

**PRÜFUNGSRICHTLINIEN FÜR
UNIONSMARKEN**

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

Teil B

Prüfung

Abschnitt 2

Formerfordernisse

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung.....	245
2 Einreichung der Anmeldungen.....	245
2.1 Anmelder.....	245
2.2 Wie eine Unionsmarkenanmeldung eingereicht werden kann.....	245
3 Die Gebühren.....	246
3.1 Gebühren allgemein.....	246
3.2 Mangel in Bezug auf Grundgebühr.....	247
3.3 Mangel in Bezug auf Klassengebühr.....	247
3.4 Gebührenerstattungen nach Zurücknahme.....	247
4 Anmeldetag.....	248
4.1 Anmeldetagserfordernisse.....	248
4.1.1 Gebühr.....	248
4.1.2 Antrag.....	249
4.1.3 Anmelder.....	249
4.1.4 Wiedergabe der Marke.....	249
4.1.5 Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen.....	253
4.2 Bestätigung des Anmeldetags.....	253
4.2.1 Einreichung der Anmeldungen über die User Area des Amtes.....	253
4.2.2 Auf anderem Wege eingereichte Anmeldungen.....	253
5 Waren und Dienstleistungen.....	254
5.1 Klassifizierung.....	254
5.2 Besonderer Mangel in Bezug auf den Anmeldetag und elektronische Einreichungen.....	254
6 Sprachen/Übersetzungen.....	255
6.1 Erste und zweite Sprachen.....	255
6.2 Die Korrespondenzsprache.....	256
6.3 Referenzsprache für Übersetzungen.....	257
6.4 Unübersetzbare Bestandteile.....	258
6.5 Einschränkung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen....	259
7 Anmelder, Vertreter und Korrespondenzanschrift.....	259
7.1 Anmelder.....	259

7.2 Vertreter	260
7.3 Änderung des Namens/der Anschrift	260
7.4 Eigentumsübergang	260
8 Markenkategorie	261
8.1 Individualmarken	261
8.2 Kollektivmarken	261
8.2.1 Eigenschaft von Kollektivmarken.....	261
8.2.2 Anmelder von Kollektivmarken.....	262
8.2.3 Kollektivmarkensatzung.....	262
8.2.3.1 Inhalt der Markensatzung.....	262
8.2.3.2 Prüfung der Erfordernisse in Bezug auf die Markensatzung.....	264
8.3 Gewährleistungsmarken	264
8.3.1 Eigenschaft von Gewährleistungsmarken.....	264
8.3.2 Anmelder von Gewährleistungsmarken.....	265
8.3.3 Markensatzung für Unionsgewährleistungsmarken.....	265
8.3.3.1 Inhalt der Markensatzung.....	265
8.3.3.2 Prüfung der Erfordernisse in Bezug auf die Gewährleistungsmarkensatzung.....	267
8.4 Änderung der Markenkategorie	267
9 Wiedergabe, Beschreibung und Art der Marke	269
9.1 Wiedergabe	269
9.1.1 Transparente Elemente oder weiße Elemente.....	271
9.1.2 Gestrichelte Linien.....	271
9.2 Beschreibung	274
9.3 Art der Marke	275
9.3.1 Wortmarken.....	276
9.3.2 Bildmarken.....	277
9.3.3 Formmarken.....	279
9.3.4 Positionsmarken.....	281
9.3.5 Mustermarken.....	283
9.3.6 Farbmarken.....	284
9.3.7 Hörmarken.....	286
9.3.8 Bewegungsmarken.....	288
9.3.9 Multimediamarken.....	291
9.3.10 Hologrammmarken.....	292
9.3.11 Sonstige Marken.....	293
9.3.11.1 Kennfadenmarken.....	294

9.3.11.2 Geruchsmarken/olfaktorische Marken und Geschmacksmarken.....	294
9.3.11.3 Tastmarken.....	295
9.3.12 Berichtigung der Markenart.....	295
9.3.12.1 Allgemeine Regeln.....	295
9.3.12.2 Beispiele für wiederkehrende Mängel in Bezug auf die Art der Marke.....	296
10 Serienmarken.....	298
11 Priorität.....	299
11.1 Formale Anforderungen.....	300
11.1.1 Inanspruchnahme der Priorität.....	300
11.1.2 Prioritätsbelege.....	300
11.1.3 Sprache der älteren Anmeldung.....	301
11.1.4 Nichterfüllung der formalen Prioritätsanforderungen.....	301
11.2 Materielle Anforderungen für Prioritätsansprüche.....	301
11.2.1 Grundsatz der ersten Anmeldung.....	302
11.2.2 Dreifache Identität.....	304
11.2.2.1 Identität der Marken.....	304
11.2.2.2 Identität der Waren und Dienstleistungen.....	305
11.2.2.3 Identität des Inhabers.....	305
11.2.3 Nichterfüllung der materiellen Prioritätsanforderungen.....	306
11.3 Beispiele für Prioritätsansprüche.....	306
11.3.1 Erste Anmeldung.....	306
11.3.2 Vergleich der Marken.....	307
11.3.3 Vergleich der Waren und Dienstleistungen.....	313
11.3.4 Prioritätsansprüche auf der Basis von Serienmarken.....	314
11.3.5 Inanspruchnahme der Priorität bei Marken in einem anderen Format.....	315
11.3.5.1 Inanspruchnahme der Priorität auf der Grundlage einer früheren nationalen Einreichung bei einer UM-Anmeldung.....	315
11.3.5.2 Inanspruchnahme der Priorität auf der Grundlage einer früheren UM-Einreichung bei einer nationalen Anmeldung.....	316
12 Ausstellungspriorität.....	316
13 Zeitrang.....	317
13.1 Harmonisierte Informationen zum Zeitrang.....	318
13.2 Prüfung des Zeitrangs.....	318
13.3 Identität der Marken.....	320
13.4 Waren und Dienstleistungen.....	320

13.5 Behandlung von Mängeln im Zusammenhang mit der Prüfung des Zeitrangs.....	320
13.6 Beispiele für Zeitrangansprüche.....	321
14 Umwandlung gemäß dem Madrider Protokoll.....	323
15 Änderungen an der Unionsmarkenanmeldung.....	324
15.1 Änderungen an der Wiedergabe der Marke.....	324
16 Umwandlung.....	327

Veraltet

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](#)

Informationen **darüber, wer Anmelder sein kann**, sind den Richtlinien, [Teil A, Abschnitt 5, Absatz 1, Einleitung – Verfahrensbeteiligte und Grundsätze der Vertretung](#) und [Absatz 3, Ermittlung der Verfahrensbeteiligten](#), zu entnehmen.

2.2 Wie eine Unionsmarkenmeldung eingereicht werden kann

[Artikel 30 Absatz 1 UMV](#) und [Artikel 100 UMV](#)

[Artikel 63 Absatz 1 DVUM](#)

Beschluss Nr. [EX-23-13](#) des Exekutivdirektors des Amtes vom 15. Dezember 2023 betreffend Mitteilungen durch elektronische Mittel

Anmeldungen einer Unionsmarke können ausschließlich direkt beim EUIPO eingereicht werden.

Anmeldungen von Unionsmarken können beim Amt elektronisch, auf dem Postweg oder per Kurierdienst eingereicht werden. Das Amt bietet Anmeldern, die die Anmeldung über die User Area (Nutzerbereich) des Amtes vornehmen, die Möglichkeit eines beschleunigten Verfahrens, das sogenannte Fast-Track-Verfahren (Einzelheiten sind auf der [Website des Amtes](#) zu finden).

3 Die Gebühren

[Artikel 31 Absatz 2](#), [Artikel 32](#), [Artikel 41 Absatz 5](#), Artikel [179](#) und Artikel [180](#) sowie [Anhang I UMV](#)

Beschluss Nr. [EX-21-5](#) des Exekutivdirektors des Amtes vom 21/07/2021 bezüglich der Zahlungsarten für Gebühren und Entgelte und zur Bestimmung des geringfügigen Betrags einer Gebühr oder eines Entgelts

3.1 Gebühren allgemein

Für die Anmeldung einer Gemeinschaftsmarke sind folgende Gebühren zu entrichten.

Unionsmarke	Grundgebühr (einschließlich einer Klasse)	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
Gewährleistungsmarke	1 800 EUR	50 EUR	150 EUR
Elektronisch eingereichte Gewährleistungsmarke	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 siehe [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 unter [Absatz 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 Dienstleistungs-klasse, 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 Frist für die Zahlung des Restbetrags festgesetzt ist. Geht die Restzahlung 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 Klassennummer).
- 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 Klassennummer).

3.4 Gebührenerstattungen nach Zurücknahme

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

Mehr Informationen hierzu siehe [Richtlinien, Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 3, Zahlung der Gebühren, Kosten und Preise](#).

4 Anmeldetag

Artikel [4](#), [31](#), [32](#) und [41](#) UMV

4.1 Anmeldetagserfordernisse

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

- 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 den in [Artikel 4 Buchstabe b UMV](#) niedergelegten Anforderungen entspricht;
- die Anmeldung enthält ein Verzeichnis der Waren oder Dienstleistungen;
- die Anmeldegebühr ist innerhalb eines Monats nach Einreichung der Anmeldung entrichtet worden.

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 einzureichen. Diese Frist ist nicht verlängerbar. Wird der Mangel nicht behoben, so wird die Anmeldung der Unionsmarke nicht als Anmeldung einer Unionsmarke bearbeitet („gilt 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 [31 Absatz 2](#) UMV, Artikel [41 Absatz 3](#) und [Absatz 5](#) UMV

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 [Punkt 3.2, Mangel in Bezug auf Grundgebühr](#) und [Punkt 5.2, Besonderer Mangel in Bezug auf den Anmeldetag und elektronische Einreichungen](#)).

4.1.2 Antrag

[Artikel 31 Absatz 1 Buchstabe a UMV](#)

[Artikel 65 Absatz 1 Buchstabe a DVUM](#)

[Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe a 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.

4.1.3 Anmelder

[Artikel 31 Absatz 1 Buchstabe b UMV](#) und [Artikel 41 Absatz 1 Buchstabe b UMV](#)

[Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe b UMDV](#)

Weitere Informationen zu den Angaben zur Identifizierung des Unionsmarkenanmelders, einschließlich Name, Rechtsform und Anschrift, sind den Richtlinien, [Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 5, Verfahrensbeteiligte und berufsmäßige Vertretung, Unterabschnitt 3, Identifizierung der Verfahrensbeteiligten](#) zu entnehmen.

