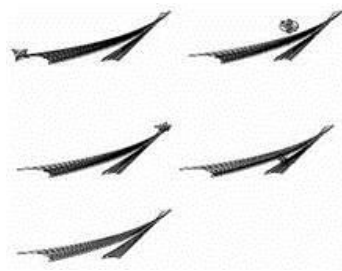

Für weitere Informationen siehe Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse und Unionskollektivmarken.

10.8.1 Bewegungsmarken

Die Anzahl der Markenwiedergaben ist praktisch unbegrenzt, solange sie sich bei Einreichung in Papierform auf einem einzigen DIN A4-Blatt oder bei elektronischer Einreichung in einem einzigen JPEG-Dokument befinden. Da der Anmelder die spezielle Bewegung der Marke schützen möchte, ist eine Beschreibung der Marke mit der Angabe, dass es sich um eine „Bewegungsmarke“ handelt ein Formerfordernis.

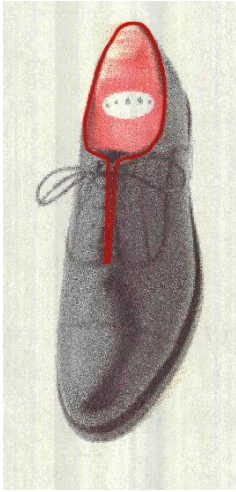
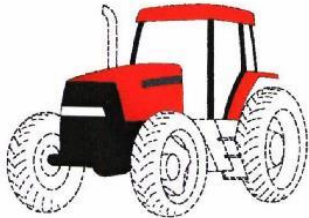
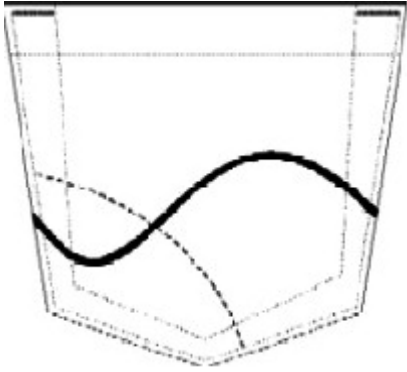
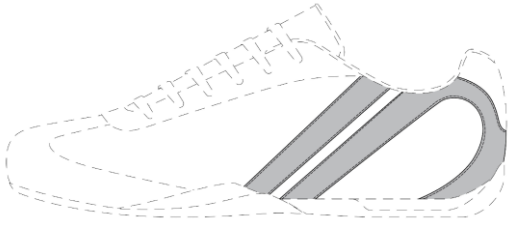
Aus den Wiedergaben in Verbindung mit der Beschreibung der Marke muss die zu schützende Bewegung klar hervorgehen. In Fällen, in denen die Bewegung nicht erkennbar ist (z. B. sind die Wiedergaben in der falschen Reihenfolge) oder die Beschreibung der Marke nicht der Reihenfolge der Wiedergaben entspricht, versendet das Amt eine Mängelmitteilung, in der es eine Frist von zwei Monaten für die Klarstellung der Wiedergaben und/oder der Beschreibung setzt. Ist der Mangel nicht fristgemäß behoben, wird die Anmeldung zurückgewiesen.

Enthalten die Wiedergaben Farben, ist bzw. sind die Farbe(n) in Worten anzugeben.

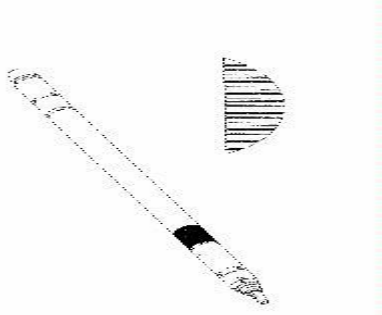
Beispiele für zulässige Bewegungsmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p style="text-align: center;">UM 5 338 629</p> <p><u>Beschreibung:</u> Die Marke ist eine animierte Sequenz mit zwei Lichtelementen, die sich im oberen rechten Teil der Marke verbinden. Während der Animationssequenz bewegt sich ein geometrisches Objekt neben dem ersten Segment nach oben und dann neben dem zweiten Segment nach unten, während bei einzelnen Bändern in jedem Segment ein Wechsel von dunkel zu hell erfolgt. Die in der Marke befindliche Tuffentechnik dient nur der Schattierung. Die gesamte animierte Sequenz dauert zwischen einer und zwei Sekunden.</p>	 <p><u>Wiedergaben:</u> Wiedergabe der Marke nur in Schwarz und Weiß mit Grautönen; keine Farbangabe.</p>
<p style="text-align: center;">UM 13 225 107</p> <p><u>Beschreibung:</u> Alle Darstellungen sind vor einem weißen Hintergrund. Zunächst ist nur der Text „Hotel?“ vor dem weißen Hintergrund lesbar. Dieser Text ist in Blau, Gelb und Rot dargestellt. Die Buchstaben sind paarweise unterteilt, wobei jedes Buchstabenpaar in einer einzigen Farbe dargestellt wird. Der gesamte Text neigt sich nach vorne dem Betrachter entgegen. Aufgrund der Rotation verwandelt sich der vorherige Text „Hotel?“ zu „trivago“. Dieser Text hat die gleichen Farben (blau, gelb und rot) wie der vorherige Text.</p> <p>Farben: blau, rot, schwarz, weiß, gelb.</p>	

10.8.2 Positionsmarken

Eine Positionsmarke ist ein Zeichen, das auf einem bestimmten Teil eines Produkts in einer gleichbleibenden Größe oder einem bestimmten Verhältnis zu dem Produkt angebracht ist. Das Zeichen ist grafisch wiederzugeben. Da der Anmelder die Platzierung oder „Positionierung“ der Marke schützen möchte, besteht ein Formerfordernis in einer Markenbeschreibung, in der ihre Positionierung ausführlich erläutert wird. Die Markenbeschreibung muss zudem einen Hinweis enthalten, dass es sich um eine „Positionsmarke“ handelt, und in Fällen, in denen eine Wiedergabe in Farbe eingereicht wird, muss bzw. müssen die Farbe(n) in Worten angegeben werden.

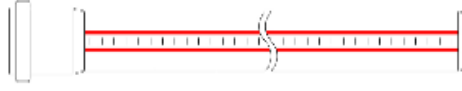
Beispiele für zulässige Positionsmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p style="text-align: center;">UM 4 717 914</p> <p><u>Angabe der Farbe:</u> Rot</p> <p><u>Beschreibung:</u> Rotes Einfassband von 2 mm Breite, welches entlang der Kante des Schuheinstieges und der Schnürteile verläuft.</p>	
<p style="text-align: center;">UM 9 045 907</p> <p><u>Angegebene Farben:</u> Rot, Schwarz und Grau</p> <p><u>Beschreibung:</u> Besteht aus der Kombination der Farben Rot, Schwarz und Grau für die Außenflächen eines Traktors, nämlich Rot für Motorhaube, Dach und Radläufe, Hell- und Dunkelgrau für einen waagerechten Streifen an der Motorhaube und Schwarz für Kühlergrill, Chassis und vertikale Säulen - gemäß der bildlichen Darstellung, die der Anmeldung beigefügt ist.</p>	
<p style="text-align: center;">UM 6 900 898</p> <p><u>Beschreibung:</u> Zwei sich in einem Punkt kreuzende Kurven auf einer Hosentasche; die Marke besteht aus Ziernähten in Form von zwei sich in einem Punkt kreuzenden Kurven auf einer Hosentasche; eine der Kurven ist durch eine mit einem feinen Strich gezeichnete gewölbte Form charakterisiert, während sich die zweite durch eine mit einem dicken Strich gezeichnete sinusförmige Form auszeichnet; die ungleichmäßig gebrochenen Linien repräsentieren den Umriss der Hosentasche, in Bezug auf den der Anmelder keinen Anspruch geltend macht und der nur dazu dient, die Position der Marke auf der Tasche anzugeben.</p>	
<p style="text-align: center;">UM 8 586 489</p> <p><u>Beschreibung:</u> Die Marke ist eine Positionsmarke. Die Marke besteht aus zwei parallelen, an der Außenfläche des Oberteils eines Schuhs liegenden Linien. Die erste Linie verläuft von der Mitte der Sohlenkante eines Schuhs und fällt nach hinten zum Rist eines Schuhs ab. Die zweite Linie verläuft parallel zur ersten Linie und weiter in einer Kurve nach hinten entlang der Absatzsteife eines Schuhs und endet an der Sohlenkante eines Schuhs. Die gepunkteten Linien markieren die Position der Marke und sind nicht Teil der Marke.</p>	

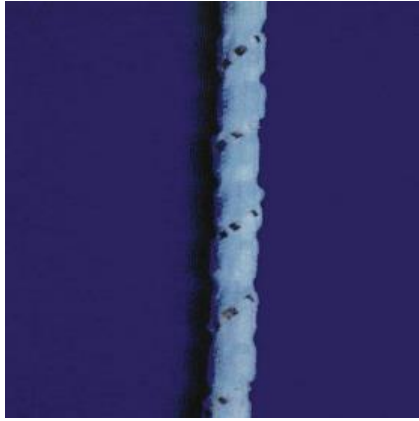
Positionsmarken sind nicht zulässig, wenn aus der Beschreibung hervorgeht, dass die Position variieren kann – beispielsweise „Die Marke besteht aus [Beschreibung des Elements], das an der Außenseite der Ware angebracht ist“. Die Position der Marke muss eindeutig festgelegt werden und aus der Wiedergabe und der Beschreibung hervorgehen.

Beispiele für unzulässige Positionsmarken / Beschreibungen (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 8 682 213</p> <p><u>Beschreibung:</u> Markenschutz wird beansprucht für einen auf dem Mantel eines Bodenverdrängungshammers (sogenannte Erdrakete) angeordneten Streifen; dieser ist in der isometrischen Gesamtansicht des Bodenverdrängungshammers aufgrund der Feinheit des Musters als schwarzes umlaufendes Band dargestellt, das sich von den übrigen Abschnitten des Mantels durch das in der weiteren Ansicht (diese zeigt einen (halbkreisförmigen) vergrößerten Ausschnitt dieses Streifens in einer Seitenansicht des Bodenverdrängungshammers erkennbare Muster abhebt, das durch eine Vielzahl nebeneinander angeordneter umlaufender Nuten gebildet wird; der Streifen befindet sich in einem Abschnitt des Mantels, der – von der Spitze des Bodenverdrängungshammers aus betrachtet – dem zweiten Viertel der Gesamtlänge des Bodenverdrängungshammers entspricht; sonstige in der bildlichen Darstellung erkennbare Formgebungen und/oder Gestaltungsmerkmale sind nicht Bestandteil der Marke.</p>	<p>Aus Abbildung und Beschreibung zusammen geht nicht eindeutig hervor, worin das Zeichen besteht und wie es auf den Waren platziert werden soll:</p>  <p>(Aus der Wiedergabe geht nicht klar hervor, aus welcher Perspektive ein halbkreisförmiges Detail sichtbar sein sollte.)</p>

10.8.3 Kennfadenmarken

Kennfadenmarken sind farbige Linien oder Fäden, die auf bestimmten Produkten angebracht sind. Diese Marken sind in der Textilindustrie verbreitet. Andere Beispiele sind farbige Linien auf Schläuchen oder Kabeln. Aus der Beschreibung der Marke sollte hervorgehen, dass die Marke eine „Kennfadenmarke“ ist; Farben sind in Worten anzugeben.

Beispiele für zulässige Kennfadenmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 7 332 315</p> <p><u>Beschreibung:</u> Die Marke kennzeichnet Rohre, Schläuche oder Strangprofile mit fortlaufenden, in gleichen Abständen auf der Außenseite des Rohres, Schlauches oder Strangprofils angebrachten, dünnen schwarzen Querstrichen, die zwischen zwei parallelen, in Längsrichtung des Rohres, Schlauches oder Strangprofils durchgehend verlaufenden roten Längsstreifen aufgetragen sind.</p>	

Beispiele für zulässige Kennfadenmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p style="text-align: center;">UM 3 001 203</p> <p><u>Angegebene Farben:</u> Gold auf einem hellen Hintergrund</p> <p><u>Beschreibung:</u> In einem hellen Funktionsband, insbesondere Bleiband, für Gardinen, Vorhänge, Tischdecken und dgl. als Kennzeichen eingearbeitetes goldenes Band.</p>	

10.9 Berichtigung der Markenart

10.9.1 Allgemeine Regeln

Ist die Angabe der Art der Marke in der Anmeldung eindeutig falsch oder besteht ein offensichtlicher Widerspruch zwischen der gewählten Markenart und der Darstellung einschließlich der Beschreibung der Marke, wird das Amt in der Regel die Art der Marke berichtigen und den Anmelder unter Festsetzung einer Frist von zwei Monaten für Stellungnahmen davon in Kenntnis setzen. Bleibt eine Reaktion des Anmelders aus, sieht das Amt die Berichtigung als angenommen an. Ist der Anmelder mit der Änderung nicht einverstanden, stellt das Amt die ursprüngliche Angabe der Markenart wieder her. Allerdings kann die Anmeldung anschließend zurückgewiesen werden, da die Art der Marke nicht eindeutig ist.

