

Basisinformation Design Austria

18

Europäische Gemeinschaftsmarke (Marken und Designs)

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt

Inhalt

Was ist eine Marke?

Wo – was – wer?

Registrierungsverfahren

Kosten – Dauer – Rechte

Vorteile einer Gemeinschaftsmarke

Internationaler Schutz

verfasst von
Geoffrey Adams und
Mag. Severin Filek

0. Die Europäische Gemeinschaftsmarke – wie und warum man sie nützen sollte

Seit April 1996 ist es möglich, mit einer einzigen Anmeldung eine Markenregistrierung zu erlangen, die im gesamten Gebiet der Europäischen Union einheitlichen Schutz bietet.

Der nationale Markenschutz beschränkt sich auf den Wirtschaftsmarkt eines einzigen Landes. Die Europäische Gemeinschaftsmarke bietet Schutz für den gesamten Markt der Europäischen Union. Der internationale Markenschutz bietet die Möglichkeit, auch außerhalb der Staaten der Europäischen Gemeinschaft Schutz zu erlangen.

Eine Registrierung auf nationaler Ebene bedingt die gesonderte Anmeldung einer Marke für jedes einzelne Land, in dem man Schutz erlangen will. Die internationale Registrierung ermöglicht die Erlangung von Schutzrechten für alle Länder des Madrider Markenabkommens und des dazugehörigen Protokolls. Dies setzt die Anmeldung bei der World Property Organization, einer UNO-Organisation mit Sitz in Genf, voraus. Wichtige Handelspartner der Europäischen Union wie die USA und Japan sind keine Mitglieder des Madrider Markenabkommens.

Die Europäische Gemeinschaftsmarke bietet den Vorteil eines einheitlichen Markenschutzes in allen Ländern der Europäischen Union durch ein einmaliges Anmeldeverfahren beim Harmonisierungsamt.

1. Was ist eine Marke?

Eine Marke ist ein Zeichen, durch das sich die Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von jenen eines anderen Unternehmens unterscheiden.

Eine Marke, die den Richtlinien der Europäischen Gemeinschaftsmarke entspricht, muss zwei Bedingungen erfüllen: sie muss grafisch darstellbar sein, und sie muss von anderen unterscheidbar sein. Sie kann aus folgenden Elementen bestehen: Wörtern (frei erfunden oder Bestandteil einer Sprache), Namen, Signaturen, Akronymen, Slogans, Logotypen, Symbolen oder einer Kombination selbiger. Neueste Entwicklungen in der Gesetzgebung sehen vor, dass eine Marke auch dreidimensional sein kann (z.B. die äußere Form der Ware oder deren Verpackung); auch Farben oder sogar Ton oder Geruch können Teil der Marke sein, vorausgesetzt, sie lassen sich grafisch darstellen.

Die Gemeinschaftsmarke gibt dem Inhaber das Recht, im Bereich der Europäischen Union (EU) und der Teilnehmerstaaten am Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) Dritten die Verwendung identischer oder ähnlicher Markenzeichen zu untersagen, wenn der Markeninhaber nicht vorher seine ausdrückliche Zustimmung zu einer solchen Verwendung erteilt hat.

In den Mitgliedstaaten der EU gibt es über drei Millionen registrierte Handelsmarken. Der Schutz einer Marke verleiht ihr auch Glaubwürdigkeit.

1.1. Wo wird sie angemeldet?

Anmeldungen für eine Gemeinschaftsmarke können direkt beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt eingereicht werden:

Office for Harmonisation in the Internal Market

Avenida de Aguilera 20

E-03080 Alicante

Spanien

T (0034-96) 513 91 00

F (0034-96) 513 91 73

Die Anmeldung kann auch auf elektronischem Weg erfolgen. Alternativ dazu ist es nach wie vor möglich, die Anmeldung über das staatliche Patentamt des jeweiligen EU-Mitgliedslandes einzureichen.

1.2. Was ist einzureichen?

Den Schutz der Europäischen Gemeinschaftsmarke erlangt man durch die Registrierung im Markenregister des Harmonisierungsamtes. Die Anmeldung, Übertragung oder das Auslaufen einer Marke hat immer für den gesamten EU-Raum Gültigkeit. Der europäische Markenschutz gilt für jeweils 10 Jahre und kann unbegrenzt verlängert werden, vorausgesetzt, dass die Marke auch weiterhin verwendet wird.