4.1.4 Wiedergabe der Marke

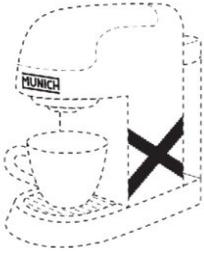
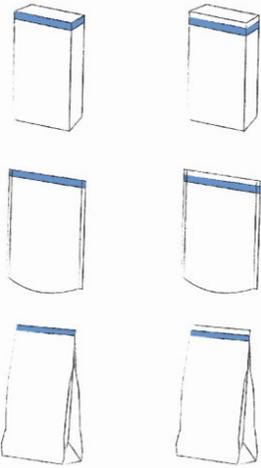
[Artikel 4](#), [Artikel 31 Absatz 1 Buchstabe d](#) und [Artikel 31 Absatz 3 UMV](#)

[Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe d](#) und [Artikel 3 UMDV](#)

Die Anmeldung muss eine Wiedergabe der Marke, die eine Bestimmung des klaren und eindeutigen Gegenstands des gewährten Schutzes gemäß [Artikel 4 Buchstabe b UMV](#) enthalten. Für weitere Informationen zu den verschiedenen Arten von Marken siehe [Abschnitt 9](#).

Die Wiedergabe wird nicht als klar und eindeutig angesehen, wenn die Wiedergabe der Marke (entweder auf einem DIN A4-Blatt oder in einer JPEG-Datei) verschiedene Versionen desselben Bildzeichens (Serie/Serienmarke) enthält. In diesen Fällen wird ein Mangel in Bezug auf den Anmeldetag festgestellt, und der Anmelder wird aufgefordert, eine neue Wiedergabe einzureichen, die eine einzige Marke darstellt. Als Anmeldetag gilt der Tag, an dem die geänderte Wiedergabe beim Amt eingeht.

Beispiele

Wiedergabe Nr. 1	Wiedergabe Nr. 2	Erklärung	UM Nr.
		<p>Das Amt übermittelte dem Anmelder eine Mängelmitteilung in Bezug auf den Anmeldetag, da die ursprünglich eingereichte Wiedergabe („Wiedergabe 1“) zwei verschiedene Bestandteile innerhalb derselben Positionsmarke enthielt, die nicht miteinander verbunden waren (daher zwei Positionsmarken). Der UM-Anmelder änderte die Wiedergabe in „Wiedergabe 2“, woraufhin der Anmeldung ein Anmeldetag zugeordnet wurde.</p>	<p>Unionsmarke Nr. 17 912 403</p>
		<p>Das Amt übermittelte dem Anmelder eine Mängelmitteilung in Bezug auf den Anmeldetag, da die ursprünglich eingereichte Wiedergabe („Wiedergabe 1“) unterschiedliche Positionen auf der Ware zeigt. Der UM-Anmelder änderte die Wiedergabe in „Wiedergabe 2“, woraufhin der Anmeldung ein Anmeldetag zugeordnet wurde.</p>	<p>Unionsmarke Nr. 17 883 541</p>

Wiedergabe	Erklärung	UM Nr.
	<p>Fünf Ansichten, von denen nicht alle dasselbe Objekt zeigen.</p>	<p>Unionsmarke Nr. 6 910 021</p>
	<p>Zusätzlich zur Wiedergabe der Marke ist kein Text erlaubt (Text unter dem Foto der Flasche).</p>	<p>UM Nr. 7 469 661</p>

Wiedergabe	Erklärung	UM Nr.
	<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 wiedergegebene. 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 Ansicht von demselben Objekt. Darüber hinaus ist zusätzlich zur Wiedergabe der Marke kein Text erlaubt.</p>	<p>UM Nr. 9 739 731</p>
	<p>Die ersten vier Bilder und das sechste Bild zeigen dieselbe Formmarke aus unterschiedlichen Perspektiven. Das fünfte Bild stimmt jedoch insofern nicht mit den anderen überein, als es eine andere, veränderte Formmarke zeigt. Ansichten eines Objekts in unterschiedlichen Zuständen (z. B. offen vs. geschlossen) gelten nicht als Ansichten derselben Marke.</p>	<p>EUTM UM Nr. 13 324 363</p>

4.1.5 Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen

[Artikel 31 Absatz 1 Buchstabe c UMV](#) und [Artikel 33 UMV](#)

[Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe c UMDV](#)

Für die Zuerkennung eines Anmeldetags ist das Vorhandensein eines Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen ein Erfordernis. Dieses Verzeichnis muss die Bestimmungen von [Artikel 33 UMV](#) erfüllen.

Anmelder können vorab genehmigte Begriffe auswählen, um ihre Verzeichnisse der Waren und Dienstleistungen zu erstellen. Diese Begriffe stammen aus der „Harmonised Database“ (Harmonisierte Datenbank) und werden bei der Klassifizierung automatisch akzeptiert. Die Verwendung dieser vorab genehmigten Begriffe ermöglicht einen reibungsloseren Eintragungsprozess für Marken.

Für elektronisch eingereichte Anmeldungen siehe auch [Punkt 5.2](#).

4.2 Bestätigung des Anmeldetags

4.2.1 Einreichung der Anmeldungen über die User Area des Amtes

Für über die User Area (Nutzerbereich) des Amtes eingereichte Unionsmarkenanmeldungen stellt das System auf elektronischem Wege eine sofortige automatische Empfangsbescheinigung aus, die den vorläufigen Anmeldetag enthält. Der Anmelder sollte diese Empfangsbescheinigung aufbewahren und überprüfen, ob alle Daten, einschließlich der Wiedergabe der Marke, dem entsprechen, was angemeldet werden sollte. Berichtigungen werden nur akzeptiert, wenn sie noch am Tag der Einreichung der Anmeldung beantragt wurden.

4.2.2 Auf anderem Wege eingereichte Anmeldungen

Erhält das Amt eine Anmeldung auf anderem Wege als über die User Area des Amtes, 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.

5 Waren und Dienstleistungen

5.1 Klassifizierung

[Artikel 33 Absatz 1 bis 6 UMV](#)

Jede Unionsmarkenanmeldung muss ein Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen als Erfordernis für die Zuerkennung eines Anmeldetages enthalten (siehe [Punkt 4.1.5](#)).

Dieses Verzeichnis muss nach dem [Abkommen von Nizza](#) klassifiziert sein.

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.

Für weitere Informationen zur Klassifizierung der Waren und Dienstleistungen siehe die [Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 3, Klassifizierung](#).

5.2 Besonderer Mangel in Bezug auf den Anmeldetag und elektronische Einreichungen

[Artikel 31 Absatz 3 UMV](#), [Artikel 31 Absatz 1 Buchstabe c UMV](#), Artikel [41](#) und Artikel [100 UMV](#).

Beschluss Nr. [EX-20-9](#) des Exekutivdirektors des Amtes vom 3. November 2020 betreffend Mitteilungen durch elektronische Mittel.

Beschluss Nr. [EX-20-9](#) des Exekutivdirektors des Amtes vom 3. November 2020 betreffend Mitteilungen durch elektronische Mittel, [Anlage I](#), Nutzungsbedingungen für die User Area.

Per E-Filing eingereichte Anmeldungen unterliegen dem Beschluss Nr. [EX-20-9](#) des Exekutivdirektors des Amtes vom 3. November 2020 betreffend Mitteilungen durch elektronische Mittel und [Anhang I](#) dieses Beschlusses betreffend die Nutzungsbedingungen für die User Area.

Das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen muss in die für diesen Zweck vorgesehenen Textfelder eingegeben werden.

Wird das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen teilweise oder zur Gänze als Anhang zur per E-Filing eingereichten Anmeldung oder gesondert eingereicht, gilt die Anmeldung als nicht elektronisch eingereicht, und es findet die entsprechende höhere Gebühr für Anmeldungen Anwendung, die nicht elektronisch eingereicht wurden.

In solchen Fällen wartet das Amt die einmonatige Zahlungsfrist ab, damit der Anmelder die volle Grundgebühr entrichten und den ursprünglichen Anmeldetag behalten kann. Wurde bis zum Ablauf dieser Frist die volle Grundgebühr nicht entrichtet, wird das Amt einen Mangel in Bezug auf den Anmeldetag feststellen und die Zahlung der Differenz zwischen der ermäßigten Grundgebühr für in elektronischer Form eingereichte Anmeldungen und der normalen Grundgebühr, d. h. 150 EUR für Individualmarken und 300 EUR für Kollektivmarken und Gewährleistungsmarken, innerhalb von zwei Monaten nach Zustellung der Mängelmitteilung verlangen.

Diese Frist kann nicht verlängert werden. Wird der Mangel nicht behoben, so wird die Unionsmarkenanmeldung als „nicht eingereicht betrachtet“, und alle bereits entrichteten Gebühren werden zurückgezahlt. Wird der Fehlbetrag innerhalb der festgesetzten Frist bezahlt, so wird der Anmeldetag geändert und auf den Tag festgesetzt, an dem die Gebühren in voller Höhe entrichtet wurden (siehe [Punkt 4.1, Anmeldetagserfordernisse](#), insbesondere [Punkt 4.1.1, Gebühren](#)).

6 Sprachen/Übersetzungen

Artikel [146](#) und [147](#) UMV

[Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe j UMDV](#)

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 Deutsch, Englisch, Französisch, 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 und gegebenenfalls der Beschreibung der Marke, in dieser ersten Sprache auszufüllen.

6.1 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 in der zweiten Sprache vorzulegen.

Dies ist jedoch nicht zwingend erforderlich, da das Amt Übersetzungen veranlasst. Besteht das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen aus Begriffen, die aus der Harmonisierten Datenbank stammen, stehen darüber hinaus Übersetzungen in allen relevanten EU-Sprachen zur Verfügung. Besteht der Anmelder darauf, seine eigene Übersetzung vorzulegen, hat er sicherzustellen, dass die Übersetzung 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 [Punkt 6.3, Referenzsprache für Übersetzungen](#)). Bei etwaigen Unstimmigkeiten hängt die maßgebende Sprachfassung 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.

Wird eine Übersetzung der Waren und Dienstleistungen in der zweiten Sprache vorgelegt, überprüft das Amt nicht selbst die Genauigkeit der Übersetzung. Dies gilt (gegebenenfalls) auch für die Markenbeschreibung. Besteht eine offensichtliche Diskrepanz zwischen den beiden Sprachfassungen, z. B. weil der Anmelder nur eine Teilübersetzung der Waren und Dienstleistungen und/oder der Markenbeschreibung vorgelegt hat, wird eine Mängelmitteilung versandt mit der Aufforderung, die übrigen 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 auf der Grundlage der ersten Sprache so, als ob keine Übersetzung vorgelegt worden wäre.

6.2 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 vom Amt 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.		

Die einzige Ausnahme von dieser Regel besteht darin, dass eine Erklärung über die Zurücknahme oder Einschränkung in der zweiten Sprache eingereicht wurde (Englisch im obigen Beispiel). Die Bestätigung für den Anmelder wird in der Sprache ausgestellt, in der die Erklärung eingereicht wurde (Englisch im obigen Beispiel). Siehe auch [Punkt 6.5 Einschränkung von Waren und Dienstleistungen](#).