10.9.2 Beispiele für wiederkehrende Mängel in Bezug auf die Art der Marke

10.9.2.1 Wortmarken

Wird die Markenart „Wortmarke“ gewählt, obwohl es sich bei der Marke in Wirklichkeit um eine „Bildmarke“ im Sinne der Beispiele in vorstehendem Abschnitt 10.2 handelt (Wiedergabe über mehrere Zeilen, stilisierte Schrift usw.), berichtigt das Amt die Markenart und aktualisiert die bildliche Darstellung im System. Das Amt übermittelt dem Anmelder ein Schreiben, in dem es ihn über die Änderung informiert, und setzt ihm eine Frist von zwei Monaten für Stellungnahmen. Reicht der Anmelder innerhalb der Frist keine Antwort ein, gilt die Änderung als angenommen. Reicht der Anmelder Stellungnahmen ein, in denen er Einwände gegen die Änderung erhebt, und folgt das Amt den Stellungnahmen nicht, so wird die Markenart wieder in „Wortmarke“ geändert, die Anmeldung jedoch zurückgewiesen.

10.9.2.2 Bildmarken

Wird überhaupt keine Markenart angegeben und handelt es sich bei der Marke eindeutig um eine Bildmarke im Sinne der vorgenannten Beispiele, so wird die Markenart durch das Amt eingegeben und der Anmelder entsprechend informiert.

Gelegentlich werden „Bildmarken“ in Farbe irrtümlich als „Farbmarken“ eingereicht. Darüber hinaus können die Unterschiede in der Typologie der verschiedenen Marken innerhalb der EU-Mitgliedstaaten zu einem Mangel in Bezug auf die Art der Marke führen, insbesondere im Hinblick auf Marken, die eine Kombination aus Wort- und Bildelement darstellen und oftmals fälschlicherweise als „Andere Marken“ und nicht als „Bildmarken“ eingereicht werden. In diesen Fällen ändert das Amt die Markenart in „Bildmarke“ und setzt den Anmelder unter Angabe einer Frist von zwei Monaten für Stellungnahmen davon in Kenntnis.



Beispiel 1

Eine **Bildmarke**, die als **Farbmarke per se** angemeldet wurde.

Das Amt wird die Markenart von **Farbmarke per se** in **Bildmarke** ändern und ein Schreiben zur Bestätigung der Änderung versenden. Ist der Anmelder nicht einverstanden, kann er Stellungnahmen übermitteln. Folgt das Amt den Stellungnahmen nicht, stellt es die ursprüngliche Angabe der Markenart wieder her; allerdings wird die Anmeldung anschließend zurückgewiesen. Wird jedoch innerhalb der Frist keine Antwort eingereicht, gilt die Änderung der Markenart als angenommen und die Bearbeitung der Anmeldung wird fortgesetzt.

Beispiel 2

Die folgenden als Markenart „Andere Marken“ angemeldeten Marken:

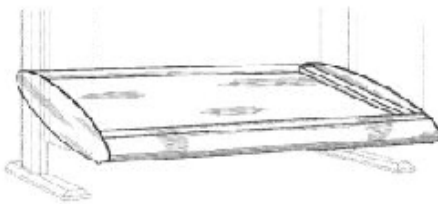
<p>UM 9 328 121</p>	
<p>UM 9 323 346</p>	

Hat der Anmelder die Markenart „Andere Marken“ gewählt, anstatt „Bildmarke“ anzukreuzen, und in dem Erläuterungsfeld für „Andere Marke“ Begriffe wie „Text und Logo“, „marque sémi-figurative“, „marca mixta“, „Wort-Bild-Marke“ oder auch „Farbe per se“ (weil diese Marke Elemente in Farbe enthält) hinzugefügt, obwohl die angemeldete Marke eindeutig eine Bildmarke im Sinne der vorstehenden Definition ist, ändert das Amt die Markenart von „Andere Marke“ in „Bildmarke“ und versendet ein Schreiben an den Anmelder, in dem es ihn über die Änderung informiert und ihm eine Frist von zwei Monaten für die Einreichung von Stellungnahmen setzt. Reicht der Anmelder innerhalb der zweimonatigen Frist keine Antwort ein, gilt die Änderung der Markenart als angenommen und die Bearbeitung der Anmeldung wird fortgesetzt. Reicht der Anmelder Stellungnahmen ein, in denen er Einwände gegen die Änderung erhebt, und folgt das Amt den Stellungnahmen nicht, stellt das Amt die ursprüngliche

Angabe der Markenart wieder her; allerdings wird die Anmeldung anschließend zurückgewiesen.

Beispiel 3

In einigen Fällen werden Marken möglicherweise als „Bildmarken“ eingereicht, obwohl aus der Wiedergabe bzw. Beschreibung der Marke hervorgeht, dass eine dreidimensionale Marke beabsichtigt ist.

<p>UM-Anmeldung 10 318 897</p> <p><u>Gewählte Art der Marke:</u> Bildmarke</p> <p><u>Beschreibung:</u> Besteht aus einer Form für ein Warenregal. Die Enden des Regals sind ellipsenförmig. Die Vorderkante des Regals weist eine konische Form auf. Der in gestrichelten Linien angezeigte Bereich der Marke ist nicht Teil der Marke und dient nur zur Angabe der Positionierung oder Platzierung der Marke.</p>	
--	--

In diesem Fall steht die Beschreibung der Marke, die auf eine „Form für ein Warenregal“ verweist, im Widerspruch zur Markenart „Bildmarke“. Daher wurde der Anmelder aufgefordert, die Markenart in „Dreidimensionale Marke“ zu ändern oder die Beschreibung der Marke zu löschen.

11 Serienmarken

Anders als in einigen nationalen Systemen sind gemäß der UMV Serienmarken nicht zulässig. Wenn verschiedene Versionen einer Marke erforderlich sind, ist eine gesonderte Unionsmarkenanmeldung für jede dieser Versionen einzureichen.

Beispiel 1

Eine als „BRIGITTE brigitte Brigitte“ eingereichte **Wortmarke** wird **nicht** als „das Wort ‚Brigitte‘“, geschrieben entweder in Großbuchstaben oder Kleinbuchstaben oder in „normaler, Schrift, „ausgelegt“; sie wird als Wortmarke angesehen, in der der weibliche Name „Brigitte“ dreimal enthalten ist.

Weder wird eine Mängelmitteilung versandt, noch werden Änderungen an der Marke zugelassen.

Beispiel 2

Eine als „Línea Directa / Direct Line / Ligne Directe“ eingereichte **Wortmarke** wird **nicht** als „der Begriff ‚direct line‘“, entweder in spanischer oder in englischer oder in französischer Sprache „ausgelegt“; sie wird als Wortmarke angesehen, in der alle drei Sprachfassungen in derselben Reihenfolge, wie in der Anmeldung angegeben, enthalten sind. Weder wird eine Mängelmitteilung versandt, noch werden Änderungen an der Marke zugelassen.

11.1 Mehrfache bildliche Wiedergaben

In einer elektronisch eingereichten Anmeldung muss die Wiedergabe der Marke als einzelne JPEG-Datei hochgeladen werden. Wird eine Anmeldung in Papierform verwendet, muss die Wiedergabe der Marke auf einem einzelnen DIN A4-Blatt beigelegt werden.

Das DIN A4-Blatt bzw. die JPEG-Datei darf nur die eine Wiedergabe der angemeldeten Marke und keinerlei zusätzliche Informationen enthalten (mit Ausnahme der Angabe der richtigen Position der Marke, sofern dies nicht offensichtlich ist, siehe Regel 3 Absatz 2 UMDV).

Enthält eine in Papierform eingereichte Anmeldung mehr als ein DIN A4-Blatt, auf denen verschiedene, wenn auch sehr ähnliche Marken dargestellt sind, gibt das Amt eine Mängelmitteilung heraus, in der es den Anmelder auffordert, aus den verschiedenen Varianten eine Marke auszuwählen. Möchte der Anmelder die anderen Marken ebenfalls schützen lassen, muss er für jede der anderen Marken, die er eintragen lassen möchte, eine neue Anmeldung einreichen. Bleibt innerhalb der darin gesetzten Frist eine Antwort auf die Mängelmitteilung aus, wird die Anmeldung zurückgewiesen.

Enthält eine elektronisch oder in Papierform eingereichte Anmeldung eine JPEG-Datei oder ein DIN A4-Blatt, deren bzw. dessen Inhalt als mehr als eine Darstellung einer Marke betrachtet werden könnte, gilt die Kombination aller dieser Varianten, wie sie auf dieser einzelnen Seite erscheinen, als Marke, für die der Schutz beantragt wird. Änderungen an der Wiedergabe der Marke sind nicht zulässig.



Da die der vorstehenden Anmeldung beigelegte JPEG-Datei sämtliche der vorstehenden Bilder auf einer einzelnen Seite enthielt, gilt die Gesamtheit aller Varianten der Logos, Farben und Texte als eine einzelne Marke.

12 Angabe der Farbe

Regel 3 Absatz 5 und Regel 80 UMDV

Wortmarken und Hörmarken können nicht in Farbe sein, da der Schutz sich auf das Wort bzw. die Wörter und den Klang bzw. die Klänge erstreckt, auch wenn ein Sonagramm in Farbe wiedergegeben ist.

Bildmarken, dreidimensionale Hologramme und andere Marken können in Farbe oder ohne Farbe angemeldet werden.

Eine Farbmarke per se ist eine bestimmte Markenart, die in Abschnitt 10.5 erläutert wird.

Soll eine Marke in Farbe eingetragen werden, ist eine farbige Wiedergabe der Marke zusammen mit der Anmeldung und der Angabe der benutzten Farben in Worten einzureichen. Das Hinzufügen eines internationalen Farbcodes wie zum Beispiel einer *Pantone-Nummer* ist möglich, obgleich es kein Ersatz für die Angabe in Worten (z. B. grün, blau, rot) sein kann. Darüber hinaus ist auch ein Farbanspruch wie „Grünfarbtöne“ (oder Töne einer beliebigen anderen Farbe) zulässig.

Schwarz, grau und weiß können als „Farben“ angemeldet werden. Die vom Anmelder gemachte Farbangabe („schwarzweiß“ oder „schwarz, grau und weiß“ usw.) unterliegt denselben Regeln wie alle anderen Farbangaben.

Wird eine farbige Wiedergabe übermittelt, geht das Amt davon aus, dass der Anmelder implizit Farbe beansprucht, und die Anmeldung wird somit als Anmeldung zur Eintragung einer Marke in Farbe betrachtet. Nach der Anmeldung in Farbe ist es nicht möglich, die Anmeldung in eine schwarz-weiße Marke zu ändern (siehe die Entscheidung vom 25/08/2010, R 1270/2010-4 – Form von Prüfköpfen [3D-MARKE]). Die einzige Möglichkeit für den Anmelder ist die Einreichung einer neuen Anmeldung mit einer Schwarzweiß-Wiedergabe.

Werden die Farben Grau, Schwarz und Weiß in einer Anmeldung einer Marke in Farbe zu anderen Zwecken als zur Kontrastierung oder Abgrenzung verwendet, sind diese ebenfalls anzumelden.

Ausdrücke wie „mehrfarbig“, „in verschiedenen Farben“, „in allen möglichen Kombinationen“ oder „in beliebigen Anteilen“ sind nicht zulässig (siehe Entscheidung vom 25/08/ 2010, R 1270/2010-4 – Form von Prüfköpfen [3D-MARKE]).

Fehlt die Angabe der Farbe(n), schlägt das Amt dem Anmelder die Farbe(n) vor und setzt dem Anmelder eine Frist zur Stellungnahme. Geht vor Ablauf der Frist keine Antwort ein, gilt die Aufnahme der durch das Amt angegebenen Farbe(n) als angenommen. Ist der Anmelder mit der Aufnahme der Farben nicht einverstanden, löscht das Amt die Angabe. Allerdings wird die Anmeldung in Fällen, in denen der Anmelder keine genaue Farbangabe macht, zurückgewiesen.



Ist es nicht möglich, die Farbe(n) festzulegen, wird das Amt den Anmelder auffordern, die Farben vorzulegen. Legt der Anmelder innerhalb der Frist keine genaue Farbangabe vor, wird die Anmeldung zurückgewiesen (Regel 3 Absatz 5 und Regel 9 Absatz 4 UMDV).

Wenn die Anmeldung zwar einen Farbanspruch enthält, aber keine Markenwiedergabe in Farbe übermittelt wurde, besteht eine formale Diskrepanz zwischen der angemeldeten Marke und dem Farbanspruch. Alle Farbangaben werden vom Amt berichtigt (d. h. in Schwarz, Weiß und/oder Grau geändert) und der Anmelder wird davon in Kenntnis gesetzt.

Die **einzige Ausnahme von dieser Regel** gilt für die Einreichung der Anmeldung per Fax; in diesem Fall muss der Anmelder (von sich aus) innerhalb eines Monats nach Versendung der Anmeldung eine Wiedergabe in Farbe auf dem Postweg übermitteln. Diese einmonatige Frist ist nicht verlängerbar. Geht die Wiedergabe in Farbe fristgemäß ein, wird die ursprüngliche Wiedergabe in Schwarzweiß durch eine neue Wiedergabe in Farbe ersetzt. Übermittelt der Anmelder die Wiedergabe der Marke in Farbe nicht, wird das Amt diese nicht anfordern. Wird eine Wiedergabe in Farbe nicht innerhalb der einmonatigen Frist übermittelt, so werden alle Farbangaben in Schwarz, Weiß und/oder Grau, soweit erforderlich, geändert und der Anmelder wird davon in Kenntnis gesetzt.