Da es sich um ein grafisch darstellbares Zeichen handelt, kann die Europäische Gemeinschaftsmarke folgendes beinhalten:

- Wörter: sowohl erfundene als auch solche, die einer bekannten Sprache angehören (in letzterem Fall dürfen sie nicht einfach nur Gattungsbegriffe der betreffenden Sprache für die Waren und Dienstleistungen sein, auf die sich die Marke bezieht)
- Namen und Vornamen
- Unterschriften
- Buchstaben und Zahlen
- Anfangsbuchstaben, Buchstabenkombinationen, Zahlen und Zeichen sowie Logos
- Slogans

- Designs, Zeichnungen und Piktogramme
- Personenporträts
- Kombinationen von Wörtern und grafischen Zeichen sowie komplexe Zeichenverbindungen verbaler und grafischer Elemente, z.B. Logotypen
- dreidimensionale Handelsmarken, z.B. die Form von Waren oder ihrer Verpackung
- Farben und Farbkombinationen
- Tonmarken, insbesondere Melodien

Die Anmeldung erfolgt auf einem eigenen Formular des Harmonisierungsamtes, auf dem die Kategorie(n) der zu schützenden Waren und/oder Dienstleistungen anzugeben ist/sind. Das Formular ist zusammen mit einer Reproduktion der Marke einzureichen; außerdem sind bestimmte Gebühren zu bezahlen (siehe unten). Die Anmeldung kann in jeder offiziellen EU-Sprache erfolgen. Wenn jedoch nach der Registrierung der Marke Probleme auftreten, findet jede weitere Kommunikation in einer der fünf Arbeitssprachen des Harmonisierungsamtes (Englisch, Französisch, Deutsch, Italienisch und Spanisch) statt, wobei es in der Verantwortung des Harmonisierungsamtes liegt, Übersetzungen im Übersetzungszentrum der EU durchführen zu lassen.

1.3.

Wer kann einreichen?

Jeder Markeninhaber, der Staatsbürger eines Mitgliedslandes der WTO (World Trade Organization) oder der Pariser Konvention für den Schutz von geistigem Eigentum ist, kann um eine Gemeinschaftsmarke ansuchen. Er muss daher nicht unbedingt Bürger eines Mitgliedsstaates der Europäischen Union sein. Die Anmeldung erfolgt direkt durch den jeweiligen Markeninhaber. Staatsbürger ohne festen Wohnsitz innerhalb der EU müssen jedoch einen autorisierten Vertreter (z.B. einen Rechtsanwalt oder Patentanwalt) namhaft machen. Auch EU-Staatsbürger können sich auf diese Weise vertreten lassen, falls im Anmeldeverfahren oder zu einem späteren Zeitpunkt irgendwelche Komplikationen oder Probleme auftreten.

2.

Registrierungsverfahren

Die Anmeldung kann direkt erfolgen: entweder persönlich am Hauptsitz des Harmonisierungsamtes oder über den Postweg, per Fax oder E-mail. Indirekt ist die Anmeldung über das jeweilige staatliche Patentamt möglich. Bei nationalen Einreichungen gilt das Datum des Einlangens der Anmeldung beim Harmonisierungsamt.

Nach Erhalt der Anmeldung führt das Harmonisierungsamt eine erste Prüfung durch, um festzustellen, ob keine unmittelbaren Gründe für eine Ablehnung vorliegen. Sodann wird im Gemeinschaftsmarkenregister sowie in (einigen) einzelstaatlichen Markenregistern eine Ähnlichkeitsprüfung durchgeführt, bei der festgestellt werden soll, ob eine Verwechslungsgefahr mit bereits registrierten Marken vorliegt. Der Antragsteller wird vom Ergebnis dieser Prüfung informiert.