6.3 Referenzsprache für Übersetzungen

Das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen wird in die Amtssprachen der EU übersetzt. Die Ausgangssprache für Übersetzungen wird als Referenzsprache festgelegt. Diese Referenzsprache wird stets als Sprache für die Klassifizierung verwendet.

1. Ist die erste Sprache der Anmeldung eine der fünf Sprachen des Amtes, wird sie stets die Referenzsprache sein.
2. Ist die erste Sprache der Anmeldung keine der fünf Sprachen des Amtes und ist keine Übersetzung in die zweite Sprache vorgelegt worden, gilt die erste Sprache als Referenzsprache.
3. Ist die erste Sprache 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, die bei Diskrepanzen zwischen den einzelnen Sprachfassungen maßgebend ist (siehe [Punkt 6.1, Erste und zweite Sprache](#)).

Die Prüfung der Klassifikation des Waren- und/oder Dienstleistungsverzeichnisses erfolgt in der zweiten Sprache, und wenn eine Beanstandung (betreffend die Klassifikation oder aufgrund absoluter Eintragungshindernisse) zu einer Änderung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses führt, wird der Anmelder um die Vorlage beider Sprachfassungen des neuen Verzeichnisses ersucht:

- Wenn der Anmelder das geänderte Verzeichnis nur in der zweiten Sprache vorlegt, wird das Amt die Änderung nicht berücksichtigen und die beanstandeten Waren und/oder Dienstleistungen ablehnen.
- Wenn der Anmelder das geänderte Verzeichnis nur in der ersten Sprache vorlegt, wird die ursprünglich vom Anmelder übermittelte Übersetzung in die zweite Sprache entfernt, und das Amt wird das Waren- und/oder Dienstleistungsverzeichnis in alle anderen Amtssprachen der EU einschließlich der zweiten Sprache übersetzen.

6.4 Unübersetzbare Bestandteile

Vor Beantragung der Übersetzung einer Anmeldung werden zudem „unübersetzbare Bestandteile“, z. B. Wortbestandteile oder Farbcodes, 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.

Beispiel:

Wenn die (zulässige) Beschreibung der Marke sich auf einen Wortbestandteil der Marke bezieht, sollte dieser Bestandteil nicht übersetzt werden.

Beschreibung der Marke	Marke
<p>Unionsmarke Nr. 14 103 634</p> <p>Farbige Bewegungsmarke, bestehend aus acht Bildsequenzen mit der folgenden Bewegung: Das „Tide“-Markenlogo erscheint auf der linken Seite in zunehmender Geschwindigkeit und hinterlässt einen weißen Streifen, bis es bei Erreichen der rechten Bildschirmseite anhält. Aufgrund von Bewegung und Geschwindigkeit ist das Logo bis zum Anhalten verschwommen, erst dann ist es deutlich erkennbar. Die gesamte Bewegung dauert 2,5 Sekunden.</p>	

Unionsmarke Nr. [15 922 883](#)

Farbige Bewegungsmarke. Die Marke besteht aus dem in einer Farbabfolge angezeigten Wort „CHUBB“. Die Farbabfolge besteht aus folgender Reihenfolge: Grau, Violett, Grün, Gelb, Rot, Türkis, Orange, Blau und Rosa. Das Wort „CHUBB“ wird abwechselnd in jeder der Farben der Farbabfolge angezeigt. Jede Farbe wird etwa 10 Sekunden lang angezeigt. Wenn eine Sequenz des Wortes „CHUBB“ in den Farben Grau, Violett, Grün, Gelb, Rot, Türkis, Orange, Blau und Rosa abgeschlossen ist, beginnt die Sequenz erneut, indem das Wort „CHUBB“ zunächst in der Farbe Grau als erster Farbe der Abfolge und dann in jeder der Farben der Abfolge in derselben Reihenfolge wie zuvor angezeigt wird. Auch hier wird jede Farbe ca. 10 Sekunden lang angezeigt.



6.5 Einschränkung des Verzeichnisses der Waren und Dienstleistungen

Artikel [49 Absatz 2 UMV](#) und Artikel [146 Absatz 6 Buchstabe a UMV](#)

Für Informationen zur Einschränkung von Waren und Dienstleistungen und Sprachen siehe Richtlinien, [Teil B, Prüfung, Abschnitt 1, Verfahren, Punkt 5.2](#) und Richtlinien, [Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 4, Verfahrenssprache, Punkt 5.1](#).

7 Anmelder, Vertreter und Korrespondenzanschrift

Artikel [3](#), [5](#), [55](#), [119](#) und [120 UMV](#)

[Artikel 74 DVUM](#)

[Artikel 2 Absatz 1 Buchstaben b und e UMDV](#)

7.1 Anmelder

Informationen **über die identifizierenden Merkmale des Anmelders der Unionsmarke**, einschließlich des Namens, der Rechtsform und der Anschrift, finden

sich in den Richtlinien, [Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 5, Verfahrensbeteiligte und berufsmäßige Vertretung, Unterabschnitt 3, Identifizierung der Verfahrensbeteiligten](#).

7.2 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 120 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 Richtlinien, [Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 5, Berufsmäßige Vertretung](#).

7.3 Änderung des Namens/der Anschrift

[Artikel 55](#) und [Artikel 111 Absatz 3 Buchstabe a UMV](#)

Informationen **über die Änderung des Namens/der Anschrift des Anmelders der Unionsmarke**, einschließlich des Namens, der Rechtsform und der Anschrift, finden sich in den [Richtlinien, Teil A, Allgemeine Regeln, Abschnitt 5, Verfahrensbeteiligte und berufsmäßige Vertretung, Unterabschnitt 10, Änderung des Namens und der Anschrift](#).

7.4 Eigentumsübergang

[Artikel 20 Absatz 4 und 9 UMV](#) sowie Artikel [28](#) und [111 UMV](#)

[Artikel 13 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 einer der Parteien wird ein Rechtsübergang im Register eingetragen und veröffentlicht.

Für weitere Informationen zur Eintragung von Eigentumsübergängen siehe die [Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 3, Die Unionsmarke und das Gemeinschaftsgeschmacksmuster als Gegenstand des Vermögens, Kapitel 1, Rechtsübergang](#).

8 Markenkategorie

Die UMV unterscheidet zwischen drei Markenkategorien: Individualmarken, Kollektivmarken und Gewährleistungsmarken. In den Beschlüssen und Mitteilungen des Amtes werden, soweit zutreffend, Kollektivmarken oder Gewährleistungsmarken benannt.

8.1 Individualmarken

[Artikel 5 UMV](#)

Eine Individualmarke ist eine Markenart, die den kommerziellen Ursprung der geschützten Waren und/oder Dienstleistungen anzeigt. 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.

8.2 Kollektivmarken

[Artikel 41 Absatz 2 UMV](#) und Artikel [74](#) bis [76](#) UMV

[Artikel 16 UMDV](#)

Für weitere Informationen über Kollektivmarken, siehe die [Richtlinien, Teil B, Abschnitt 4, Kapitel 15, Unionskollektivmarken](#).

8.2.1 Eigenschaft von Kollektivmarken

Eine Kollektivmarke ist eine bestimmte Markenart, die bei ihrer Anmeldung so genannt wird und die darauf hinweist, dass die durch diese Marke geschützten Waren oder Dienstleistungen von Mitgliedern eines Verbands und nicht von nur einem Händler stammen. „Kollektiv“ bedeutet weder, dass mehrere Personen Inhaber der Marke sind, noch, dass die Marke für mehr als ein Land gilt.

Eine Kollektivmarke kann zusammen mit der Individualmarke des Erzeugers oder des Dienstleisters einer bestimmten Ware verwendet werden. Damit können Mitglieder

eines Verbands ihre eigenen Waren und/oder Dienstleistungen von denen ihrer Wettbewerber differenzieren.

Für weitere Informationen zu den sachlichen Erfordernissen für Unionskollektivmarken siehe die [Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse, Kapitel 15, Unionskollektivmarken](#).

8.2.2 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. Der Anmelder muss entweder ein Verband im formellen Sinne sein oder über eine interne verbandsartige Struktur verfügen (beispielsweise sind die spanischen „Consejos Reguladores“ Regulierungsräte, die dem öffentlichen Recht unterliegen, aber in Form von Verbänden organisiert sind).

Für weitere Informationen zu den Erfordernissen bezüglich der Inhaberschaft bei Unionskollektivmarken siehe die [Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse, Kapitel 15, Unionskollektivmarken](#).

8.2.3 Kollektivmarkensatzung

Neben den bei der Anmeldung einer Individualmarke einzureichenden Angaben bedürfen Anmeldungen von Unionskollektivmarken der Einreichung einer Markensatzung.

Die Satzung ist innerhalb von zwei Monaten nach dem Anmeldetag vorzulegen ([Artikel 75 Absatz 1 UMV](#)).

Das Amt empfiehlt die Verwendung seiner Mustervorlage, die speziell als Anleitung für den Anmelder bei der Abfassung der [Satzung](#) erarbeitet wurde.

8.2.3.1 Inhalt der Markensatzung

Die Satzung nach [Artikel 75 UMV](#) muss als eigenständiges Dokument erstellt werden und die in [Artikel 16 UMDV](#) genannten obligatorischen Informationen enthalten, d. h.:

1. den **Namen des Anmelders** (identisch mit dem im Anmeldeformular angegebenen Namen);
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** (Titel, z. B. Direktor, Verbandssekretär; keine Personennamen);
4. bei Verbänden die **Voraussetzungen für die Mitgliedschaft**; dies beinhaltet gegebenenfalls die Erlaubnis, dass andere Personen Mitglied des Verbandes werden können, wenn die Marke den geografischen Ursprung der Waren und

Dienstleistungen bezeichnet und ihre Waren oder Dienstleistungen aus dem betreffenden geografischen Gebiet stammen ([Artikel 75 Absatz 2 UMV](#)); (bezüglich Situationen, in denen eine Befugnis erforderlich ist, siehe die [Richtlinien, Teil B, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse, Kapitel 15, Unionskollektivmarken, Punkt 4.1, Artikel 74 Absatz 2 UMV: Ausnahmeregelung für Unionskollektivmarken, die die geografische Herkunft angeben](#));

die Vorschriften über die Voraussetzungen für die Mitgliedschaft müssen ausdrücklich in der Satzung enthalten sein; Querverweise auf andere Dokumente sind nicht hinreichend;

5. die Wiedergabe der Unionskollektivmarke (mit dem angemeldeten Zeichen **identisch**; es dürfen keine zusätzlichen Zeichen oder mögliche Varianten des Zeichens reproduziert werden, es sei denn, es handelt sich um eine gleichlautende Markensatzung, die von demselben Anmelder im Zusammenhang mit anderen Unionskollektivmarken, die alle in der Markensatzung enthalten sind, eingereicht wurde);