Wird die Wiedergabe der Marke auf anderem Wege als per Fax und in Schwarzweiß – einschließlich Grau – eingereicht, kann sie nicht in eine Marke in Farbe geändert werden, auch wenn die Schwarzweiß-Marke zusammen mit einem Farbanspruch, einer Farbangabe und/der einer Beschreibung mit Verweis auf Farben eingereicht wurde.

Es ist darauf hinzuweisen, dass Angaben wie „transparent“, „ohne Farbe“ oder „farblos“ keine Farbangaben sind und nicht akzeptiert werden.. Zeigt die Wiedergabe einer Marke beispielsweise ein „farbloses“ Objekt aus Glas oder einem ähnlichen Material vor einem farbigen Hintergrund, ist die Beschreibung der Marke die geeignete Stelle, um zu erklären, dass das betreffende Objekt farblos ist und vor einem farbigen Hintergrund gezeigt wird, der nicht Teil der Marke ist.

Beispiele für Farbangaben (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 10 275 519</p> <p><u>Keine Farbangabe</u></p> <p>Keine Farbangabe erforderlich. Schwarz und Weiß können vom Anmelder jedoch als Farbanspruch geltend gemacht werden, wenn diese Farben als Merkmal der Marke betrachtet werden.</p>	
<p>UM 8 401 572</p> <p><u>Angabe der Farbe:</u> beige, blau, orange, braun, rot, rosa, gelb, schwarz, grün, kastanienbraun</p> <p>Schwarz ist anzugeben, wenn die Anmeldung für eine Marke in Farbe erfolgt und Schwarz nicht nur zur Kontrastierung oder Abgrenzung verwendet wird, d. h. wenn Schwarz auch für Schwanz, Auge, Nüstern und Ohren verwendet wird.</p>	

Beispiele für Farbangaben (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 10 456 762</p> <p><u>Keine Farbangabe</u></p> <p>Keine Farbangabe erforderlich. Schwarz, weiß und grau können jedoch als Farbanspruch gelten gemacht werden, wenn diese Farben als Merkmal der Marke betrachtet werden.</p>	
<p>UM 9 732 793</p> <p><u>Angabe der Farbe:</u> Rot, orange, gelb, mintgrün, meergrün, blau, violett, rosa</p> <p>Schwarz sollte in dieser Anmeldung als Farbanspruch geltend gemacht werden, da es sich hierbei um eine Marke in Farbe handelt und Schwarz zu anderen Zwecken als zur Kontrastierung oder Abgrenzung verwendet wird, d. h. für die Buchstaben.</p>	
<p>UM 10 336 493</p> <p><u>Angabe der Farbe:</u> Dunkelviolet, blau, gelb, weiß, orange, rot und schwarz</p> <p>Schwarz wird als Farbanspruch geltend gemacht; dennoch würde das Amt die Farbangabe ohne Schwarz zulassen, da es nur zur Abgrenzung verwendet wird – als Einfassung der Worte „POP-UP!“</p>	

In Fällen, in denen die Farbangabe Informationen enthält, die nicht für dieses Feld, aber für ein anderes Feld der Anmeldung relevant sind, verschiebt das Amt den Text in das betreffende Feld. Beispiele hierfür sind Fälle, in denen die Farbangabe eine Beschreibung der Marke oder ein Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen enthält.

13 Markenbeschreibungen

Regel 3 Absatz 3 UMDV

Eine Beschreibung der Marke ist für Unionsmarkenanmeldungen mit der Markenart „Andere Marke“ obligatorisch. Dies liegt daran, dass eine Erläuterung der Bedeutung des Ausdrucks „Andere Marke“ erforderlich ist, um den Schutzbereich zu bestimmen (Festlegung der Beschaffenheit des Bestandteils, der geschützt werden soll). Fehlt die Beschreibung oder ist sie nicht eindeutig, so wird eine Mängelmitteilung übermittelt. Wird der Mangel nicht behoben, so wird die Marke zurückgewiesen.

Ebenso ist in Fällen, in denen Kombinationen von Farben per se angemeldet werden, die Angabe des Verhältnisses der Farben zu übermitteln.

Wortmarken können keine Beschreibung der Marke enthalten; ist eine Beschreibung enthalten, wird sie vom Amt entfernt und der Anmelder wird davon in Kenntnis gesetzt.

Für die übrigen Markenarten ist eine Markenbeschreibung nicht obligatorisch; sie kann aber von Nutzen sein, indem sie dem Amt hilft, die Beschaffenheit der Marke zu

bestimmen oder die Wiedergabe zu erläutern. Stimmt die Beschreibung nicht mit der Wiedergabe der Marke überein, wird der Anmelder aufgefordert, sie zu löschen oder zu ändern. Die Wiedergabe kann nicht geändert werden, damit sie mit der Beschreibung der Marke übereinstimmt.

Soll die Unionsmarkenanmeldung als Grundlage für eine internationale Anmeldung verwendet werden, sollte der Anmelder die Aufnahme einer Markenbeschreibung in seine Unionsmarkenanmeldung in Betracht ziehen, da eine Beschreibung in einigen Ländern ein Formerfordernis ist. Weitere Informationen zu internationalen Anmeldungen siehe die Richtlinien, Teil M, Internationale Marken.

In einer Markenbeschreibung kann lediglich beschrieben werden, was in der Wiedergabe der Marke zu sehen bzw. was bei einer Hörmarke zu hören ist. Nicht enthalten darf sie eine Auslegung dessen, was mit einer bestimmten Kombination von Buchstaben oder grafischen Elementen gemeint ist, was der Zeichner beabsichtigt hat oder einen Hinweis, dass die Marke nur in bestimmten Mitgliedstaaten verwendet werden soll usw. Ebenso wenig ist es möglich, in der Beschreibung der Marke anzugeben, dass die Marke beispielsweise die Farben Blau und Grün oder Rot und Gelb enthalten kann; die Beschreibung sollte entweder Blau/Grün oder Rot/Gelb angeben – d. h. das, was in der farbigen Wiedergabe der Marke zu erkennen ist.

Die Wiedergabe der Marke zusammen mit einer Beschreibung, sofern vorhanden, muss für das Amt ausreichend sein, um zu erkennen und zu verstehen, was eingetragen werden soll.

Besteht eine Marke aus bzw. enthält sie Buchstaben eines Nicht-EU-Alphabets, für das der Anmelder eine Transliteration oder eine Übersetzung zusammen mit einer Transliteration des Begriffs in der Beschreibung der Marke vorlegt, so ist dies zulässig.

Stimmt die Beschreibung der Marke nicht mit der Wiedergabe der Marke überein, übermittelt das Amt eine Mängelmitteilung, in der dem Anmelder eine Frist von zwei Monaten gesetzt wird, um den Mangel zu beheben. Wird der Mangel nicht behoben:

1. wird das Amt die Unionsmarkenanmeldung (für „Kombinationen von Farben **per se**“ und „Andere Marken“, die eine Markenbeschreibung zur Erläuterung des Schutzbereichs erfordern) zurückweisen;
2. wird das Amt die Beschreibung löschen (in allen anderen Fällen, da die Beschreibung nicht obligatorisch ist).

Wird eine Markenbeschreibung gelöscht, so wird der Anmelder davon in Kenntnis gesetzt. In keinem Fall kann die Wiedergabe der Marke geändert werden, damit sie mit der Beschreibung der Marke übereinstimmt.

Enthält die Beschreibung der Marke Informationen, die keine relevante Beschreibung sind, und sind die Informationen nicht für irgendein anderes Feld auf dem Anmeldeformular relevant (wenn der Text etwa eine Auslegung der Bedeutung bzw. Symbolik der Marke ist oder angibt, in welchen Mitgliedstaaten die Marke verwendet werden wird), löscht das Amt die Beschreibung der Marke und setzt den Anmelder davon in Kenntnis.


Enthält die Beschreibung der Marke Informationen, die keine relevante Beschreibung darstellen, aber für ein anderes Feld relevant sind, verschiebt das Amt den Text in das betreffende Feld..

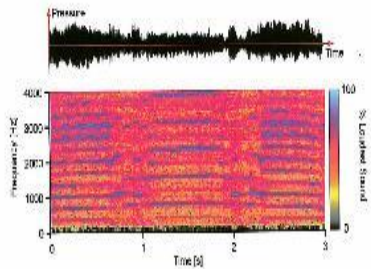

Beispiele hierfür sind Fälle, in denen Farben im Feld „Beschreibung der Marke“ angegeben werden; sie gelten als Farbangabe und werden in das relevante Feld für die Angabe der Farben eingegeben. Werden Waren und Dienstleistungen im Feld „Beschreibung der Marke“ statt im Feld für Waren und Dienstleistungen angegeben, löscht das Amt sie aus der Beschreibung der Marke, und wenn die Waren und Dienstleistungen nicht bereits in der Angabe abgedeckt sind, setzt das Amt den Anmelder davon in Kenntnis, dass er die Waren und Dienstleistungen hinzufügen darf.


Dieser Grundsatz findet entsprechende Anwendung in allen Fällen, in denen die erforderlichen Informationen über die Marke in das falsche Feld der Anmeldung eingegeben werden.

Eine Markenbeschreibung kann nach Einreichung der Marke geändert oder hinzugefügt werden, um eine genauere Beschreibung des Inhalts der Marke, z. B. die abgebildete Bewegung, sicherzustellen. Allerdings darf diese Änderung die Beschaffenheit der Marke nicht wesentlich verändern. Eine Änderung der Beschreibung nach der Eintragung ist nicht möglich.

Beispiele für zulässige Markenbeschreibungen (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM 1 915 248</p> <p><u>Art der Marke:</u> Bildmarke</p> <p><u>Beschreibung:</u> Besteht aus dem in Spezialbuchstaben geschriebenen Wort „ALBALUNA“, dessen „L“ die Profilansicht eines Mondviertels überlagert.</p>	
<p>UM 2 023 950</p> <p><u>Art der Marke:</u> Bildmarke</p> <p><u>Beschreibung:</u> Besteht aus dem in stilisierten roten Großbuchstaben geschriebenen Wort „AIA“ (mit einem roten Kreis über dem „I“) in einem weißen Oval, das durch einen rechteckigen grünen Rahmen begrenzt wird, das Ganze mit einem goldenen Rand versehen.</p>	
<p>UM 8 837 502</p> <p><u>Art der Marke:</u> Andere Marke (Positionsmarke)</p> <p><u>Beschreibung:</u> Die Positionsmarke besteht aus einem Logo, bestehend aus einem an den Ecken abgerundeten Rechteck mit umlaufendem hellen Rand und den nebeneinander angeordneten 2 Buchstaben „PP“ in heller Farbe vor dunklem Hintergrund, wobei das Logo auf einem Bildschirm während der Ausstrahlung einer Fernsehsendung oder eines sonstigen Programms in der oberen rechten Ecke auf dem Bildschirm angezeigt wird.</p>	

Beispiele für zulässige Markenbeschreibungen (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p style="text-align: center;">UM 6 453 104</p> <p><u>Art der Marke:</u> Dreidimensionale Marke</p> <p><u>Beschreibung:</u> Besteht aus der dreidimensionalen Darstellung einer Flasche, deren unten schmalerer Körper zur Mitte hin weiter wird. Diese Flasche hat eine besondere spiralförmige Verzierung in Form einer aus goldenen Punkten gebildeten Linie, die von goldenen Schmetterlingen unterbrochen wird; am Ende dieser Linie befinden sich vorn zwei rote Schmetterlinge, von denen der eine größerer und der andere kleinerer ist und die eine doppelte Umrandung in den Farben Schwarz und Gold haben. Unter diesen beiden Darstellungen ist in rot umrandeten weißen Großbuchstaben die Aufschrift „BELLAGIO“ zu lesen; noch weiter unten steht in Gold der Schriftzug „The Beautiful Life“. Die Flasche hat eine bordeauxrote Kapsel mit einigen goldenen Schmetterlingen darauf.</p>	
<p style="text-align: center;">UM 1 027 747</p> <p><u>Art der Marke:</u> Andere Marke (Positionsmarke)</p> <p><u>Beschreibung:</u> Roter Streifen, der in Längsrichtung eines Schuhs verläuft und teilweise den hinteren Bereich der Sohle und - ebenfalls teilweise - den hinteren Teil des Schuhs verdeckt. Etwaige Modellierungen, die auf der Sohle oder dem hinteren Teil des Schuhs zu erkennen sind, und/oder Ausführungsmerkmale sind nicht Bestandteil der Marke.</p>	
<p style="text-align: center;">UM 7 332 315</p> <p><u>Art der Marke:</u> Andere Marke (Kennfadenmarke)</p> <p><u>Beschreibung:</u> Die Marke kennzeichnet Rohre, Schläuche oder Strangprofile mit fortlaufenden, in gleichen Abständen auf der Außenseite des Rohres, Schlauches oder Strangprofils angebrachten, dünnen schwarzen Querstrichen, die zwischen zwei parallelen, in Längsrichtung des Rohres, Schlauches oder Strangprofils durchgehend verlaufenden roten Längsstreifen aufgetragen sind.</p>	