Die Anmeldung wird daraufhin im EU-Bulletin für Handelsmarken veröffentlicht. Inhaber bereits registrierter Marken erhalten dabei die Möglichkeit, innerhalb von drei Monaten Einspruch zu erheben, falls die neue Marke ihrer Ansicht nach der eigenen zu ähnlich ist. Der Antragsteller kann gegen alle Entscheidungen des Harmonisierungsamtes hinsichtlich einer Ablehnung des Antrages Berufung einlegen. Markeninhaber, denen die Registrierung ihrer Marke als Gemeinschaftsmarke verwehrt bleibt, können um Umwandlung in eine einzelstaatlich registrierte Handelsmarke ansuchen. Wird die Anmeldung

angenommen, wird sie nach Ablauf der dreimonatigen Frist registriert.

2.1.

Was kostet die Gemeinschaftsmarke?

Die Gebühren sind an das Harmonisierungsamt zu bezahlen und betragen auszugsweise (exklusive evtl. Anwaltskosten):

- Anmeldung zur Registrierung von Waren und Dienstleistungen in bis zu drei Klassen (inkl. 10 einzelstaatliche Ähnlichkeitsprüfungen à 25 Euro): 0.975 Euro
- Einspruchsgebühr (im Falle von Einwänden gegen eine Registrierung): 0.350 Euro
- Registrierungsgebühr für bis zu drei Klassen 1.100 Euro

2.2.

Wie lange ist die Schutzdauer?

Der Markenschutz ist die einzige Form des Schutzes geistigen Eigentums ohne zeitliche Begrenzung. Vorausgesetzt, dass eine Marke in Gebrauch bleibt und ihre Registrierung alle 10 Jahre verlängert wird, bleibt der Markenschutz unbegrenzt aufrecht.

2.3.

Mit der Registrierung verbundene Rechte

Mit der Registrierung geht das Recht einher, gegen die Registrierung anderer Marken Einspruch zu erheben und die Verwendung einer gleichen oder ähnlichen Marke für gleiche oder ähnliche Waren und Dienstleistungen zu unterbinden; letzteres gilt selbst für Waren und Dienstleistungen, wo keine Gleichheit oder Ähnlichkeit gegeben ist, wenn für die betroffene Gemeinschaftsmarke innerhalb der Europäischen Union Verkehrsbekanntheit geltend gemacht werden kann (d.h. die Marke muss hinreichend bekannt sein).

Keinen Einspruch gegen die Verwendung seiner Marke für eine bestimmte Ware kann der Markeninhaber jedoch erheben, wenn diese Ware von ihm selbst oder mit seiner Zustimmung auf dem Europäischen Binnenmarkt plziert worden ist. Hier wird das Prinzip wirksam, das allgemein als »Überbeanspruchung von Gemeinschaftsrechten« bezeichnet wird.

Das Eigentum an einer registrierten Marke kann vom Inhaber übertragen oder in Lizenz vergeben werden. Solche Veränderungen sollten jedoch im Gemeinschaftsmarkenregister festgehalten werden (Meldung erfolgt über das Harmonisierungsamt).

Eine Gemeinschaftsmarke kann für die Gesamtheit der Güter und Dienstleistungen, auf die sie sich bezieht, aber auch teilweise übertragen werden. Diese Übertragung bedingt nicht notwendigerweise auch eine Firmenübertragung. Eine solche Übertragung darf jedoch nicht zu einer Irreführung der Allgemeinheit führen, insbesondere was die Art, Qualität oder geografische Herkunft der Waren oder Dienstleistungen betrifft.

2.4.

Unmittelbare Gründe für eine Ablehnung

Die grafische Darstellbarkeit einer Marke muss gegeben sein; darüber hinaus muss sie ausreichende Unterscheidungs- und Kennzeichnungskraft aufweisen. Sie darf nicht aus dem bloßen Gattungsbegriff in einer EU-Sprache für die betreffenden Waren oder Dienstleistungen bestehen und nicht auf die Qualität, die Quantität, den Wert, den geografischen Ursprung oder andere Eigenschaften der Waren oder Dienstleistungen hinweisen. Weiters darf sie keinem in einem EU-Land handelsüblichen Zeichen entsprechen.

3.**Die Vorteile einer Gemeinschaftsmarke**

Mit der Gemeinschaftsmarke kommen Markeninhaber mit einer einzigen Anmeldung in den Genuss eines für den gesamten EU-Raum einheitlich verbrieften Rechtes. Das erspart dem Markeninhaber die gesonderte Anmeldung in den einzelnen Ländern und damit verbundene zusätzliche Kosten und Übersetzungen.