6. die **zur Benutzung der Marke befugten Personen**;

die Befugnis zur Benutzung der Marke ist von der Mitgliedschaft in dem Verband abhängig; es können jedoch zusätzliche Voraussetzungen gelten, die außer der Mitgliedschaft noch hinzukommen können; diese müssen dargelegt werden;

die Bedingung, die befugten Personen anzugeben, kann durch den Hinweis auf allgemeine befugte Verkehrskreise oder durch ein spezielles Verzeichnis entsprochen werden, das in der Satzung enthalten sein kann oder auf das mittels Hyperlink verwiesen wird;

die Bezeichnung von zur Benutzung befugten Personen als „Lizenznehmer“ ist zu vermeiden, da sie fälschlicherweise impliziert, dass sich die Befugnis zur Benutzung der Marke aus der Tatsache ableitet, dass die Betreffenden Partei eines Vertrages sind, während sie sich doch aus der Mitgliedschaft in dem Verband und der Einhaltung der Satzung herleitet;

Personen, die nicht Mitglieder in dem Verband sind, können nicht zur Benutzung der Marke befugt sein, da dies der Bestimmung des Begriffs „Unionskollektivmarken“ ([Artikel 74 Absatz 1 UMV](#)) widerspricht;

7. gegebenenfalls die **Bedingungen für die Benutzung der angemeldeten Marke**, einschließlich Sanktionen (zum Beispiel, an welcher Stelle auf der Ware die Marke anzubringen ist, oder ob eine Mindestgröße der Marke im Verhältnis zur Ware einzuhalten ist);
8. die durch die Unionskollektivmarke erfassten **Waren oder Dienstleistungen** (mit dem Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen **identisch**), einschließlich aller gegebenenfalls durch Anwendung von [Artikel 7 Absatz 1 Buchstabe j, k oder l UMV](#) entstehenden weiteren Beschränkungen.

8.2.3.2 Prüfung der Erfordernisse in Bezug auf die Markensatzung

8.2.3.2.1 Nichtübermittlung der Markensatzung

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 abgelehnt.

8.2.3.2.2 Übermittlung einer mangelhaften Satzung

Wurde eine Satzung übermittelt, die jedoch nicht die in [Punkt 8.2.3.1](#) 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 abgelehnt.

Für weitere Einzelheiten siehe die [Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse, Kapitel 15, Unionskollektivmarken](#).

8.3 Gewährleistungsmarken

Artikel [41 Absatz 2](#) UMV und Artikel [83](#) bis [85](#) UMV

[Artikel 17](#) UMDV

Für weitere Informationen über Gewährleistungsmarken, siehe die [Richtlinien, Teil B, Abschnitt 4, Kapitel 16, Unionsgewährleistungsmarken](#).

8.3.1 Eigenschaft von Gewährleistungsmarken

Eine Unionsgewährleistungsmarke ist eine Marke der Europäischen Union, die bei ihrer Anmeldung so genannt wird und geeignet ist, Waren oder Dienstleistungen, für die der Inhaber der Marke das Material, die Herstellungsart der Waren und die Art der Erbringung der Dienstleistung, die Qualität, Genauigkeit oder sonstige Eigenschaften **mit Ausnahme des geografischen Ursprungs**, gewährleistet, von Waren und Dienstleistungen zu unterscheiden, für die es keine solche Gewährleistung gibt.

Für nähere Einzelheiten zu den materiellen Anforderungen für Unionsgewährleistungsmarken siehe die [Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse, Kapitel 16, Unionsgewährleistungsmarken](#).

8.3.2 Anmelder von Gewährleistungsmarken

Jede natürliche oder juristische Person, einschließlich Institutionen, Körperschaften und öffentlich-rechtliche Anstalten, können eine Unionsgewährleistungsmarke anmelden, sofern die betreffende Person keine Geschäfte betreibt, die die Lieferung von Waren oder Dienstleistungen der gleichen Art wie die zertifizierten zum Gegenstand haben.

Für nähere Einzelheiten zu den materiellen Anforderungen für Unionsgewährleistungsmarken siehe die [Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 4, Absolute Eintragungshindernisse, Kapitel 16, Unionsgewährleistungsmarken](#).

8.3.3 Markensatzung für Unionsgewährleistungsmarken

Neben den bei der Anmeldung einer Individualmarke einzureichenden Angaben bedürfen Anmeldungen von Unionsgewährleistungsmarken die Einreichung einer Markensatzung.

Die Satzung ist innerhalb von zwei Monaten nach dem Anmeldetag vorzulegen ([Artikel 84 Absatz 1 UMV](#)).

Das Amt empfiehlt die Verwendung seiner Mustervorlage, die speziell als Anleitung für den Anmelder bei der Abfassung der [Satzung](#) erarbeitet wurde.

8.3.3.1 Inhalt der Markensatzung

Die Satzung nach [Artikel 84 UMV](#) muss als eigenständiges Dokument erstellt werden und die in [Artikel 17 UMDV](#) genannten obligatorischen Informationen enthalten, d. h.:

1. den **Namen des Anmelders**;
2. eine **Erklärung**, dass der Anmelder den Anforderungen von [Artikel 83 Absatz 2 UMV](#) entspricht, d. h. eine Erklärung des Anmelders, dass er keine Geschäfte betreibt, die die Lieferung von Waren oder Dienstleistungen der gleichen Art wie die gewährleisteten zum Gegenstand haben;
3. die **Wiedergabe** der Unionsgewährleistungsmarke (mit dem angemeldeten Zeichen **identisch**; es dürfen keine zusätzlichen Zeichen oder mögliche Varianten des Zeichens reproduziert werden, es sei denn, es handelt sich um eine gleichlautende Markensatzung, die im Zusammenhang mit anderen Unionsgewährleistungsmarken, die alle in der Markensatzung enthalten sind, von demselben Anmelder eingereicht wurde);
4. die durch die Unionsgewährleistungsmarke erfassten **Waren oder Dienstleistungen** (mit dem Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen der Anmeldung **identisch**);
5. die **Merkmale** der Waren oder Dienstleistungen, die mit der Unionsgewährleistungsmarke bescheinigt werden sollen, etwa Material, Art der Herstellung der Waren bzw. Erbringung der Dienstleistungen, Qualität oder Genauigkeit (unter Berücksichtigung der Tatsache, dass der geografische Ursprung

der Waren oder Dienstleistungen gemäß [Artikel 83 Absatz 1 UMV](#) nicht als Merkmal aufgeführt werden kann);

diese Merkmale sind klar zu benennen und können in allgemeiner Form beschrieben werden;

alle Waren und Dienstleistungen, auf die sich die Anmeldung bezieht, müssen von dem/einem in der Satzung angegebenen Merkmal abgedeckt werden können. Das Merkmal muss mit den Waren und Dienstleistungen kohärent sein (es wäre z. B. nicht sinnvoll zu bescheinigen, dass *Schmuck* nicht zuckerfrei sein kann). Das Merkmal/die Merkmale ist/sind klar zu benennen und im Zusammenhang mit den einzelnen Waren und Dienstleistungen oder zumindest mit den allgemeinen Kategorien von Waren und Dienstleistungen zu erläutern;

das Gewährleistungssystem kann sich auf Normen aus offiziellen und/oder privaten Quellen (z. B. Verordnungen der EU oder DIN- oder ISO-Normen) stützen; in jedem Fall muss in die Satzung ein Hinweis auf die konkreten Normen sowie eine Beschreibung dieser Normen in allgemeiner Form aufgenommen werden;

es ist nicht notwendig, alle technischen Aspekte und Spezifikationen in den Text der Satzung aufzunehmen oder wiederzugeben; es genügt, mittels Hyperlinks auf externe Quellen und andere Dokumente zu verweisen, selbst wenn diese über das Internet nicht frei zugänglich sind.

6. die Bedingungen für die Benutzung der Unionsgewährleistungsmarke, einschließlich Sanktionen;

die Markensatzung muss konkrete **Bedingungen für die Benutzung der angemeldeten Marke** beinhalten, die dem befugten Benutzer auferlegt werden; dies betrifft z. B. die Frage, ob im Zusammenhang mit der Benutzung der Marke **Gebühren** zu entrichten sind usw. Ferner ist es verbindlich vorgeschrieben, die **Sanktionen** im Einzelnen aufzuführen, die angewandt werden, wenn diese Bedingungen nicht eingehalten werden.

7. die zur Benutzung der Unionsgewährleistungsmarke **befugten Personen**;

die *befugten Benutzer* können wie folgt bezeichnet werden:

- a. alle Personen, die die geforderte Norm der bescheinigten Merkmale (Nr. 5) und die Bedingungen für die Benutzung (Nr. 6) einhalten;
- b. eine bestimmte Kategorie von Personen in Verbindung mit einem offenen objektiven Kriterium;
- c. ein Verzeichnis befugter Benutzer, das in der Markensatzung enthalten ist oder über einen funktionierenden Internetlink zugänglich ist;

diese Benutzer sollten in der Markensatzung als „**befugte Benutzer**“, niemals jedoch als „Lizenznehmer“ bezeichnet werden, da ein Lizenzabkommen einem anderen Zweck dient als die Satzung.

8. Angabe, wie die gewährleistende Körperschaft die **Eigenschaften prüfen** und die **Benutzung** der Unionsgewährleistungsmarke **überwachen** soll.

Die Markensatzung muss die **Methoden für die Prüfung der bescheinigten Merkmale** und das System der **Überwachung** der Benutzung der Marke durch den Inhaber der Gewährleistungsmarke enthalten. Die Prüfungsmethoden und die Überwachung müssen in der Satzung klar festgelegt werden, tatsächlich und nicht nur zum Schein bestehen, und sie liegen in der Verantwortung des Inhabers der Gewährleistungsmarke.

Es ist nicht unbedingt erforderlich, dass der Anmelder/Inhaber die Prüfungen selbst durchführt oder die Bedingungen für die Benutzung selbst überwacht. In einigen Fällen könnte eine Zusammenarbeit mit spezialisierten externen Prüfern und/oder Überwachern erforderlich sein. Die Prüfungsmethoden und die Überwachung können jedoch in keinem Fall dem befugten Benutzer der Marke auf der Grundlage eines Verfahrens zur Eigenkontrolle übertragen werden, da dann die ordnungsgemäße Funktionsweise des Gewährleistungsmarkensystems nicht gewährleistet wäre.

Die Maßnahmen können sich auf die Methoden, die Probenahme und die Häufigkeit der Prüfung und der Überwachung, die Qualifikation der Personen, die die Prüfungen und die Überwachung durchführen, und die Faktoren beziehen, die zur Auslösung zusätzlicher Prüfungen oder verstärkter Prüf- oder Überwachungsmaßnahmen führen.