Beispiele für zulässige Markenbeschreibungen (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p style="text-align: center;">UM 2 818 334</p> <p><u>Art der Marke:</u> Andere Marke (Bewegungsmarke)</p> <p><u>Beschreibung:</u> Zwei Hände bilden ein "T", in dem von der Position des Betrachters aus die rechte Hand, flach ausgestreckt und mit den Fingerspitzen nach oben zeigend (so dass nur die schmale Handkante sichtbar ist), sich von der oberen linken Ecke des Bildes zur Mitte bewegt, während die linke Hand, ebenfalls flach ausgestreckt, mit den Fingerspitzen nach oben zeigend und von der Seite betrachtet, sich von der oberen rechten Ecke des Bildes zur Mitte bewegt; beide Hände treffen sich dann in der Mitte des Bildes, wobei die nach oben zeigenden Fingerspitzen der rechten Hand die Oberfläche der linken Hand etwa in der Mitte berühren; der Betrachter sieht somit eine Seitenansicht der sich abwärts bewegenden linken Hand, die auf den Fingerspitzen der sich aufwärts bewegenden rechten Hand zum Liegen kommt; als Ergebnis dieser Bewegung kann der Betrachter an dieser Stelle den Buchstaben "T" erkennen.</p>	
<p style="text-align: center;">UM 5 090 055</p> <p><u>Art der Marke:</u> Hörmarke</p> <p><u>Beschreibung:</u> Besteht aus dem Schrei der Phantasiefigur „TARZAN“, der sich in fünf verschiedene Phasen untergliedert, nämlich Halten des Tons, gefolgt von Geheul, danach Halten, jedoch mit höherer Frequenz, gefolgt von Geheul, anschließend Halten mit der Anfangsfrequenz, so wie es aus den Wiedergaben unten hervorgeht, wobei die obere Wiedergabe den Ausdruck eines Kurvenschreibers über die Dauer des Schreis, nämlich den normalisierten Tonumfang der Luftdruckwellenform darstellt, während die untere Wiedergabe ein normalisiertes Spektrogramm des Schreis ist, das aus einer dreidimensionalen Beschreibung des Frequenzinhalts (Farben wie dargestellt) gegenüber der Frequenz (vertikale Achse) über den Zeitraum des Schreis (horizontale Achse) besteht, siehe auch die Wiedergabe in der beigefügten elektronischen Tondatei.</p>	
<p><u>Art der Marke:</u> Bildmarke</p> <p><u>Beschreibung:</u> Besteht aus drei blauen Formen und drei roten Formen, die in die entgegengesetzte Richtung weisen (dies wäre nicht zulässig, weil es sich nicht um eine Beschreibung, sondern um eine Auslegung handelt).</p>	

Beispiel für eine Markenbeschreibung, die unzulässig wäre (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p><u>Art der Marke:</u> Bildmarke</p> <p>Beschreibung der Marke: Besteht aus zwei in die Luft greifenden Händen (dies wäre nicht zulässig, weil es sich nicht um eine Beschreibung, sondern um eine Auslegung handelt).</p>	

14 Disclaimer

Ein Disclaimer ist eine Erklärung des Anmelders, mit der er auf ein Ausschließlichkeitsrecht an einem nicht kennzeichnungskräftigen Bestandteil der Marke verzichtet. Ab dem 23.03.2016 können infolge der Änderungsverordnung keine Disclaimer mehr angemeldet werden und das Amt kann sie nicht länger verlangen.

Weitere Einzelheiten zu Disclaimern finden sich in den Richtlinien, Teil C, Abschnitt 2, Doppelte Identität und Verwechslungsgefahr, Kapitel 4, Vergleich von Zeichen.

15 Priorität (gemäß PVÜ)

Artikel 29 und 31 UMV
Regeln 6 und 9 UMDV
Beschluss Nr. EX-03-5 und Beschluss Nr. EX-05-05 des Präsidenten des Amtes

Das Prioritätsrecht hat die Wirkung, dass für die Bestimmung des Vorrangs von Rechten der Prioritätstag als Tag der Anmeldung der Unionsmarke gilt.

Erstmals festgelegt wurden die Prioritätsgrundsätze in der Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ) zum Schutz des gewerblichen Eigentums vom 20/03/1883, die mehrfach überarbeitet und zuletzt im Jahr 1979 geändert und von vielen Vertragsstaaten ratifiziert wurde. Artikel 4 dieser Übereinkunft – im Hinblick auf Marken – entspricht Artikel 29 UMV.

Die „Priorität gemäß PVÜ“ ist ein zeitlich befristetes Recht, das aus der ersten regulären Anmeldung einer Marke folgt. Unter regulärer nationaler Anmeldung ist jede Anmeldung zu verstehen, die zur Festlegung des Tages ausreicht, an dem sie in dem betreffenden Land eingereicht worden ist, „wobei das spätere Schicksal der Anmeldung ohne Bedeutung ist“ (Artikel 4 Absatz 3 der Pariser Verbandsübereinkunft). Es kann für einen Zeitraum von sechs Monaten nach der ersten Anmeldung geltend gemacht werden, sofern das Land der ersten Anmeldung Vertragspartei der Pariser Verbandsübereinkunft oder des Abkommens zur Errichtung der Welthandelsorganisation ist oder Gegenseitigkeit gewährt (siehe Regel 101 UMDV – Veröffentlichung der Gegenseitigkeit durch die Kommission).

Die nachfolgend aufgeführten Staaten und anderen Rechtsträger sind unter anderem weder Mitglieder eines der relevanten Übereinkommen, noch profitieren sie von Gegenseitigkeitsabkommen. Folglich werden Prioritätsansprüche, die auf Anmeldungen in diesen Ländern basieren, **zurückgewiesen**.

Unabhängige Staaten (nicht Vertragspartei von PVÜ, WTO-Abkommen oder Gegenseitigkeitsabkommen):

- Afghanistan (AF)
- Aruba (AW)
- Cook-Inseln (CK)
- Eritrea (ER)
- Äthiopien (ET)
- Kiribati (KI)
- Marshall-Inseln (MH)
- Mikronesien (Föderierte Staaten) (FM)
- Nauru (NR)
- Palau (PW)
- Somalia (SO)
- Tuvalu (TV)

Sonstige Rechtsträger (nicht Vertragspartei von PVÜ, WTO-Abkommen oder Gegenseitigkeitsabkommen):

- Abchasien (GE-AB)
- Amerikanisch-Samoa (AS)
- Anguilla (AI)
- Bermuda (BM)
- Kaiman-Inseln (KY)
- Falkland-Inseln (FK)
- Guernsey (Kanalinseln) (GG)
- Isle of Man (IM)
- Jersey (Kanalinseln) (JE)
- Montserrat (MS)
- Pitcairn (PN)
- St. Helena (SH)
- Somalia (SO)
- Turks- und Caicosinseln (TC)
- (Britische) Jungferninseln (VG).

Ein Prioritätsanspruch einer älteren Unionsmarke ist zulässig, wenn dieser Unionsmarke ein Anmeldetag zuerkannt wurde. Ein Prioritätsanspruch einer internationalen Eintragung ist unzulässig. Der Grund hierfür ist, dass der Grundsatz der ersten Anmeldung (Artikel 29 Absatz 4 UMV – siehe nachstehenden Abschnitt 15.1) Anwendung findet und der Prioritätsanspruch nur auf der entsprechenden Basismarke basieren kann.

Der Anmelder kann die Priorität einer oder mehrerer älterer Markenmeldungen beanspruchen, etwa einer nationalen (oder Benelux-) Anmeldung, die in oder für einen Staat eingereicht wurde, der Vertragsstaat der Pariser Verbandsübereinkunft oder Mitglied der WTO ist oder für den die Kommission die Gegenseitigkeit bestätigt hat, oder für eine Unionsmarkenmeldung. Siehe Abschnitt 15.1 „Grundsatz der ersten Anmeldung“ für Informationen über Anmeldungen, die die Priorität von mehr als einer älteren Anmeldung in Anspruch nehmen.

Als prioritätsbegründend wird jede Anmeldung anerkannt, der nach dem innerstaatlichen Recht des Staates, in dem sie eingereicht worden ist, die Bedeutung einer vorschriftsmäßigen nationalen Anmeldung zukommt.

Prioritätsansprüche können entweder in der Anmeldung der Unionsmarke oder nach dem Einreichen der Anmeldung geltend gemacht werden. Im letzteren Falle ist binnen zwei Monaten ab dem Anmeldetag die Prioritätserklärung einzureichen, in der anzugeben ist, wann und in welchem Land die ältere Anmeldung erfolgte.

Die Inanspruchnahme kann implizit sein, und damit wird die Übermittlung der Prioritätsbelege (innerhalb der Frist von zwei Monaten) als Prioritätserklärung ausgelegt. Einfache Empfangsbescheinigungen, die das Land und den Tag der älteren Anmeldung(en) enthalten, sind zulässig.

Der Anmelder muss dem Amt binnen drei Monaten ab dem Eingang der Prioritätserklärung beim Amt das/die Aktenzeichen der älteren Anmeldung(en) nennen.

Wenn die betreffende Marke in Farbe ist, ist die Einreichung von Farbkopien der älteren Anmeldung(en) obligatorisch.

Eine Priorität wird anerkannt, wenn die folgenden Anforderungen erfüllt sind:

1. Bei den älteren Anmeldung(en) muss es sich um eine erste reguläre Anmeldung handeln („erste Anmeldung“);
2. die Marken in der älteren Anmeldung und der Anmeldung der Unionsmarke sind identisch;
3. die Waren oder Dienstleistungen sind identisch oder werden von denjenigen der älteren Anmeldung(en) umfasst (es ist ausreichend, wenn eine Ware oder Dienstleistung identisch ist);
4. der Inhaber ist derselbe;
5. der Anmeldetag der Unionsmarke liegt innerhalb der sechs Monate nach dem Tag der Einreichung der älteren Anmeldung;
6. der Prioritätsanspruch ist zusammen mit der Anmeldung oder binnen zwei Monaten nach dem Anmeldetag geltend zu machen.

Es ist möglich, sowohl Priorität als auch Zeitrang auf der Grundlage derselben älteren Anmeldung/Eintragung in Anspruch zu nehmen, wenn die erste Anmeldung rechtzeitig eingetragen wurde.

15.1 Grundsatz der ersten Anmeldung

Die ältere Anmeldung muss eine erste reguläre Anmeldung sein und darf nicht denselben Anmeldetag haben wie die Unionsmarkenanmeldung. Das Amt wird daher prüfen, i) ob in Bezug auf die ältere Anmeldung kein Prioritätsanspruch geltend gemacht wurde und ii) ob sich kein Zeitranganspruch hinsichtlich der Unionsmarkenanmeldung auf eine Marke bezieht, deren Einreichungsdatum vor dem Tag der Einreichung der Anmeldung(en) liegt, für die Priorität in Anspruch genommen wird.. Außerdem wird das Amt prüfen, ob die Unionsmarkenanmeldung spätestens sechs Monate nach Einreichung der früheren Anmeldung bzw. den früheren Anmeldungen eingereicht wird.

Wird die Priorität von mehr als einer älteren Anmeldung in Anspruch genommen, müssen die Waren und/oder Dienstleistungen, die von jeder dieser Anmeldungen abgedeckt werden, unterschiedlich sein, damit der Grundsatz der ersten Anmeldung erfüllt ist. Siehe nachstehend die Beispiele in Abschnitt 15.8.1.

15.2 Dreifache Identität

Das Amt prüft, ob die Unionsmarkenanmeldung und die Prioritätsbelege dieselbe Marke enthalten, sich auf denselben Anmelder beziehen und mindestens eine gemeinsame Ware oder Dienstleistung umfassen.

15.2.1 Identität der Marken

Das Amt und eine Reihe von Markenämtern der Europäischen Union haben sich im Rahmen des Europäischen Netzwerks für Marken und Geschmacksmuster auf eine gemeinsame Vorgehensweise bezüglich der Identität von in Schwarz und Weiß bzw. in Graustufen eingereichten Marken im Vergleich zu in Farbe eingereichten Marken verständigt. Die Ämter sind der Ansicht, dass die Mitteilung zur gemeinsamen Praxis die derzeitige Rechtsprechung widerspiegelt, wonach eine in Schwarz und Weiß bzw. in Graustufen eingereichte Marke zum Zweck der Beurteilung der Priorität nicht mit der gleichen Marke identisch ist, wenn diese in Farbe eingereicht wird, es sei denn, die Unterschiede hinsichtlich der Farbe bzw. Graustufen sind so geringfügig, dass sie vom Durchschnittsverbraucher möglicherweise völlig unbemerkt bleiben (Urteile vom 19/01/2012, T-103/11, Justing, EU:T:2012:19, § 24; vom 20/02/2013, T-378/11, Medinet, EU:T:2013:83; und vom 09/04/2014, T-623/11, Milanówek cream fudge, EU:T:2014:199). Ein geringfügiger Unterschied zwischen zwei Marken ist dann gegeben, wenn ein angemessen aufmerksamer Verbraucher diesen Unterschied nur dann bemerkt, wenn er die Marken nebeneinander legt und vergleicht.