Eine Gemeinschaftsmarke bietet die Vorteile des einzelstaatlichen Marktes auf europäischer Ebene. Dazu gehören: Feststellung der Herkunft der Waren und Dienstleistungen; Garantie des Qualitätsbestandes für den Konsumenten; Imageträger und Kommunikations- und Werbemittel auf einem Markt mit über 350 Millionen Konsumenten. Oft ist die Marke die einzige Möglichkeit, um Grafik-Design (z.B. Erscheinungsbilder von Unternehmen) zu registrieren und somit schützen zu lassen. Als Marketingelement ist sie oft das wichtigste Kapital eines Unternehmens.

Die Entscheidung für die Gemeinschaftsmarke bedeutet jedoch nicht, auf nationaler Ebene registrierte Marken verzichten zu müssen. Eine national registrierte Marke kann, unabhängig davon, wie alt sie ist, auch als Gemeinschaftsmarke registriert werden. Für bereits auf nationaler Ebene registrierte Marken kann dabei das Datum der ersten Registrierung auch für die Gemeinschaftsmarke geltend gemacht werden.

4.**Internationaler Schutz**

Markenschutz auf internationaler Ebene erlangt man durch Antragstellung beim International Bureau der World Intellectual Property Organization (WIPO) in Genf. Beantragen können ihn Staatsbürger jener Länder, die das Madrider Markenabkommen für die internationale Registrierung von Marken und das dazugehörige Protokoll unterzeichnet haben. Es besteht die Absicht, ein direktes Bindeglied zwischen der Gemeinschaftsmarke und dem Madrider System herzustellen, so dass Inhaber der Gemeinschaftsmarke den internationalen Schutz ihrer Marken auch unter Bezugnahme auf das Protokoll von Madrid beantragen können und umgekehrt. Die beiden Systeme ergänzen sich und werden, sobald sie aneinander gekoppelt sind, den wirksamen internationalen Markenschutz stark vereinfachen und seine Möglichkeiten noch erweitern.

12.**Weitere Informationen**

Nähere Informationen über die Gemeinschaftsmarke erhalten Sie über das Harmonisierungsamt (www.oami.eu.int) oder über BEDA.

Bureau of European Designers' Associations (BEDA)

Diagonal 452, 5°
E-08006 Barcelona
Spanien
T (+34-934) 153 655
F (+34-934) 155 419
E office@beda.org
www.beda.org

Impressum**Herausgeber und Verleger**

Design Austria, DA, Berufsverband der Grafik-Designer, Illustratoren und Produkt-Designer.
Hervorgegangen aus Grafik-Design Austria (GDA). Verband der Grafik-Designer Österreichs lt. Beschluß der Hauptversammlung vom 23. Oktober 1992. Gegründet 1927 als Bund Österreichischer Gebrauchsgraphiker, BÖG.

Mitglied des International Council of Graphic Design Associations, ICOGRADA, des International Council of Societies of Industrial Design, ICSID und des Bureau of European Designers Associations, BEDA.

Geschäftsstelle

Kandlgasse 16, 1070 Wien,
Telefon (01) 524 49 49-0, Fax (01) 524 49 49-4.
Geschäftsführer: Mag. Severin Filek
Büro: Mag. Brigitte Willinger (Redaktion & Projekte) und Eva Traun (Service & PR).

Grafisches Grundkonzept

Walter Bohatsch, Mariahilfer Strasse 57-59,
1060 Wien und Clemens Schedler, Hirschberggasse 6,
3411 Scheiblingstein

Gestaltung

Atelier Sabolovic, Kandlgasse 16/2/4, 1070 Wien

Belichtung

Vochazka & Danek Repro GmbH.,
Schmalzhofgasse 8, 1060 Wien

Papier

Mais Carta Integrale, chlorfrei, 170 g/m²,
von papernet, 2355 Wiener Neudorf

Druck und Endfertigung

Schäffer, Druckwerkstatt für gute Seiten,
Ullmannstraße 3, 1150 Wien

Copyright

© 1999 Design Austria, 1070 Wien.
Alle Rechte vorbehalten.