8.3.3.2 Prüfung der Erfordernisse in Bezug auf die Gewährleistungsmarkensatzung

8.3.3.2.1 Nichtübermittlung der Markensatzung

Wurde keine Markensatzung mit der Anmeldung übermittelt, wird eine Mängelmitteilung versandt, in der eine Frist von zwei Monaten für die Einreichung der Satzung gesetzt wird.

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

8.3.3.2.2 Übermittlung einer mangelhaften Markensatzung

Wurde eine Satzung übermittelt, die jedoch nicht die in [Punkt 8.3.3.1](#) aufgeführten Angaben enthält, wird eine Mängelmitteilung versandt, in der eine Frist von 2 Monaten für die Übermittlung der fehlenden Angaben gesetzt wird.

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

8.4 Änderung der Markenkategorie

Wenn sich die Unionsmarkenanmeldung nicht auf eine Individualmarke bezieht, muss der Anmelder eine Erklärung abgeben, dass sich die Anmeldung auf eine Unionskollektivmarke oder eine Unionsgewährleistungsmarke bezieht ([Artikel 2 Absatz 1 Buchstabe j UMDV](#)), und die Anforderungen der entsprechenden Markenkategorie müssen erfüllt sein.

Es kann jedoch Umstände geben, in denen ein Anmelder auf der Grundlage von [Artikel 49 Absatz 2 UMDV](#) eine Änderung der Markenkategorie beantragt, da die bei der

Anmeldung gewählte Kategorie **offenkundig** falsch ist. Wird der Antrag auf eine solche Änderung angenommen, wird die Gebühr entsprechend angepasst.

Wird die beantragte Änderung vom Amt abgelehnt, wird der Anmelder hierüber informiert und eine Frist von zwei Monaten für eine Stellungnahme wird gestellt.

Beispiele für zulässige Anträge auf Änderung der Markenkategorie (unter der Voraussetzung, dass die Akte keine anderen Angaben enthält und sich der Antragsteller mit seinem Antrag tatsächlich auf die ursprünglich gewählte Markenkategorie bezieht):

- eine **natürliche Person** hat eine **Kollektivmarke** angemeldet: die Markenkategorie kann in eine „Individualmarke“ geändert werden, da Kollektivmarken nicht natürlichen Personen zugewiesen werden können;

eine juristische Person hat eine Kollektivmarke/Gewährleistungsmarke angemeldet, die vorgelegte **Satzung** stützt jedoch eindeutig die beantragte Änderung (falls aus der in dem Dokument verwendeten Terminologie und/oder dem in dem Dokument wiedergegebenen System als Ganzes der Bezug zu einer anderen Markenkategorie klar ersichtlich ist, wird der Änderung zugestimmt);

- das **Zeichen** enthält einen ausdrücklichen Hinweis auf eine „Kollektivmarke“ oder „Gewährleistungsmarke“: Die Markenkategorie kann entsprechend geändert werden;
- das Zeichen enthält eine **geschützte Ursprungsbezeichnung/geschützte geografische Angabe**, und die Marke ist als Gewährleistungsmarke angemeldet worden: Die Markenkategorie kann in eine „Kollektivmarke“ geändert werden, weil geschützte Ursprungsbezeichnungen/geschützte geografische Angaben ihrem Wesen nach den geografischen Ursprung der Waren und Dienstleistungen bescheinigen und diese Merkmalsart für Gewährleistungsmarken gemäß den Rechtsvorschriften untersagt ist;
- die Marke ist als Kollektivmarke oder Gewährleistungsmarke angemeldet worden, und es ist keine **Markensatzung** vorgelegt worden: die Markenkategorie kann in „Individualmarke“ geändert werden.

Unionsgewährleistungsmarken gibt es seit dem 01/10/2017, dem frühestmöglichen Anmeldetag für diese Markenkategorie. Folglich sind bei Individual- und Kollektivmarken, die vor dem 01/10/2017 angemeldet worden sind, Änderungen der Markenkategorie in „Gewährleistungsmarken“ ausgeschlossen.

Die Art der Marke wird unabhängig vom Zeitpunkt ihrer Einreichung nach der Eintragung nie geändert.

9 Wiedergabe, Beschreibung und Art der Marke

9.1 Wiedergabe

[Artikel 4](#), Artikel [31](#), [41](#) und [49 Absatz 2 UMV](#)

[Artikel 3 Absatz 1](#), [Artikel 3 Absatz 2](#), [Artikel 3 Absatz 3](#), [Artikel 3 Absatz 5](#), [Artikel 3 Absatz 6](#) und [Artikel 3 Absatz 9 UMDV](#)

Beschluss Nr. [EX-23-13](#) des Exekutivdirektors des Amtes vom 15. Dezember 2023 betreffend Mitteilungen durch elektronische Mittel

Eine Marke kann auf beliebige Weise unter Verwendung allgemein verfügbarer Technologien wiedergegeben werden, so lange sie im Register klar, eindeutig, in sich abgeschlossen, leicht zugänglich, verständlich, dauerhaft und objektiv wiedergegeben werden kann, so dass die zuständigen Behörden und die Öffentlichkeit den Gegenstand des Schutzes für ihren Eigentümer mit Klarheit und Eindeutigkeit erkennen kann. Die Darstellung kann nicht durch eine Beschreibung der Marke ersetzt werden, sondern die Beschreibung muss – soweit vorgelegt – mit der Darstellung übereinstimmen.

Sollen Bild-, Form-, Positions-, Muster-, Bewegungs-, Multimedia-, Hologramm-Marken oder „sonstige“ Marken in Farbe angemeldet werden, muss eine farbige Wiedergabe der Marke mit der Anmeldung eingereicht werden.

Es ist nicht mehr möglich, die in der Marke vorkommende(n) Farbe(n) oder einen Farbcode anzugeben. Dabei gelten zwei Ausnahmen: erstens, wenn die Farben einen Teil der Wiedergabe der Marke bilden und als integraler Bestandteil einer vorgelegten Beschreibung angegeben sind, und zweitens, wenn die Farbangaben allein dem Zweck dienen, Priorität in einem anderen Rechtssystem in Anspruch zu nehmen. Angaben in Zusammenhang mit der Inanspruchnahme von Priorität werden jedoch weder veröffentlicht oder übersetzt noch erscheinen sie im UM-Register (siehe [Unterabschnitt 11.3.5.2](#)).

Wenn der Anmelder keine Wiedergabe mit seiner Unionsmarkenanmeldung einreicht, die die Anforderungen von [Artikel 4 Absatz 1 Buchstabe b UMV](#) erfüllt, wird eine Mängelmitteilung versandt, die zur Folge hat, dass kein Anmeldetag zuerkannt werden kann (siehe [Abschnitt 4](#)).

Wenn (in anderen Fällen als dem E-Filing) die Anmeldung eine Wiedergabe der Marke ohne Angabe der gewünschten Art der Marke enthält, wird das Amt einen Anmeldetag zuerkennen und, wenn möglich, die geeignete Markenart auf Grundlage der vorgelegten Wiedergabe gewähren und den Anmelder unter Angabe einer zweimonatigen Frist für Stellungnahmen schriftlich davon in Kenntnis setzen. Wird eine Wiedergabe eingereicht, bei der das Amt von Amts wegen keine Markenart

gewähren kann, wird eine Formalitätsmängelmitteilung ausgestellt und der Anmelder wird aufgefordert, den Mangel innerhalb von zwei Monaten zu beheben.

Wenn der Anmelder eine Markenart gewählt hat, die nicht mit der Wiedergabe der Marke übereinstimmt, wird die Markenart gemäß den unter [Unterabschnitt 9.3.12](#) festgelegten Angaben berichtigt.

Wird die Wiedergabe auf elektronischem Wege eingereicht, so legt der Exekutivdirektor des Amtes gemäß [Artikel 3 Absatz 5 UMDV](#) Formate und Größe der elektronischen Dateien fest. Siehe den Beschluss Nr. [EX-23-13](#) des Exekutivdirektors des Amtes vom 15. Dezember 2023 betreffend Mitteilungen durch elektronische Mittel.

Bei einer per E-Filing eingereichten Anmeldung muss die Wiedergabe der Marke, wenn sie im Format JPEG vorliegt, als eine einzige JPEG-Datei hochgeladen werden.

Wird die Wiedergabe nicht elektronisch vorgelegt, so ist die Marke gemäß [Artikel 3 Absatz 6 UMDV](#) getrennt vom Textblatt der Anmeldung auf einem gesonderten Einzelblatt wiederzugeben. Das Einzelblatt mit der reproduzierten Marke muss alle relevanten Ansichten oder Bilder enthalten und darf nicht größer als das Format DIN A4 sein. Ein Abstand von mindestens 2,5 cm von allen Rändern ist einzuhalten.

Die JPEG-Datei bzw. das DIN A4-Blatt 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 [Artikel 3 Absätze 6 und 7 UMDV](#)). Werden bei Formmarken verschiedene Perspektiven derselben Form eingereicht, müssen diese Perspektiven auch als JPEG-Datei oder auf einem DIN A4-Blatt eingereicht werden.

Enthält eine Anmeldung mehr als eine JPEG-Datei oder 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.

Weitere Informationen zu Anmeldungen, die mit mehr als einer Wiedergabe der Marke in einer JPEG-Datei oder auf einem DIN A4-Blatt eingereicht werden, wie z. B. Serien/Serienmarken, und zu Anforderungen an den Anmeldetag sind [Unterabschnitt 4.1.4. Wiedergabe der Marke](#), zu entnehmen.

Gemäß [Artikel 3 Absatz 9 UMDV](#) gilt die Hinterlegung eines Musters oder einer Probe nicht als korrekte Wiedergabe einer Marke.

Abschließend betrachtet bestehen Wortelemente 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 (einschließlich nicht-grafischer Darstellungen), muss es in das entsprechende Feld „Wortelement“ des Anmeldeformulars 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.

9.1.1 Transparente Elemente oder weiße Elemente

Soll mit einer Hintergrundfarbe oder -schattierung gezeigt werden, dass die Marke entweder aus einem transparenten Element oder aus einem ganz in der Farbe Weiß gehaltenen Element besteht, empfiehlt das Amt, sie als „sonstige“ Markenart mit einer Beschreibung, in der ihre Merkmale erläutert werden, einzustufen. Im Folgenden ist ein Beispiel für ein transparentes Element (in diesem Fall der Hintergrund) wiedergegeben:

	<p>EUTM No 17 914 208</p> <p>Die Markenbeschreibung lautet: „Die hellgraue Farbe ist nicht Bestandteil der Marke. Diese Farbe dient nur als Hintergrund“. Sie erklärt, wie das Grau in der Marke zu verstehen ist.</p>
---	--

9.1.2 Gestrichelte Linien

In den Rechtsvorschriften werden gestrichelte Linien nur als visuelle Verzichtserklärung für eine Art von Marke (Positionsmarken) erwähnt. Dies schließt jedoch die Verwendung von gestrichelten Linien für andere Markenarten oder für andere Zwecke nicht aus, sofern dadurch nicht die Fähigkeit der Wiedergabe der Marke beeinträchtigt wird, es den zuständigen Behörden und den Verkehrskreisen zu ermöglichen, den Gegenstand des gewährten Schutzes klar und eindeutig zu bestimmen.