Der vorstehend beschriebene Grundsatz gilt für alle Fälle, in denen Marken zur Prüfung von Prioritätsansprüchen miteinander verglichen werden. Soweit es sich um Wortmarken handelt, wird die angemeldete Marke in den meisten Fällen als mit der älteren Marke identisch angesehen, wenn sie sich lediglich in Bezug auf das Schriftbild unterscheidet oder wenn eine Marke in Großbuchstaben, die andere dagegen in Kleinbuchstaben wiedergegeben ist. Darüber hinaus wird eine Abweichung in der Zeichensetzung oder das Hinzufügen eines Leerzeichens zwischen zwei Wörtern normalerweise nicht dazu führen, dass die beiden Marken nicht dieselbe Identität besitzen (siehe Entscheidung vom 09/10/2012, R 797/2012-2 – Water Jel; Entscheidung vom 15/07/1998, R 10/1998-2 – THINKPAD).

Das Amt prüft aber auch die Markenart der älteren Anmeldung, da eine abweichende Markenart bedeuten kann, dass die Unionsmarkenanmeldung von der älteren Marke abweicht. Beispielsweise ist eine Bildmarke nicht identisch mit einer dreidimensionalen Marke oder einer Positionsmarke. Allerdings kann eine Wortmarke als mit einer Bildmarke identisch betrachtet werden, wenn in der Bildmarke die Standardschriftart verwendet wird (siehe nachstehend die Beispiele in Abschnitt 15.7.2).

Bei der Prüfung der Marken prüft das Amt auch Farbangaben in der älteren Anmeldung.

15.2.2 Identität der Waren und Dienstleistungen

Das Amt prüft, ob sich mindestens eine entsprechende Ware oder Dienstleistung in den Verzeichnissen befindet, die in der ersten Anmeldung und der Unionsmarkenanmeldung aufgeführt sind. Die Prüfung erstreckt sich weder auf alle in den Verzeichnissen aufgeführten Waren und Dienstleistungen, noch ist sie ausschließlich auf Klassennummern beschränkt.

15.2.3 Identität des Inhabers

Priorität kann vom Anmelder der ersten Anmeldung oder seinem Rechtsnachfolger in Anspruch genommen werden. In letzterem Fall muss der Rechtsübergang vor dem Anmeldetag der Unionsmarke erfolgt sein und müssen diesbezügliche Belege vorgelegt werden. Übertragen werden kann Prioritätsanspruch als solcher unabhängig davon, ob die erste Anmeldung als Ganzes übertragen wird. Priorität kann deshalb auch dann akzeptiert werden, wenn die Inhaber der Unionsmarkenanmeldung und des älteren Rechts unterschiedlich sind, vorausgesetzt, es wird ein Nachweis der Übertragung des Prioritätsanspruchs vorgelegt; in diesem Fall muss das Ausfertigungsdatum der Übertragung vor dem Anmeldetag der Unionsmarkenanmeldung liegen.

Tochter- oder Beteiligungsgesellschaften des Anmelders werden nicht als mit dem Anmelder der Unionsmarke identisch angesehen.

Gibt der Anmelder der ersten Anmeldung an, seinen Namen seit der ersten Anmeldung geändert zu haben, und reicht er die Unionsmarkenanmeldung unter seinem neuen Namen ein, wird der Anmelder als dieselbe Person angesehen.

Zur Unterscheidung zwischen einer Namensänderung und einem Rechtsübergang siehe die Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 3, Unionsmarken als Gegenstand des Vermögens, Kapitel 1, Übertragung.

15.3 Nichterfüllung der Prioritätsanforderungen

Erfüllt der Prioritätsanspruch keine der vorstehenden Anforderungen, wird der Anmelder aufgefordert, innerhalb der vom Amt gesetzten Frist den Mangel zu beheben oder eine Stellungnahme abzugeben.

Wenn keine Antwort eingeht oder die Mängel nicht fristgemäß behoben werden, setzt das Amt den Anmelder über den Rechtsverlust in Kenntnis und setzt ihm eine Frist von zwei Monaten, in der der Anmelder eine formale, anfechtbare Entscheidung über den Rechtsverlust beantragen kann.

Stellt der Anmelder fristgemäß einen förmlichen Antrag auf Entscheidung, trifft das Amt eine formale Entscheidung über den Rechtsverlust.

15.4 Nichtübermittlung der Prioritätsbelege

Werden die Prioritätsbelege nicht zusammen mit der Anmeldung übermittelt, prüft das Amt, ob die relevanten Informationen online verfügbar sind. Sind die für die Anerkennung des Prioritätsanspruchs erforderlichen Informationen nicht online verfügbar, übermittelt das Amt dem Anmelder ein Schreiben, in dem es diese Informationen anfordert. Dem Anmelder wird eine Frist von zwei Monaten gesetzt, um den Mangel zu beheben; in der Regel wird diese Frist nicht verlängert. Normalerweise wird die Mängelmitteilung vor Ablauf der ursprünglichen Frist zur Übermittlung der Prioritätsbelege (drei Monate ab dem Tag des Eingangs des Prioritätsanspruchs) versandt. In diesem Fall beginnt die zweimonatige Mängelfrist ab dem Tag, an dem die ursprüngliche Frist zur Übermittlung der Prioritätsbelege abläuft. Gemäß Beschluss Nr. EX-03-5 müssen keine beglaubigten Kopien eingereicht werden. Einfache Empfangsbescheinigungen, die nicht alle Informationen enthalten, die für die Prüfung

des Prioritätsanspruchs notwendig sind (z. B. enthalten sie nur Klassennummern für die Waren und Dienstleistungen der älteren Anmeldung und nicht die vollständige Fassung des Wortlauts unter Angabe aller Waren und Dienstleistungen), sind nicht zulässig.

15.5 Sprache der älteren Anmeldung

Ist die ältere Anmeldung nicht in einer der amtlichen Sprachen der EU abgefasst, räumt das Amt dem Anmelder eine Frist von drei Monaten für die Einreichung einer Übersetzung ein. Auf Antrag des Anmelders kann diese Frist verlängert werden. In diesem Fall ist eine Verlängerung um bis zu zwei Monate möglich.

15.6 Prüfung des Prioritätstags nach Änderung des Anmeldetags

Ist die Unionsmarkenanmeldung Gegenstand einer Änderung des Anmeldetags, muss das Amt prüfen, ob der neue Anmeldetag immer noch innerhalb des sechsmonatigen Zeitraums nach Anmeldung des Prioritätsanspruchs liegt.

15.7 Beispiele für Prioritätsansprüche

15.7.1 Erste Anmeldung

Im nachstehenden Beispiel ist der Prioritätsanspruch von mehr als einer älteren Anmeldung akzeptabel, da die von jeder dieser älteren Anmeldungen erfassten Waren unterschiedlich sind und daher das Prinzip der ersten Anmeldung erfüllt ist.

Erste Anmeldung	Land	Waren/Dienstleistungen	Eingereichte UM	Waren/Dienstleistungen
6. April	Italien	Parfümeriewaren	11. September	Parfümeriewaren, Taschen, Bekleidung
9. Mai	Deutschland	Taschen		
23. Mai	Spanien	Bekleidung		

Im nachstehenden Beispielfall wurden die beiden älteren Markenmeldungen für genau dieselben Waren eingereicht. Der auf der griechischen Anmeldung basierende Prioritätsanspruch ist zurückzuweisen, da die Marke zuerst in Spanien angemeldet wurde; die griechische Anmeldung ist somit keine erste Anmeldung mehr.


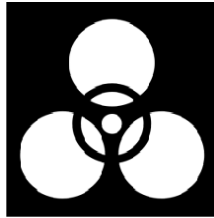


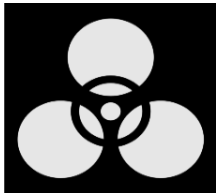

Erste Anmeldung	Land	Waren/Dienstleistungen	Eingereichte UM	Waren/Dienstleistungen
6. April	Spanien	Käse, Wein		Käse, Wein
7. April	Griechenland	Käse, Wein	4. Oktober	Käse, Wein

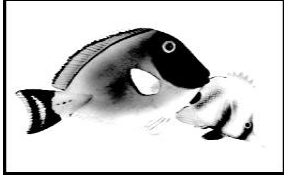
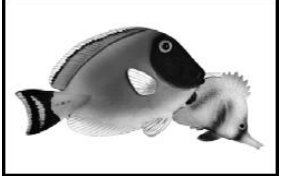


Im folgenden Beispiel ist die Inanspruchnahme der Priorität einer ersten Anmeldung in Somalia nicht möglich, da Somalia kein Mitgliedstaat der Pariser Verbandsübereinkunft oder der Welthandelsorganisation ist und kein durch die Europäische Kommission bestätigtes Gegenseitigkeitsabkommen unterzeichnet hat. Daher wird die erste Anmeldung in Italien für den Prioritätsanspruch berücksichtigt; die andere Anmeldung kann dagegen nicht berücksichtigt werden.





Erste Anmeldung	Land	Waren/Dienstleistungen	Eingereichte UM	Waren/Dienstleistungen
5. April	Somalia	Pkw, T-Shirts		Pkw, T-Shirts
7. Juli	Italien	Pkw, T-Shirts	2. Oktober	Pkw, T-Shirts

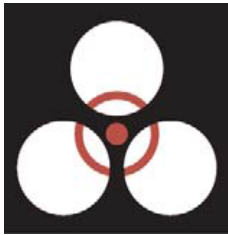

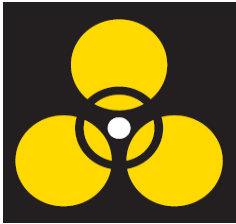





15.7.2 Vergleich der Marken



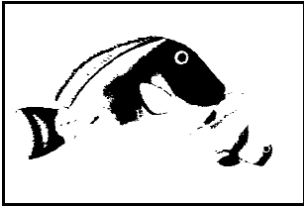
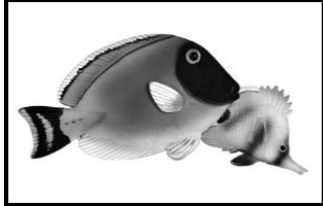
Die untenstehenden Beispiele betreffen Prioritätsansprüche, die im Rahmen der Beurteilung der Identität im Sinne der Formerfordernisse als zulässig oder nicht zulässig erachtet werden. Wie unter Punkt 15.2.1 oben erläutert, sind lediglich „geringfügige Unterschiede“ zwischen der UM-Anmeldung und der im Rahmen des Prioritätsanspruchs beanspruchten Marke zulässig, sofern diese Unterschiede nicht als Änderung der Bedeutung, der Aussprache und der optischen Wirkung der Marken betrachtet werden.

Beispiele für zulässige Prioritätsansprüche (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM-Anmeldung (Wortmarke) EVAL	Prioritätsanspruch (Wortmarke) EVAL
UM-Anmeldung (Wortmarke) Luna	Prioritätsanspruch (Wortmarke) <i>Luna</i>
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 

Beispiele für zulässige Prioritätsansprüche (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 

Beispiele für unzulässige Prioritätsansprüche (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM-Anmeldung (Farbe per se) 	Prioritätsanspruch (Farbe per se) 
UM-Anmeldung (Wortmarke) Chocolate Dream	Prioritätsanspruch (Wortmarke) Chocalate Dream
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 

Beispiele für unzulässige Prioritätsansprüche (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM-Anmeldung (Bildmarke)</p> 	<p>Prioritätsanspruch (Bildmarke)</p> 
<p>UM-Anmeldung (Bildmarke)</p> 	<p>Prioritätsanspruch (Bildmarke)</p> 
<p>UM-Anmeldung (Bildmarke)</p> 	<p>Prioritätsanspruch (Bildmarke)</p> 
<p>UM-Anmeldung (Bildmarke)</p> 	<p>Prioritätsanspruch (Bildmarke)</p> 





Beispiele für unzulässige Prioritätsansprüche (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM-Anmeldung (Bildmarke)</p> 	<p>Prioritätsanspruch (Bildmarke)</p> 
<p>UM-Anmeldung (Bildmarke)</p> 	<p>Prioritätsanspruch (Bildmarke)</p> 



Weitere Beispiele in Bezug auf Wortmarken (im Sinne der Formerfordernisse)			
Erste Marke	UM-Anmeldung	identisch	nicht identisch
Wortmarke Percy & Reed	Wortmarke Percy + Reed		X
Wortmarke Percy & Reed	Wortmarke Percy and Reed		X
Wortmarke Percy & Reed	Wortmarke Percy & Reed	X	
Wortmarke Percy & Reed	Wortmarke Percy & REED	X	
Wortmarke Percy & Reed	Wortmarke PERCY & REED	X	
Wortmarke Percy & Reed	Wortmarke <i>Percy & Reed</i>	X	
Wortmarke POPEYE	Wortmarke POPeYe	X	
Wortmarke POPEYE	Wortmarke PopEye	X	
Wortmarke POPEYE	Wortmarke POP-EYE	X	

Weitere Beispiele in Bezug auf Wortmarken (im Sinne der Formerfordernisse)			
Erste Marke	UM-Anmeldung	identisch	nicht identisch
Wortmarke: POPEYE	Wortmarke: POP EYE	X	
Wortmarke POPEYE®	Wortmarke POPEYE	X*	
Wortmarke: POPEYE	Wortmarke: POPEYEI?		X
Wortmarke: POPEYE	Wortmarke: POPEYES		X
Wortmarke POPEYE	Wortmarke POPEYE-	X	

* Die Symbole ™ und ® werden nicht als Teile der Marke angesehen.

Beispiele hinsichtlich der Identität zwischen Bildmarken im Vergleich zu Wortmarken (im Sinne der Formerfordernisse)			
Erste Marke	UM-Anmeldung	identisch	nicht identisch
Wortmarke Percy & Reed	Bildmarke Percy & Reed (Bildmarke in Standardschriftart)	X	
Wortmarke Percy & Reed	Bildmarke Percy & Reed (über mehrere Zeilen verteilte Wörter)		X
Wortmarke Percy & Reed	Bildmarke Percy & Reed (Farbanspruch)		X

Weitere Beispiele in Bezug auf Bildmarken (im Sinne der Formerfordernisse)			
Erste Marke	UM-Anmeldung	identisch	nicht identisch
			X
			X

Weitere Beispiele in Bezug auf Bildmarken (im Sinne der Formerfordernisse)			
Erste Marke	UM-Anmeldung	identisch	nicht identisch
		X*	
* Die Symbole ™ und ® werden nicht als Teile der Marke angesehen.			

15.7.3 Vergleich der Waren und Dienstleistungen

Das erste Beispiel ist die häufigste Situation: Die ältere Anmeldung entspricht vollständig der Unionsmarkenanmeldung.

Erste Anmeldung	Land	Waren und Dienstleistungen	Eingereichte UM	Waren und Dienstleistungen UM
5. April	Vereinigtes Königreich	Hüte, Schuhe	1. Oktober	Hüte, Schuhe

Im nächsten Beispiel sind beide Prioritätsansprüche zulässig, da Anmeldung Nr. XY 1234 die erste Anmeldung in Bezug auf „Pkw“ und Anmeldung Nr. XY 1235 die erste Anmeldung in Bezug auf „Flugzeuge“ ist.

Erste Anmeldung	Land	JP-Anmeldung Nr.	Waren und Dienstleistungen	Eingereichte UM	Waren und Dienstleistungen UM
5. April	Japan	XY 1234	Pkw		
5. April	Japan	XY 1235	Flugzeuge	2. Oktober	Pkw, Flugzeuge

Im nächsten Beispiel bezieht sich der Prioritätsanspruch auf „Hüte“ und „Schuhe“, die beide in der ersten Anmeldung und der Unionsanmeldung enthalten sind. Keine Priorität wird in Bezug auf „Taschen“ anerkannt.

Erste Anmeldung	Land	Waren und Dienstleistungen	Eingereichte UM	Waren und Dienstleistungen UM
5. April	Vereinigte Staaten	Pkw, Hüte, Schuhe	1. Oktober	Hüte, Schuhe, Taschen



Im letzten Beispiel wird Priorität für erste Anmeldungen in Frankreich, Kanada und China beansprucht. Die Unionsmarkenanmeldung wurde innerhalb von sechs Monaten nach jeder dieser ersten Anmeldungen eingereicht und die Prioritätsansprüche werden anerkannt, obwohl die kanadische Anmeldung in Bezug auf „Hüte“ keine erste Anmeldung darstellt („Hüte“ erscheinen in der französischen Anmeldung, die vorher eingereicht wurde). Nach dem Vergleich der Stichtage und der Verzeichnisse der

Waren und Dienstleistungen der drei Prioritäten werden die Prioritätsansprüche anerkannt.

Erste Anmeldung	Land	Waren und Dienstleistungen	Eingereichte UM	Waren und Dienstleistungen UM
5. April	Frankreich	Hüte, Schuhe		
6. April	Kanada	Pkw, Hüte, Bier	5. Oktober	
7. April	China	Wein, Telekommunikationsdienste		Hüte, Schuhe, Pkw, Bier, Wein, Telekommunikationsdienste

15.7.4 Prioritätsansprüche auf der Basis von Serienmarken

Eine Serie von Marken bedeutet eine Anzahl von Marken, die einander im Hinblick auf ihre wesentlichen Aspekte ähneln und sich nur hinsichtlich nicht kennzeichnungsstärkender Aspekte unterscheiden. Während die Verordnung über die Unionsmarke die Anmeldung von Serienmarken nicht erlaubt, sehen einige nationale Behörden (etwa im Vereinigten Königreich, in Australien, usw.) diese Möglichkeit vor; eine solche Serie von Marken, die in einer einzelnen Anmeldung eingereicht wird, kann eine Vielzahl an sehr ähnlichen Marken enthalten. Enthält die erste Anmeldung eine Serienmarke, wird sie zwei oder mehrere geringfügig unterschiedliche Markenwiedergaben aufweisen. Der Prioritätsanspruch ist zulässig in Bezug auf die eine Wiedergabe, die mit derjenigen, die die als Unionsmarke angemeldete Marke zeigt, identisch ist.

Beispiele für Prioritätsansprüche auf der Basis von Serienmarken		
Erste Anmeldung	UM	Prioritätsanspruch zulässig
Serie von Marken 		Ja
Serie von Marken Café@Home CAFÉ@HOME Café@Home CAFÉ@HOME	CAFÉ@HOME	Ja

15.7.5 Inanspruchnahme der Priorität bei dreidimensionalen Marken oder „anderen Marken“

Einige nationale Behörden für gewerblichen Rechtsschutz lassen die Einreichung von mehr als vier Wiedergaben im Falle von dreidimensionalen Marken oder anderen Marken nicht zu.

Wird in einer Unionsmarkenanmeldung die Priorität einer solchen ersten Anmeldung in Anspruch genommen und werden sechs (oder mehr, im Falle von „Andere Marken“) Abbildungen/Perspektiven der Marke zusammen mit der Unionsmarkenanmeldung eingereicht, so werden die betreffenden Marken dennoch als identisch angesehen,

wenn die Wiedergaben der ersten Anmeldung mit einem Teil dessen übereinstimmen, was für die Unionsmarkenanmeldung übermittelt wurde, und wenn das Objekt zweifelsfrei dasselbe ist.

15.7.6 Prioritätsansprüche im Zusammenhang mit Kollektivmarken

Die Priorität einer Kollektivmarke kann in Anspruch genommen werden, wenn eine Unionsindividualmarke angemeldet wird, und umgekehrt.

16 Ausstellungspriorität

Artikel 33 UMV Regel 7 UMDV

Die Ausstellungspriorität erfordert die Inanspruchnahme des Datums, an dem die in der Unionsmarkenanmeldung aufgeführten Waren oder Dienstleistungen unter der eingereichten Marke in einer amtlich anerkannten Ausstellung zur Schau gestellt wurden, als Prioritätstag. Der Anmelder kann die Ausstellungspriorität binnen sechs Monaten nach der ersten Zurschaustellung in Anspruch nehmen. Es sind Nachweise für die Zurschaustellung einzureichen.

Wie die „Priorität gemäß PVÜ“ kann die Ausstellungspriorität entweder in der Anmeldung oder nach Einreichung der Anmeldung einer Unionsmarke beansprucht werden. Will der Anmelder eine Ausstellungspriorität nach Einreichung der Anmeldung in Anspruch nehmen, so ist die Prioritätserklärung unter Angabe der Ausstellung und des Datums der ersten Zurschaustellung der Waren und Dienstleistungen innerhalb einer Frist von zwei Monaten nach dem Anmeldetag vorzulegen.

Der Anmelder muss dem Amt binnen drei Monaten nach Eingang der Prioritätserklärung eine von der Ausstellungsleitung ausgefertigte Bestätigung vorlegen. Aus der Bestätigung muss hervorgehen, dass die Marke tatsächlich für die Waren oder Dienstleistungen verwendet wurde. Ferner müssen darin das Datum der Ausstellungseröffnung und, sofern die erstmalige öffentliche Zurschaustellung nicht mit dem Eröffnungsdatum der Ausstellung übereinstimmt, das Datum der erstmaligen öffentlichen Zurschaustellung verzeichnet sein. Der Bestätigung muss ein Nachweis über die tatsächliche Benutzung der Marke mit ordnungsgemäßer Bestätigung der Ausstellungsleitung beigelegt sein.

Ein Prioritätsrecht kann nur eingeräumt werden, wenn die Anmeldung einer Unionsmarke innerhalb von sechs Monaten nach der erstmaligen Zurschaustellung auf einer für diese Zwecke anerkannten Ausstellung eingereicht wird, d. h. es muss sich um eine internationale Ausstellung im Sinne der Übereinkunft vom 22/11/1928 handeln. Derartige Ausstellungen sind sehr selten; die Zurschaustellung auf anderen – nationalen – Ausstellungen ist nicht durch Artikel 33 UMV geschützt. Die Ausstellungen sind auf der Website des Bureau International des Expositions in Paris einzusehen: <http://www.bie-paris.org/site/en>.

Im Hinblick auf die dreifache Identität der Marke, des Anmelders und des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen gelten dieselben Kriterien wie für die vorstehend in Abschnitt 15 genannten „Prioritäten gemäß PVÜ“.

Die Inanspruchnahme kann implizit sein. Befindet sich in der Anmeldung keine Angabe der Inanspruchnahme, wird die Übermittlung der Ausstellungsprioritätsbelege (innerhalb der Frist von zwei Monaten) als Prioritätserklärung ausgelegt.

17 Zeitrang

Artikel 34 UMV
Regeln 8 und 28 sowie Regel 96 Absatz 2 UMDV
Mitteilung Nr. 2/00, Beschluss Nr. EX-03-5 und Beschluss Nr. EX-05-5 des Präsidenten des Amtes

Der Inhaber einer in einem Mitgliedstaat, einschließlich des Benelux-Gebiets, oder einer mit Wirkung für einen Mitgliedstaat international registrierten älteren Marke, der eine identische Marke zur Eintragung als Unionsmarke für Waren oder Dienstleistungen anmeldet, die mit denen identisch sind, für welche die ältere Marke eingetragen ist, oder die von diesen Waren oder Dienstleistungen umfasst werden, kann für die Unionsmarkenanmeldung den Zeitrang der älteren Marke in Bezug auf den Mitgliedstaat, in dem oder für den sie eingetragen ist, in Anspruch nehmen.

Der Zeitrang hat die alleinige Wirkung, dass dem Inhaber der Unionsmarke, falls er auf die ältere Marke mit beanspruchtem Zeitrang verzichtet oder sie erlöschen lässt, weiter dieselben Rechte zugestanden werden, die er gehabt hätte, wenn die ältere Marke weiterhin eingetragen gewesen wäre.

Dies bedeutet, dass die Unionsmarkenanmeldung eine Konsolidierung älterer nationaler Eintragungen darstellt. Beansprucht ein Anmelder den Zeitrang einer oder mehrerer älterer eingetragener nationaler Marken und ist der Zeitranganspruch zulässig, kann der Anmelder sich dafür entscheiden, die älteren nationalen Eintragungen nicht zu verlängern, aber dennoch so gestellt zu sein, als ob die ältere Marke in denjenigen Mitgliedstaaten weiterhin eingetragen gewesen wäre, in denen die älteren Marken eingetragen waren.

Der Zeitrang gemäß Artikel 34 UMV ist zusammen mit der Anmeldung oder binnen zwei Monaten ab dem Anmeldetag der Unionsmarkenanmeldung in Anspruch zu nehmen. Die Belege zur Unterstützung der Inanspruchnahme sind binnen drei Monaten ab Inanspruchnahme vorzulegen. Der Zeitranganspruch kann implizit sein. Übermittelt der Anmelder binnen zwei Monaten ab dem Anmeldetag der Unionsmarkenanmeldung nur die Belege in Bezug auf die älteren Eintragungen, wird das Amt dies als Zeitranganspruch in Bezug auf diese älteren Eintragungen auslegen.

Der Zeitrang kann nicht nur für ältere nationale Eintragungen, sondern auch für eine internationale Eintragung mit Wirkung in einem EU-Mitgliedstaat beansprucht werden. Für eine ältere Unionsmarkeneintragung oder lokale Eintragungen kann kein Zeitranganspruch geltend gemacht werden, auch wenn das Hoheitsgebiet Teil der Europäischen Union ist (z. B. Gibraltar).

17.1 Harmonisierte Informationen zum Zeitrang

Um Zeitränge ordnungsgemäß verwalten zu können, müssen alle Zeiträngeinträge im System dasselbe Format haben wie das in den Datenbanken der nationalen Behörden verwendete Format.

Für eine bessere Harmonisierung zwischen dem Amt und den teilnehmenden Behörden für gewerblichen Rechtsschutz wurde eine Liste mit dem für Zeitrangseinträge erforderlichen Format erstellt (siehe Anhang 1). Diese Liste enthält eine Beschreibung des bzw. der bei jeder nationalen Behörde verwendeten Formats bzw. Formate, sofern dies festgelegt wurde.