Es gibt drei mögliche Funktionen von gestrichelten Linien in der Wiedergabe von Unionsmarken.

1. Zur Wiedergabe stilistischer/dekorativer Elemente. In diesem Fall sind die gestrichelten Linien Teil des Gegenstands der Eintragung (z. B. in einer Bildmarke).
2. Zur visuellen Kennzeichnung von Elementen, für die kein Schutz beansprucht wird.

Ein Beispiel:

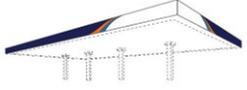
- a. Verzicht auf die Beanspruchung der Waren, auf denen eine Positionsmarke platziert oder angebracht ist;
 - b. Verzicht auf 3D-Teile ⁽⁵⁾ einer Formmarke.
3. Zum visuellen Ausschluss von Bestandteilen, die **für sich genommen** nicht zum Gegenstand der Eintragung gehören, aber Teil des Gesamteindrucks der Marke sind, indem die besondere Art und Weise veranschaulicht wird, in der variable Bestandteile mit vorgegebenen Elementen interagieren (z. B. um auf einen „Platzhalter“ für Buchstaben oder Zahlen hinzuweisen, die variieren können).

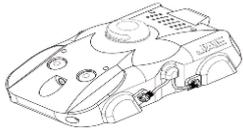
⁵ im Gegensatz zu Buchstaben von Bildelementen in der Formmarke

Wenn die Markenart ein Beschreibungsfeld enthält, kann die **Funktion, die die gestrichelten Linien erfüllen**, in der Beschreibung erläutert werden.

Gibt es kein Beschreibungsfeld, werden bestimmte Vermutungen angestellt.

Insbesondere werden gestrichelte Linien in der Wiedergabe vom Amt wie folgt interpretiert.

Art	Beschreibung	Funktion/Behandlung gestrichelter Linien	Beispiele
Bildmarke	Nr.	<p>Es ist nicht möglich, mit gestrichelten Linien Elemente visuell von einer Bildmarke auszuschließen, die Linien werden als Stilisierung der Marke behandelt und als solche geprüft.</p> <p>Wenn klar ist, dass die gestrichelten Linien eine andere Funktion haben und dass die Art der Marke, die sie suggerieren, nicht mit der Wiedergabe übereinstimmt, wird ein Mangel in Bezug auf die Formerfordernisse festgestellt (z. B. die Darstellung der Tankstelle).</p>	 <p>Unionsmarke Nr. 18 605 906</p>  <p>Abbildung 1: Unionsmarke Nr. 18 430 094</p>

<p>Form</p>	<p>Nr.</p>	<p>Der visuelle Ausschluss von 3D-Teilen von Formmarken mit gestrichelten Linien ist grundsätzlich zulässig (manchmal handelt es sich dabei um technische/funktionelle Teile).</p> <p>Auch wenn Anmelder Schutz für eine Formmarke beantragen können, indem sie den nicht beanspruchten Teil einfach nicht in die Wiedergabe aufnehmen, können sie der Ansicht sein, dass dies eine geringere Wirkung der Marke zur Folge haben könnte, da der Verbraucher sie möglicherweise nicht als Teil der betreffenden Waren erkennt (z. B. wäre eine Formmarke für einen USB-Stick, der nicht den Teil enthält, der mit dem USB-Anschluss verbunden ist, nicht als USB-Stick erkennbar ⁽⁶⁾). Wenn die gestrichelten Linien auf eine Weise verwendet werden, die 3D-Teile einer Formmarke klar unterscheidet, wird daher davon ausgegangen, dass sie als visuelle Verzichtserklärungen fungieren.</p> <p>Wortelemente oder numerische Elemente in gestrichelten Linien, die</p>	 <p>Unionsmarke Nr. 18 561 219</p>
<p>Prüfungsrichtlinien vor dem Amt, Teil B Prüfung</p>	<p>Seite 273</p>	<p>auf der Form platziert/angebracht sind, werden jedoch als</p>	<p>31/03/2024</p>

Veraltet

<p>Sonstige</p>	<p>Fakultativ</p>	<p>Gestrichelte Linien können verwendet werden, um Elemente, die für sich genommen nicht Teil des Gegenstands der Eintragung sind, aber einen Teil des Gesamteindrucks bilden, durch Veranschaulichung der besonderen Art und Weise, in der die variablen Elemente in der Wiedergabe mit anderen vorab festgelegten Elementen interagieren, visuell auszuschließen. In der Beschreibung sollten keine Ansprüche geltend gemacht werden, die über die Wiedergabe hinausgehen (z. B. Formulierungen wie „jegliches Wort“ oder „alle Formen“), da dies den Umfang der Wiedergabe erweitern würde.</p>	 <p>Unionsmarke Nr. 18 235 672</p>
-----------------	-------------------	--	---

9.2 Beschreibung

[Artikel 3 Absatz 2](#), [Artikel 3 Absatz 3 Buchstaben d und e](#), [Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe f Ziffer ii](#), [Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe h](#) und [Artikel 3 Absatz 4 UMDV](#)

Die UMDV schreibt vor, für welche Markenarten eine Markenbeschreibung vom Anmelder eingereicht werden kann und was sie zum Inhalt haben soll.

⁶ ein Beispiel für ein Teil eines USB-Sticks, der dem Anschluss an einen Computer dient, siehe Schlussanträge des Generalanwalts Mengozzi (14/09/2010, [C-48/09 P](#), Lego brick, ECLI:EU:C:2010:41, § 73) zu finden

Demgemäß sind Beschreibungen nur bei Positionsmarken ([Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe d UMDV](#)), Mustermarken ([Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe e UMDV](#)), Marken aus Farbkombinationen ([Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe f Ziffer ii UMDV](#)), Bewegungsmarken ([Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe h UMDV](#) – nur wenn Standbilder verwendet werden) und „sonstigen“ Marken ([Artikel 3 Absatz 4 UMDV](#)) erlaubt. Die Inhalte dieser Beschreibungen (sofern zulässig) werden im Folgenden unter den einzelnen Markenarten näher erläutert.

Entspricht die Markenbeschreibung nicht der UMDV oder stimmt sie nicht mit der Wiedergabe überein, stellt das Amt einen Mangel fest und fordert den Anmelder auf, sie zu ändern oder zu löschen. Wenn ein Konflikt oder eine Diskrepanz zwischen der Wiedergabe und der Art und/oder der Beschreibung der Marke besteht, hat die Wiedergabe der Marke immer Vorrang und die Beschreibung und/oder die Art muss bzw. müssen entsprechend der Wiedergabe geändert werden.

Werden Waren und Dienstleistungen im Feld für die Markenbeschreibung und nicht im Feld für Waren und Dienstleistungen erwähnt, löscht das Amt diese aus der Markenbeschreibung und informiert den Anmelder, dass er die Waren und Dienstleistungen hinzufügen muss, sofern diese nicht bereits in der Spezifikation aufgeführt sind.

Dieses Prinzip gilt in entsprechender Anwendung in allen Fällen, in denen notwendige Informationen über die Marke im falschen Feld des Antragsformulars aufgeführt werden.

Nachdem eine Marke eingereicht wurde, kann die Markenbeschreibung geändert oder hinzugefügt werden, um detailliertere Informationen vorzulegen. Eine solche Änderung darf jedoch nicht die Beschaffenheit der Marke ändern und muss mit der Wiedergabe übereinstimmen. Eine Änderung der Beschreibung ist nach der Eintragung nicht mehr möglich ([Artikel 54 Absatz 1 UMDV](#)).

9.3 Art der Marke

Artikel [4](#), Artikel [7 Absatz 1 Buchstabe a](#), Artikel [31](#) und [41](#) sowie Artikel [49 Absatz 2 UMDV](#)

[Artikel 3 Absatz 3 UMDV](#)

Die Kategorisierung der Marken dient mehreren Zwecken. Erstens schafft sie die rechtlichen Voraussetzungen für die einzelnen Markenarten, zweitens kann dem Amt und den anderen Wirtschaftsteilnehmern dadurch leichter verständlich gemacht werden, was der Anmelder einzutragen wünscht, und letztlich erleichtert dies auch die Suche in der Datenbank des Amtes.

Im Rahmen des Netzwerks der Europäischen Union für geistiges Eigentum ([European Union Intellectual Property Network, EUIPN](#)) haben sich das Amt und eine Reihe von Markenämtern in der Europäischen Union auf eine Gemeinsame Praxis für neue Markenformen (Prüfung auf formale Anforderungen und Schutzhindernisse)

geeignet. Sie einigten sich auf Beispiele zulässiger Wiedergaben von Hörmarken, Bewegungsmarken, Multimedia-Marken und Hologrammmarken. Einige Beispiele sind nachstehend angeführt, weitere Beispiele finden sich in der [Gemeinsamen Mitteilung „Neue Markenformen: Prüfung auf formale Anforderungen und Schutzhindernisse“ \(KP11\)](#).

Die Beispiele für die in diesen Prüfungsrichtlinien aufgeführten Markenarten werden unbeschadet des Ergebnisses des Prüfungsverfahrens und ihres Schutzzumfangs nur im Zusammenhang mit den Fragen hinsichtlich der Formerfordernisse aufgeführt.

9.3.1 Wortmarken

Eine Wortmarke ist eine maschinengeschriebene Marke mit Elementen wie Buchstaben (Klein- oder Großbuchstaben), Wörtern (entweder in Klein- oder in Großbuchstaben), Zahlensymbolen oder typografischen Standardzeichen.

Eine Wortmarke muss durch Vorlage einer Wiedergabe des Zeichens in Standardschrift und -layout und ohne grafische Merkmale oder Farben wiedergegeben werden. Unter Standardlayout ist zu verstehen, dass der Text über eine einzige Zeile verläuft.

Das Amt akzeptiert Zeichen im Alphabet einer jeden Amtssprache der EU als Wortmarke. Jedes Zeichen, das aus Wörtern eines anderen Alphabets besteht, muss als Bildmarke eingereicht werden (siehe auch [Punkt 9.3.2 Bildmarken](#)).