Daher muss das Amt bei der Prüfung des Zeitrangs kontrollieren, ob das Format des Zeitrangs dem auf nationaler Ebene verwendeten Format entspricht.

17.2 Prüfung des Zeitrangs

Ein gültiger Anspruch muss folgende Angaben enthalten:

1. den Mitgliedstaat oder die Mitgliedstaaten der EU, in dem bzw. denen oder für den bzw. die die ältere Marke, für die der Zeitrang beansprucht wurde, eingetragen ist;
2. den Anmeldetag der betreffenden Eintragung;
3. die Nummer der betreffenden Eintragung;
4. die Waren und Dienstleistungen, für die die Marke eingetragen ist.

Gemäß Beschluss Nr. EX-05-5 vom 01/06/2005 ist der Inhaber nicht verpflichtet, eine Fotokopie der Eintragung vorzulegen, falls die benötigten Angaben online zur Verfügung stehen. Wird keine Fotokopie der Eintragung vorgelegt, sucht das Amt zunächst selbst nach den benötigten Angaben auf der entsprechenden Website, und nur, wenn die Angaben dort nicht zur Verfügung stehen, bittet es den Inhaber um eine Fotokopie in Form einer Mängelmitteilung. Gemäß Artikel 3 des Beschlusses Nr. EX-03-5 muss die Fotokopie der betreffenden Eintragung aus einer Kopie (einfache Fotokopie genügt) der Eintragungs- und/oder Verlängerungsurkunde, einem Registerauszug, einem Auszug aus dem relevanten nationalen Amtsblatt oder aus einem Datenbankauszug oder -ausdruck bestehen. Auszüge oder Ausdrücke aus privaten Datenbanken sind nicht zulässig. Beispiele für unzulässige Auszüge sind DEMAS, MARQUESA, COMPUSERVE, THOMSON, OLIVIA, PATLINK oder COMPUMARK, SAEGIS.

Der Zeitrang kann nur für eine ältere **Eintragung**, nicht für eine ältere Anmeldung beansprucht werden.

Das Amt muss prüfen, ob die ältere Marke zum Zeitpunkt der Einreichung der Unionsmarkenanmeldung eingetragen war und ob die ältere Eintragung zum Zeitpunkt der Geltendmachung des Anspruchs nicht erloschen war (zur Schutzdauer nationaler Marken siehe die Richtlinien, Teil C, Widerspruch, Abschnitt 1, Verfahrensfragen).

Wenn die ältere Eintragung zum Zeitpunkt der Geltendmachung des Anspruchs erloschen war, kann der Zeitrang nicht in Anspruch genommen werden, auch wenn das relevante nationale Markenrecht eine sechsmonatige Nachfrist für die Verlängerung vorsieht. Obwohl das nationale Recht einiger Länder eine „Nachfrist“ bei Nichtbezahlung der Verlängerung vorsieht, wird die Marke von dem Tag an, zu dem ihre Verlängerung fällig war, als nicht eingetragen betrachtet. Folglich ist der Anspruch nur zulässig, wenn der Anmelder nachweist, dass er die ältere(n) Eintragung(en) verlängert hat.

Der für die UM in Anspruch genommene Zeitrang erlischt, wenn die ältere Marke, deren Zeitrang in Anspruch genommen worden ist, für nichtig oder verfallen erklärt

wird. Wird die ältere Marke für verfallen erklärt, erlischt der Zeitrang, sofern der Verfall vor dem Anmeldetag oder dem Prioritätstag der Unionsmarke eintritt (Artikel 34 Absatz 3 UMV).

Im Zusammenhang mit einer **Erweiterung** der EU sind folgende Punkte zu beachten: Wurde eine nationale Marke eines neuen Mitgliedstaates oder eine internationale Eintragung mit Wirkung in einem neuen Mitgliedstaat vor Inanspruchnahme des Zeitrangs eingetragen, **kann der Zeitrang beansprucht werden, auch wenn der Prioritäts-, Anmelde- oder Eintragungstag der Unionsmarke**, auf die sich der Zeitranganspruch bezieht, **vor dem Prioritäts-, Anmelde- oder Eintragungstag der nationalen Marke bzw. der internationalen Eintragung mit Wirkung in dem neuen Mitgliedstaat liegt**. Die betreffende Unionsmarke ist in dem neuen Mitgliedstaat nämlich erst ab dem Tag des Beitritts wirksam. Die nationale Marke bzw. internationale Eintragung mit Wirkung in dem neuen Mitgliedstaat, für die Zeitrang beansprucht wird, ist daher „älter“ als die Unionsmarke im Sinne von Artikel 35 UMV, **vorausgesetzt**, die nationale Marke bzw. internationale Eintragung mit Wirkung in dem neuen Mitgliedstaat verfügt über einen Prioritäts-, Anmelde- oder Eintragungstag, der **vor dem Tag des Beitritts liegt**.

Beispiele für zulässige Zeitrangansprüche für neue Mitgliedstaaten			
UM	Anmeldetag	Land des Zeitranganspruchs	Anmeldetag des älteren Anspruchs
2 094 860 TESTOCAPS	20.2.2001	Zypern	28.2.2001
2 417 723 PEGINTRON	19.10.2001	Ungarn	8.11.2001
352 039 REDIPEN	2.4.1996	Bulgarien	30.4.1996
7 037 307 HydroTac	17.7.2008	Kroatien	13.10.2009

Erläuterung: Obwohl der Anmeldetag der Unionsmarke vor dem Anmeldetag der Marke liegt, für die der Zeitrang beansprucht wird, kann der Zeitrang in allen Fällen für jede nationale Marke, die vor dem Tag des Beitritts eingereicht wurde, beansprucht werden, da alle betroffenen Länder nach dem Anmeldetag der Unionsmarke der Europäischen Union beigetreten sind (d. h. Zypern und Ungarn am 01/05/2004 und Bulgarien und Rumänien am 01/01/2007) und der Schutz der Unionsmarkenanmeldung in diesen Mitgliedstaaten von diesem Tag an wirksam ist.

Ist der Zeitranganspruch in Ordnung, lässt das Amt ihn zu und unterrichtet – nach Eintragung der Unionsmarkenanmeldung – die für den gewerblichen Rechtsschutz zuständige Zentralbehörde des betreffenden Mitgliedstaats (Regel 8 Absatz 3 UMDV).

Der Zeitrang kann auch nach Eintragung der Unionsmarke gemäß Artikel 35 UMV beansprucht werden. Weitere Einzelheiten siehe die Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 1, Änderungen in einer Eintragung.

17.3 Identität der Marken

Die Prüfung von Zeitrangansprüchen beschränkt sich auf Formalien und das Erfordernis der Identität der Marken (siehe Mitteilung Nr. 2/00 des Präsidenten vom 25/02/2000).

Im Hinblick auf das Erfordernis der dreifachen Identität (gleicher Inhaber, gleiche Marke, gleiche Waren und Dienstleistungen) obliegt es dem Anmelder, darauf zu

achten, dass diese Erfordernisse erfüllt werden. Das Amt wird lediglich prüfen, ob die Marken die gleichen sind.

Der Vergleich der Markenwiedergaben zum Zweck der Prüfung von Zeitrangansprüchen ist identisch mit dem Vergleich zum Zweck der Prüfung von Prioritätsansprüchen, der oben unter Abschnitt 15.2.1 näher ausgeführt wird.

17.4 Waren und Dienstleistungen

Anmelder können einen Zeitrang für einen Teil der Waren und Dienstleistungen der älteren Eintragung(en) beanspruchen. In der Praxis wird der Zeitrang insoweit anerkannt, als die Waren oder Dienstleistungen der Unionsmarkenanmeldung sich mit denen in der Eintragung, auf die der Anspruch gestützt wird, überschneiden. Der Anmelder muss diese Waren und Dienstleistungen nicht im Einzelnen angeben. Es reicht vielmehr aus, einfach insoweit Anspruch auf „den Zeitrang für alle in der älteren Marke zu findenden Waren [zu erheben], als diese in der Anmeldung enthalten sind“ (allgemeiner Zeitranganspruch).

17.5 Behandlung von Mängeln im Zusammenhang mit der Prüfung des Zeitrangs







Wenn der Anspruch nicht gültig ist, die ältere Eintragung nicht mit der Unionsmarkenanmeldung identisch ist, der Zeitranganspruch nicht fristgemäß geltend gemacht wurde (d. h. nach Ablauf der zweimonatigen Frist nach Einreichung der Unionsmarkenanmeldung) oder die Zeitrangbelege nicht zulässig sind und die entsprechenden Informationen online nicht verfügbar sind, versendet das Amt eine Mängelmitteilung.

Werden die Mängel nicht innerhalb der vom Amt gesetzten Frist behoben, so wird der Anmelder schriftlich über den Rechtsverlust unterrichtet. Gleichzeitig wird der Anmelder davon in Kenntnis gesetzt, dass er binnen zwei Monaten nach Eingang der Mitteilung des Rechtsverlusts eine formale Entscheidung beantragen kann.

Stellt der Anmelder fristgemäß einen förmlichen Antrag auf Entscheidung, trifft das Amt eine formale Entscheidung über die Zurückweisung des Zeitranganspruchs.

17.6 Beispiele für Zeitrangansprüche

Beispiel für einen zulässigen Zeitranganspruch (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM-Anmeldung (Wortmarke) CELOTAPE	Zeitranganspruch (Wortmarke) Celotape
UM-Anmeldung (Wortmarke) Daisys Gingerbread	Zeitranganspruch (Wortmarke) Daisy's Gingerbread

Beispiele für unzulässige Zeitrangansprüche (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM-Anmeldung: 9 817 735 (Bildmarke)	Zeitranganspruch (Bildmarke)
	
UM-Anmeldung (Wortmarke) Great changes in education PLC	Zeitranganspruch (Wortmarke) Grate changes in education PLC
UM-Anmeldung 8 786 485 (Bildmarke)	Zeitranganspruch (Bildmarke)
	
UM-Anmeldung 14 061 881 (Bildmarke)	Zeitranganspruch (Bildmarke)
	

Siehe vorstehend in Abschnitt 15.7.2 Beispiele für zulässige und unzulässige Zeitrangansprüche.

18 Umwandlung gemäß dem Madrider Protokoll

Umwandlung ist ein rechtliches Instrument, das in das Madrider Protokoll aufgenommen wurde, um die Folgen der fünfjährigen Abhängigkeitsfrist zwischen der internationalen Eintragung und der Basismarke abzumildern. Wird eine internationale Eintragung mit Benennung der EU auf Antrag des Ursprungsamtes in Bezug auf alle oder einige der Waren und Dienstleistungen gelöscht, kann der Inhaber der internationalen Eintragung eine Unionsmarkenanmeldung zur Eintragung derselben Marke in Bezug auf die gelöschten Waren und Dienstleistungen einreichen. Diese Anmeldung wird so behandelt, als sei sie am Tag der Benennung der EU in der internationalen Eintragung eingereicht worden, und erhält gegebenenfalls dieselbe

Priorität. Weitere Informationen über die Umwandlung gemäß dem Madrider Protokoll siehe die Richtlinien, Teil M, Internationale Marken.

19 Änderungen an der Unionsmarkenanmeldung

Artikel 43 und 44 UMV
Regel 3 und Regel 13 Buchstabe a UMDV

Der Anmelder kann seine Anmeldung jederzeit zurücknehmen oder das in der Anmeldung enthaltene Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen einschränken. Sonstige Änderungen sind nur vorgesehen, um bestimmte Fehler zu berichtigen.

Alle Änderungen, die taggleich mit der Einreichung der Unionsmarkenanmeldung beantragt werden, sind zulässig.

Dieser Teil der Richtlinien beschreibt nur die Praxis des Amtes im Hinblick auf Änderungen der Markenwiedergabe. Weitere Informationen über die Zurücknahme oder Einschränkungen siehe die Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 1, Verfahren.

19.1 Änderungen an der Wiedergabe der Marke

Die Praxis des Amtes in Bezug auf Änderungen der Markenwiedergabe ist sehr streng. Die beiden Bedingungen, unter denen eine Änderung der Marke nach der Einreichung erlaubt ist, sind kumulativ:

- Der Fehler muss offensichtlich sein **UND**
- die Änderung darf die Marke in der eingereichten Form nicht wesentlich verändern.

Auch wenn die Änderung nicht wesentlicher Natur ist, wird das Amt die Änderung nicht zulassen, wenn der Fehler nicht offensichtlich ist.

In Fällen, in denen die gewünschte Positionierung einer Marke nicht offensichtlich ist, muss in der Wiedergabe der Marke die korrekte Position enthalten sein, indem das Wort „oben“ zur Wiedergabe des Zeichens hinzugefügt wird. Wird die Anmeldung auf elektronischem Wege eingereicht, kann die ungewöhnliche Positionierung in der Beschreibung der Marke angegeben werden.

In Fällen, in denen die gewünschte Positionierung einer Marke nicht offensichtlich ist (z. B. eine Marke, die ein Wortelement enthält, wird in vertikaler Position eingereicht) und sich in der Anmeldung keine Angabe der beabsichtigten Positionierung befindet, wird dem Anmelder erlaubt, die Position der Marke auf Antrag zu ändern. Der Grund hierfür ist, dass die ungewöhnliche Positionierung der Marke als offensichtlicher Fehler betrachtet wird.