Eine Marke aus Text in einem nicht standardmäßigen Layout, ein Text, der zum Beispiel 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 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 (Kyryllisch)

9.3.2 Bildmarken

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

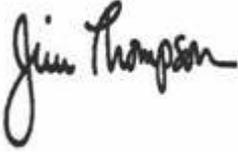
- ausschließlich aus Bildelementen,
- einer Kombination von Wort- und Bildelementen oder grafischen Elementen,
- Wortelementen in Nicht-Standardschriftarten,
- Wortelementen in Farbe,
- Wortelementen über mehr als eine Zeile,
- Buchstaben aus Nicht-EU-Alphabeten,
- Zeichen, die nicht über eine Tastatur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

Eine Bildmarke muss durch Einreichen einer Wiedergabe des Zeichens, in der alle Elemente und ggf. seine Farbe(n) sichtbar sind, wiedergegeben werden.

Die Wiedergabe der Marke kann in einer einzigen JPEG-Datei oder auf einem einzigen DIN-A4-Blatt eingereicht werden.

Es ist nicht möglich, für Bildmarken eine Beschreibung oder Farbangabe einzureichen. Einzig und allein die Wiedergabe der Marke definiert den Gegenstand der Eintragung.

Beispiele für Bildmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM Nr. 1 414 366 Rein grafisches Element	
UM Nr. 9 685 256 Rein grafisches Element	
UM Nr. 4 705 414 Kombination eines grafischen Elements mit Text in einer Standardschriftart	

Beispiele für Bildmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM Nr. 9 687 336</p> <p>Kombination aus stilisierter Schrift und Bildelementen</p>	
<p>UM Nr. 4 731 725</p> <p>Kombination aus stilisierter Schrift und Bildelementen</p>	
<p>UM Nr. 9 696 543</p> <p>Wortelement in stilisierter Schrift</p>	
<p>UM Nr. 2 992 105</p> <p>Wortelemente in stilisierter Schrift</p>	
<p>UM Nr. 9 679 358</p> <p>Wortelemente in verschiedenen Schriftarten</p>	
<p>UM Nr. 9 368 457</p> <p>Nur Wortelemente, über mehr als eine Zeile</p>	<p>YVES ROCHER LIFTING BIO CULTURE BIO</p>
<p>UM Nr. 9 355 918</p> <p>Slogan in zwei verschiedenen Schriftarten, Buchstaben in verschiedenen Größen, über mehr als eine Zeile</p>	<p>Heute handeln ist trendy</p>
<p>UM Nr. 9 681 917</p> <p>Marke aus Nicht-EU-Schriftzeichen (Chinesische Schriftzeichen)</p>	

9.3.3 Formmarken

Eine Formmarke ist eine Marke, die aus einer dreidimensionalen Form, einschließlich Behältern, Verpackung, der Ware selbst, oder ihrem Erscheinungsbild besteht oder sich darauf erstreckt. Der Begriff „erstrecken auf“ bedeutet, dass Formmarken sich nicht nur auf Formen an sich beziehen, sondern auch auf Formen, die andere Elemente wie Wortelemente, Bildelemente oder Etiketten enthalten.

Die Formmarke kann entweder durch eine grafische Wiedergabe der Form oder eine fotografische Wiedergabe wiedergegeben werden. Die Bedeutung von „grafische Wiedergabe“ erstreckt sich auf die Benutzung neuer Technologien und gestattet die Einreichung von computergenerierten Bildern und animierten Designs (in den Dateiformaten OBJ, STL und X3D, wobei die Dateigröße 20 MB nicht überschreiten darf).

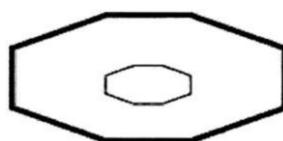
Dient die UM-Anmeldung einer Formmarke als Basis für eine internationale Anmeldung gemäß dem [Madriider Protokoll](#) , sollte der Anmelder prüfen, ob die Vertragsparteien, die er benennen möchte, computergenerierte Bilder oder animierte Designs akzeptieren. Erkundigen Sie sich, welche [zulässigen Formate](#) für die Wiedergabe einer Marke bei dem jeweiligen Amt gelten.

Ist die Wiedergabe kein computergeneriertes Bild, so kann sie aus bis zu sechs Perspektiven derselben Form bestehen. Im Falle einer elektronisch eingereichten Anmeldung sind die unterschiedlichen Ansichten in einer einzigen JPEG-Datei oder im Falle einer in Papierform eingereichten Anmeldung auf einem einzigen DIN A4-Blatt zu übermitteln sind. Obgleich unterschiedliche Perspektiven eingereicht werden können, ist eine einzige Ansicht der Form ausreichend, wenn die zu schützende Form von dieser einen Ansicht aus feststellbar ist.

In Fällen, in denen ein Anmelder verschiedene Perspektiven eines dreidimensionalen Objekts auf mehreren Blatt Papier einreichen, wird auf einen Mangel hingewiesen und dem Anmelder eine Frist gesetzt, 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 ebenfalls 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.

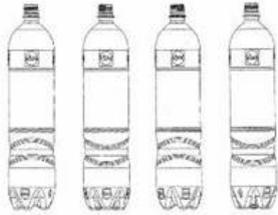
Wird keine Markenart angegeben und nur eine Ansicht vorgelegt, aus der nicht hervorgeht, ob das Zeichen aus einer dreidimensionalen Form besteht oder sich darauf erstreckt, wird das Amt die Wiedergabe als Bildmarke behandeln.

Beispiel:



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

Es ist nicht möglich, für Formmarken eine Beschreibung oder Farbangabe einzureichen. Einzig und allein die Wiedergabe der Marke definiert den Gegenstand der Eintragung.

Beispiele für zulässige Wiedergaben von Formmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM Nr. 4 883 096</p> <p>Vier verschiedene Zeichnungen desselben Objekts</p>	
<p>UM Nr. 4 787 693</p> <p>Sechs Fotografien desselben Objekts aus unterschiedlichen Perspektiven, mit Text</p>	
<p>UM Nr. 30 957</p> <p>Zwei Fotografien in Farbe, die unterschiedliche Perspektiven desselben Objekts zeigen</p>	
<p>UM Nr. 8 532 475</p> <p>Sechs Ansichten in Farbe, die sechs unterschiedliche Perspektiven desselben Objekts zeigen</p>	
<p>UM Nr. 14 419 758</p> <p>Kombination aus Fotografien und Zeichnungen, die dasselbe Objekt zeigen</p>	

Beispiele für zulässige Wiedergaben von Formmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM Nr. 17 287 806 Eine Ansicht des Objekts	

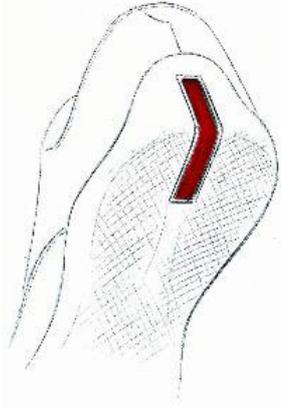
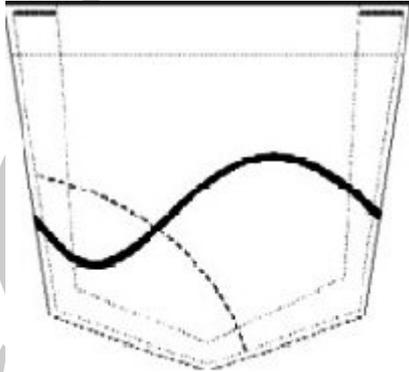
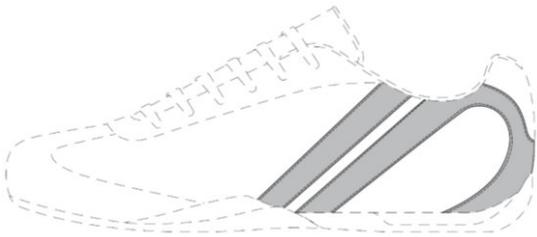
9.3.4 Positionsmarken

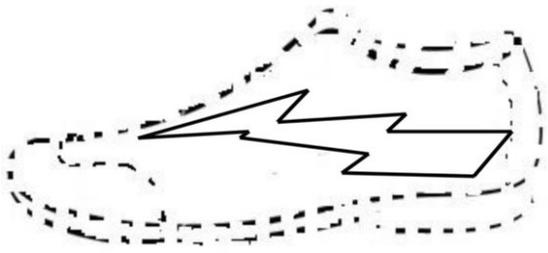
Eine Positionsmarke ist eine Marke, die sich aus der besonderen Art ihrer Platzierung bzw. Befestigung auf dem Produkt ergibt.

Diese Markenart muss durch Einreichung einer Wiedergabe dargestellt werden, die die Position des Zeichens sowie seine Größe bzw. seine Größe im Verhältnis zu dem betreffenden Produkt angemessen anzeigt. Die Wiedergabe muss in Form einer einzigen JPEG-Datei oder auf einem einzigen DIN A4-Blatt eingereicht werden.

Die Wiedergabe sollte die Position der Marke sowie ihre Größe bzw. ihre Größe im Verhältnis zu dem betreffenden Produkt klar definieren. Die Elemente, die nicht Gegenstand der Anmeldung sind, müssen visuell ausgeschlossen werden, am besten durch unterbrochene oder gepunktete Linien. Eine Beschreibung, die der Wiedergabe der Marke entspricht, kann ergänzend eingereicht werden, um anzugeben, wie das Zeichen auf den Waren angebracht ist. Dies kann jedoch kein Ersatz für den visuellen Ausschluss sein. Soweit Farben einen integralen Bestandteil der Beschreibung darstellen, können sie darin angegeben werden.

Eine Beschreibung, der zu entnehmen ist, dass die Position der Marke im Verhältnis zu den Waren variieren kann, z. B. „Die Marke besteht aus (Beschreibung des Geräts) und wird an der Außenseite der Waren angebracht“, ist nicht zulässig. In diesem Fall sendet das Amt eine Mängelmitteilung und fordert den Anmelder auf, die Beschreibung zu ändern oder zu löschen, da die Position der Marke im Verhältnis zu den betreffenden Waren klar definiert sein muss.

Beispiele für zulässige Positionsmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM Nr. 1 027 747</p> <p><u>Markenart:</u> 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>UM Nr. 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 Gestaltung 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>UM Nr. 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>	

Beispiele für zulässige Positionsmarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM Nr. 17 473 621</p> <p>Positionsmarke ohne Beschreibung</p>	

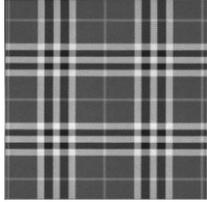
9.3.5 Mustermarken

Eine Mustermarke ist eine Marke, die ausschließlich aus einem Satz Elemente besteht, die regelmäßig wiederholt werden.