Wird ein Prioritäts- oder Zeitranganspruch zeitgleich mit der Unionsmarkenanmeldung eingereicht, kann ein offensichtlicher Fehler durch einen Vergleich der „korrekten“ Marke des Anspruchs mit der Marke in der Unionsmarkenanmeldung nachgewiesen werden. Wird der Prioritäts- oder Zeitranganspruch jedoch erst nach der Unionsmarkenanmeldung eingereicht, können keine Nachweise dieser Ansprüche berücksichtigt werden.

Ist der Fehler offensichtlich, so ist die Marke alsdann anhand des nächsten Kriteriums zu beurteilen, d. h. im Hinblick auf die Frage, ob die beantragte Änderung die Marke in ihrer eingereichten Form wesentlich verändert.

Beispiel für eine zulässige Änderung (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM 546 010 Als „TOPFLOW“ eingereichte Marke	Vorgeschlagene Änderung „TOP FLOW“
Im Anmeldeformular beanspruchte der Anmelder Priorität für die Marke „TOP FLOW“, was es offensichtlich erscheinen ließ, dass es sich um einen Druckfehler handelte. Die Änderung wird nicht als wesentliche Änderung der Marke betrachtet, da das Hinzufügen eines Leerzeichens zwischen die Worte „TOP“ und „FLOW“ keine Änderung der Bedeutung und Aussprache der Marke bewirkt und die optische Auswirkung der Änderung gering ist (siehe Entscheidung vom 05/08/2002, R 851/1999-2 –TOPFLOW).	

Beispiele für unzulässige Änderungen (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM 321 109 Als „RANIER“ eingereichte Marke	Vorgeschlagene Änderung „RAINIER“
Diese Änderung ist nicht zulässig, da die Berichtigung das Hinzufügen eines anderen Buchstaben („I“) beinhaltet, wodurch eine wesentliche Änderung der Marke in der eingereichten Form bewirkt würde. „RANIER“ und „RAINIER“ sind zwei unterschiedliche Wörter.	
UM 6 013 668 Als „ELECTROLITIC BOLUS“ eingereichte Marke	Vorgeschlagene Änderung „ELECTROLITYC BOLUS“
Diese Änderung ist nicht zulässig, da die korrekte englische Schreibweise dieses Wortes „ELECTROLYTIC“ ist. Folglich enthält die Marke in ihrer eingereichten Form einen falschen Buchstaben, während sich in dem Änderungsvorschlag zwei falsche Buchstaben befinden würden. Dies würde eine wesentliche Änderung der Marke bedeuten und ist deshalb unzulässig.	

Im Falle von Bildelementen können nur Elemente von geringer Bedeutung geändert werden, wobei dies von Fall zu Fall geprüft wird. Einer Bildmarke ein „frisches Aussehen“ zu verleihen (dies ist eine häufige Praxis in der Industrie, um das Erscheinungsbild einer Bildmarke von Zeit zu Zeit an aktuelle Design- und Modetrends anzupassen), ist nicht erlaubt.

UM 6 538 524 UM in der eingereichten Form	Vorgeschlagene Änderung
	
Der Anmelder reichte zusammen mit der Unionsmarkenanmeldung einen Prioritätsanspruch ein, aus dem hervorging, dass die erste Anmeldung aus der einzelnen Wiedergabe der Marke bestand. Außerdem enthielt die Unionsmarkenanmeldung eine Markenbeschreibung, in der die einzelne Wiedergabe beschrieben wurde und nicht die beiden eingereichten Bilder. Daher wurde der Fehler als offensichtlich betrachtet. Der Änderungsantrag wurde allerdings zurückgewiesen, da die Änderung im Vergleich zu dem, was eingereicht wurde, eine wesentliche Änderung der Marke bewirken würde.	

Ungeachtet der vorgenannten Grundsätze und Beispiele ist jede Änderung der Marke, die nach der Eintragung zulässig wäre, auch in Bezug auf eine Unionsmarkenanmeldung zulässig.

Zu Änderungen an einer eingetragenen Unionsmarke siehe die Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 1, Änderungen in einer Eintragung.

20 Umwandlung

Artikel 112 Absatz 1 und 113 Absatz 1 UMV Regel 44 Absatz 1 Buchstabe f UMDV

Der Anmelder einer Unionsmarke oder Inhaber einer eingetragenen Unionsmarke kann die Umwandlung seiner Unionsmarkenanmeldung oder eingetragenen Unionsmarke beantragen. Weitere Informationen über die Umwandlung siehe die Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 2, Umwandlung.

Anhang 1: Liste mit dem für Zeitrangeträge erforderlichen Format

Farbschlüssel	Registrierungsnummer	Bitte den vorgegebenen Buchstaben ergänzen	Nullen sind vorne hinzuzufügen, falls die Anzahl der Ziffern in der Registrierungsnummer kleiner ist als erwartet.
	Bitte gemäß/ wie Beispiel ausfüllen	Bitte ausfüllen, falls der Wert vorgegeben ist	
	Bitte das Jahr angeben	(vorläufig) frei gebliebene oder nicht definierte Felder	

AT

Beispiel: 0 0 0 2 9 1 A

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

AT: Auf die Zahl könnte ein Buchstabe folgen (A, B, C ..., der die erste, zweite ... teilweise Übertragung darstellt)

EE

Beispiel: 0 1 3 1 5

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

ES

Beispiel: M 0 0 0 0 3 6 5 B 1

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

Seit 10.03.1982

LV

Beispiel: M 1 0 1 2 6

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

Seit 1992

LV: Die ersten beiden Positionen müssen immer „M“ und ein Leerzeichen „ “ sein. Die nächsten beiden Positionen sind obligatorisch (Nullen müssen vorne angebracht werden, falls die Zahl aus weniger als zwei Ziffern besteht), gefolgt von einem Leerzeichen „ “. Die letzten 3 Positionen sind obligatorisch (Nullen müssen vorne angebracht werden, falls die Zahl aus weniger als 3 Ziffern besteht).

BG

Beispiel: B 0 0 0 0 3 6 5 5 Y A S T

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

BG: Falls vorhanden, weist der erste Buchstabe darauf hin, dass es sich im bulgarischen Register um einen „Spiegeleintrag“ handelt. In diesem Fall endet die Zahl dann auch mit „ST“ (das für „seniority“ (Zeitrang)) steht. Auf die Zahl könnten auch ein oder zwei Buchstaben vor den Buchstaben ST folgen: der Buchstabe „Y“ wurde bis 1999 zur Unterscheidung von Marken verwendet, die nur für Dienstleistungen benutzt wurden, UND/ODER der Buchstabe A, B, C, D ... , der auf auf eine teilweise Übertragung der Marke hinweist.

ES: Die erste Position muss immer e in „M“ sein. Die nächsten obligatorischen sieben Ziffern stehen für die Registrierungskennung (Nullen müssen vorne angebracht werden, wenn die Zahl aus weniger als sieben Ziffern besteht), gefolgt von einem Buchstaben „B“, „C“, „D“ ... und einer Zahl, falls vorhanden, die im Fall einer teilweisen Übertragung / Teilung verwendet werden.

MT

Beispiel: 4 5 6 8

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

PL

Beispiel: 1 7 4 8 4 6

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

Seit 05/1900

Seit 28.12.1918

BX

Beispiel: 1 9 2 8 6 9 7

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

FI: Auf die Zahl könnte ein Buchstabe folgen (A, B, C ..., der die erste, zweite, dritte ... teilweise Übertragung/Teilung darstellt)

PL: Es darf nur die Zahl erscheinen (Buchstaben oder Schriftzeichen dürfen NICHT berücksichtigt werden)

CY

Beispiel: 6 5 3 1 4

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

Seit 1971

FR

Beispiel: 1 8 5 8 0 0 4

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

Von 1976 bis 1991 und ab 2000

PT

Beispiel: 5 5 1 1 1

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

CZ

Beispiel: 6 1 3 1 5 9 A

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

FR

Beispiel: 9 2 4 5 6 8 0 1

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

Von 1992 bis 1999

RO

Beispiel: 0 4 8 9 0 3 A

Position: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

CZ: Auf die Zahl könnte ein Buchstabe folgen (A, B, C ..., der die erste, zweite, dritte ... teilweise Übertragung darstellt)

FR: Zwei obligatorische Positionen, die für das Jahr „JJ“ stehen, gefolgt von 6 obligatorischen Ziffern

RO: Falls vorhanden, dürfen die ersten beiden Positionen (eine Ziffer und/oder ein Buchstabe „R“, z. B. „2R“) NICHT berücksichtigt werden. Auf die Zahl könnte ein Buchstabe folgen (A, B, C ..., der die erste, zweite, dritte ... teilweise Übertragung darstellt)

DE Beispiel **DD 6 5 2 3 8 4**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
Nur in der ehemaligen DDR verwendet


DE: Die ersten beiden Positionen müssen immer zwei „D“ sein, gefolgt von den Ziffern in der Zahl.

GB Beispiel **4 1 1 0 0 2 3 A**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

GB: Auf die Zahl könnte ein Buchstabe folgen (A, B, C ..., entsprechend der Anzahl der Teile; dieser wird im Fall einer Teilung der Identifizierungsnummer verwendet).

SE Beispiel **6 9 2 5 6 6**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
SI Beispiel **9 9 7 5 6 8 0**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
Bis 1999

SI: zwei obligatorische Ziffern, die für das Jahr der Registrierung stehen („JJ“), gefolgt von der Zahl (ein Wert größer oder gleich 70000).

DE 
 Beispiel **6 1 3 5 2 3**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
 Beispiel **3 9 5 0 1 3 2 5**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

DE: Die erste Position muss immer eine „3“ sein. Die nächsten obligatorischen 2 Positionen stehen für das Jahr „JJ“, gefolgt von 5 obligatorischen Ziffern (Nullen müssen vorne angebracht werden, falls die Zahl aus weniger als fünf Ziffern besteht). Falls die Zahl mit einem „Punkt“ und einer „Zahl“ endet, sind beide zu löschen.


GR Beispiel **2 5 1 1 1 2**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

HR 
 Beispiel **Z 9 5 0 0 3 2**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
Bis 2000
 Beispiel **Z 2 0 0 0 1 0 2 2**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
Ab 2000


HR: Die erste Position muss immer ein „Z“ sein, die nächsten obligatorischen Positionen stehen für das Jahr (2 oder 4 Ziffern), gefolgt von 4 obligatorischen Ziffern.

SI Beispiel **2 0 0 0 8 5 6 8 0**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
Seit 2000

SI: Vier obligatorische Ziffern, die für das Jahr der Registrierung stehen („JJJJ“), gefolgt von der Zahl (ein Wert größer oder gleich 70000).

DE 
 Beispiel **3 0 2 0 1 1 0 1 3 3 6 0**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

DE: Die ersten 2 Positionen müssen immer eine „3“ und eine „0“ sein. Die nächsten obligatorischen 4 Positionen stehen für das Jahr „JJJJ“, gefolgt von 6 obligatorischen Ziffern (Nullen müssen vorne angebracht werden, falls die Zahl aus weniger als sechs Ziffern besteht). Falls die Zahl mit einem „Punkt“ und einer „Zahl“ endet, sind beide zu löschen.

HU 
 Beispiel **0 2 0 8 6 9**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

IE Beispiel **7 7 0 8 6 9 B**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13
Seit 1989

IE: Auf die Zahl könnte ein Buchstabe folgen.

SK Beispiel **1 3 3 1 9 6 F**
 Position 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13

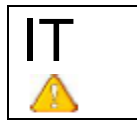
SK: Auf die Zahl könnte ein Buchstabe folgen (A, B, C ..., der die erste, zweite ... teilweise Übertragung darstellt)



Beispiel
Position

V	R	2	0	1	0								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	

Seit 1894



Beispiel
Position

0	0	0	1	3	7	5	2	6	2				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	

Seit 10/1993



Beispiel
Position

3	4	6	8	8	A								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	

Seit 10/1993

INTERNATIONALE REGISTRIERUNG – WIPO



Beispiel
Position

0	1	6	5	7	1	2	B						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	

DK: Die ersten 3 Positionen müssen immer „VR“ (eingetragene individuelle Marke), „VG“ (registrierte ordnungsgemäße Marke nach dem alten Recht) oder „FR“ (eingetragene Kollektivmarke) UND ein Leerzeichen „ “ sein. Die nächsten obligatorischen vier Positionen stehen für das Jahr „JJJ“, gefolgt von einem Leerzeichen „ “, gefolgt von 5 obligatorischen Ziffern (Nullen müssen vorne angebracht werden, falls die Zahl aus weniger als fünf Ziffern besteht).

LT: Auf die Zahl könnte ein Buchstabe folgen (A, B, C ..., der die erste, zweite ... teilweise Übertragung darstellt)

Falls vorhanden, dürfen die ersten beiden Positionen (eine Ziffer und/oder ein Buchstabe „R“, z. B. „2R“) NICHT berücksichtigt werden. Auf die Zahl könnte ein Buchstabe A, B, C ... folgen, der darauf hinweist, dass die IR teilweise übertragen wurde („Teilabtretung“ in der Sprache des Madrider Abkommens)