Diese Markenart muss durch Einreichung einer Wiedergabe wiedergegeben werden, die das Wiederholungsmuster in Form einer einzigen JPEG-Datei oder auf einem einzigen DIN A4-Blatt zeigt.

Der Wiedergabe der Mustermarke kann eine Beschreibung hinzugefügt werden, die die Art und Weise angibt, wie sich die Elemente regelmäßig wiederholen. Eine solche Beschreibung muss der Wiedergabe entsprechen und darf ihren Umfang nicht überschreiten. Soweit Farben einen integralen Bestandteil der Beschreibung darstellen, können sie darin angegeben werden.

Beispiele für zulässige Mustermarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM Nr. 15 602</p>	

Beispiele für zulässige Mustermarken (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM Nr. 7 190 929	
UM Nr. 17 865 439	<pre> M A X M A E A M A X M J E A E A M A X M A E A M M A X M A E A M A X M J E A E A M A X M A E A M M A X M A E A M A X M J E A E A M A X M A E A M </pre>

9.3.6 Farbmarken

[Artikel 49 Absatz 2 UMV](#)

[Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe f UMDV](#)

Eine Farbmarke ist eine Marke, die ausschließlich aus einer einzelnen konturlosen Farbe oder aus einer Kombination von konturlosen Farben besteht. Der Schutz erstreckt sich auf den Farbton bzw. die Farbtöne und im Falle von mehr als einer Farbe auf die systematische Anordnung der Farben in vorher festgelegter und beständiger Weise (24/06/2004, [C-49/02](#), Blau/Gelb, EU:C:2004:384, § 33; 14/06/2012, [T-293/10](#), Colour per se, EU:T:2012:302, § 50).

Die Wiedergabe einer Farbmarke muss aus einer Wiedergabe der konturlosen Farbe bzw. Farben in einer einzigen JPEG-Datei oder auf einem einzigen DIN A4-Blatt bestehen. Gibt es mehr als eine Farbe, so muss die Wiedergabe die systematische Anordnung der Farbkombination veranschaulichen.

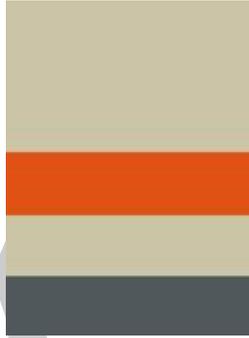
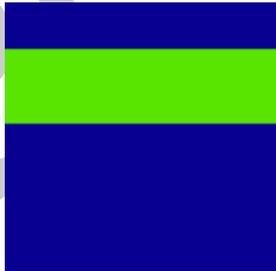
Die Vorlage eines Verweises auf einen allgemein anerkannten Farbcode wie Pantone, Hex, RAL, RGB oder CMYK ist obligatorisch. Entspricht der Farbcode bzw. entsprechen die Farbcodes eindeutig nicht der Wiedergabe, so versendet das Amt eine Mängelmitteilung.

Wenn der Farbcode nicht in der Anmeldung angegeben wurde, wird das Amt den Mangel mitteilen und eine Frist von zwei Monaten für die Vorlage dieser Information einräumen. Werden die Farben im betreffenden Feld des Anmeldeformulars für die Angabe der Farben in Worten anstatt durch einen Farbcode angegeben, wird das Amt diese Farbangabe streichen und den Anmelder schriftlich über den Mangel unterrichten und ihn ersuchen, den entsprechenden Farbcode anzugeben.

Eine Beschreibung der systematischen Anordnung der Farben ist lediglich optional und Bezugnahmen auf Farben in Worten in der Markenbeschreibung sind zulässig.

Enthält die Wiedergabe andere Elemente, etwa Wörter, so handelt es sich nicht um eine Farbmarke an sich, sondern um eine Bildmarke. Für weitere Informationen zur Berichtigung der Art der Marke siehe [Punkt 9.3.12](#).

Beispiele für zulässige Farbmarken(im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM Nr. 11 055 811</p> <p>Die Marke besteht aus fünf unmittelbar aneinander angrenzenden horizontalen Farbstreifen von im Vergleich zu ihrer Höhe mehrfach größerer Breite. Die Farbverteilung von oben nach unten ist: sehr helles Grün, hellgrün, mittelgrün, dunkelgrün und sehr dunkles Grün. Proportionaler Anteil jeder Farbe: 20 %.</p>	
<p>UM Nr. 2 346 542</p> <p>03/05/2017, T-36/16, GREEN STRIPES ON A PIN, EU:T:2017:295</p> <p>Farbangabe: RAL 9018; NCS S 5040G50Y + RAL 9018 1 : 4; NCS S 5040G50Y + RAL 9018 2 : 3; NCS S 5040G50Y + RAL 9018 3 : 2; NCS S 504050Y + RAL 9018 4 : 1; NCS S 5040G50Y.</p> <p><u>Beschreibung</u>: keine</p>	
<p>UM Nr. 9 045 907</p> <p>Beschreibung: 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>(Diese Marke wurde mit dem Hinweis, dass es sich um eine Positionsmarke handele, nach dem bisherigen System als „sonstige“ Marke angemeldet. Dieses Beispiel soll zeigen, dass sie auch als Farbmarke (Kombination von Farben) eingereicht werden könnte, mit der Wiedergabe, wie die Farbkombination auf den Produkten erscheint.)</p>

Beispiele für zulässige Farbmarken(im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM Nr. 17 972 757</p> <p>Keine Beschreibung bereitgestellt</p> <p>(Farbangabe: PANTONE 376, PANTONE Process Black C)</p>	
<p>UM Nr. 17 638 834</p> <p>Beschreibung: Die Marke besteht aus den folgenden Farben: Beige („Pantone 454 C“), Dunkelgrau („Pantone 425 C“) und Terracotta („Pantone 159“); der obere Teil der Marke ist beige, der untere Teil der Marke ist dunkelgrau und unterhalb der Mittellinie des beigen Bereichs befindet sich ein terracottafarbener Streifen.</p>	
<p>UM Nr. 17 407 586</p> <p><u>Beschreibung:</u> Die Marke besteht aus drei horizontalen Balken (von oben nach unten): Blau („Pantone 273C“), Grün („Pantone 370C“), Blau („Pantone 273C“). Die Balken haben folgende Größenverhältnisse: Blau 17,62 %, Grün 27,1 %, Blau 55,24 % (von oben nach unten).</p>	
<p>UM Nr. 17 866 834</p> <p><u>Beschreibung:</u> Die drei Farben haben identische Größenverhältnisse von jeweils 33,33 %. („PANTONE:376c“); („PANTONE:2935c“); („PANTONE:weiß“).</p>	

9.3.7 Hörmarken

Eine Hörmarke ist als eine Marke definiert, die **ausschließlich** aus einem Klang oder einer Kombination von Klängen besteht. Marken, bei denen Klänge beispielsweise mit Bewegung verbunden sind, gelten daher nicht als Hörmarken an sich und müssen als Multimedienmarken angemeldet werden (siehe [Punkt 9.3.12](#)).

Eine Hörmarke muss entweder durch Vorlage einer das Klangbild wiedergebenden Tondatei oder durch eine genaue Wiedergabe des Klangbildes in Notenschrift dargestellt werden.

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“). Anhänge, die diese Kriterien nicht erfüllen, gelten als nicht eingereicht.

Eine Tondatei darf nur in Anmeldungen per E-Filing eingereicht werden. Das Amt akzeptiert keine elektronischen Tondateien, die nicht zusammen mit der Anmeldung, sondern separat eingereicht werden.

Dient die UM-Anmeldung einer Hörmarke als Basis für eine internationale Anmeldung gemäß dem [Madriider Protokoll](#), sollte der Anmelder prüfen, ob die Vertragsparteien, die er benennen möchte, Audiodateien akzeptieren. Informationen zu den zulässigen Formaten, die für die Wiedergabe einer Marke bei dem jeweiligen Amt gelten, sind [hier](#) abrufbar.

Die Vorlage von Notenschriften kann in Form einer einzigen JPEG-Datei oder auf einem einzigen DIN A4-Blatt erfolgen. Eine „genaue Notenschrift“ bedeutet, dass die Wiedergabe alle Elemente enthalten muss, die zur Bestimmung ihres klaren und genauen Schutzgegenstandes erforderlich sind. Das Tempo oder die Geschwindigkeit der Melodie und der Instrumente sind optionale Bestandteile, die angegeben werden müssen.

Sollte der Anmelder sowohl eine Tondatei als auch eine Notenschrift einreichen, so wird er aufgefordert, sich für die Beibehaltung eines der beiden Formate zu entscheiden. Sollte der Anmelder sowohl eine Tondatei als auch eine Wiedergabe in Form eines Sonogramms vorlegen, so wird das Amt das Sonogramm aus der Datei entfernen.

Es ist nicht möglich, für Hörmarken eine Beschreibung einzureichen. Einzig und allein die Wiedergabe der Marke definiert den Gegenstand der Eintragung.

Einige Beispiele für zulässige Klangmarken sind auch der [Gemeinsamen Mitteilung „Neue Markenformen: Prüfung auf formale Anforderungen und Schutzhindernisse“ \(CP11\)](#) zu entnehmen.

Beispiel für zulässige Hörmarken	
<p>UM Nr. 6 596 258</p> <p>Notenschrift einschließlich musikalischer Anweisungen</p>	

Beispiel für zulässige Hörmarken	
UM Nr. 17 818 329	
UM Nr. 17 700 361 Eine Stimme, die „Barca“ sagt	Link
UM Nr. 17 672 932 Sechs Noten auf dem Klavier	Link
UM Nr. 17 572 173 Zwei Noten auf dem Keyboard, gefolgt von einem zischenden Geräusch	Link
Beispiel KP11 „Gerivan“ gesungen	Link
Beispiel KP11 Zufällige Melodie	Link

9.3.8 Bewegungsmarken

Eine Bewegungsmarke ist als eine Marke definiert, die **aus einer Bewegung oder einer Positionsänderung der Elemente oder der Farben der Marke besteht oder sich darauf erstreckt**. Marken, bei denen Bewegung mit Klängen kombiniert werden, gelten nicht als Bewegungsmarken und müssen als Multimedienmarken angemeldet werden (siehe [Punkt 9.3.12](#)). Der Begriff „**sich erstrecken**“ bedeutet, dass die Marke neben der Bewegung selbst auch Wörter, Bildelemente, Etiketten oder Ähnliches enthalten kann.

Eine Bewegungsmarke muss durch Vorlage einer Videodatei oder einer Serie von aufeinanderfolgenden, unbeweglichen Bildern wiedergegeben werden, die die Bewegung oder den Positionswechsel zeigt/zeigen. Die Videodatei muss im Format MP4 eingereicht werden und darf nicht größer sein als 8 000 Kbps (Kilobyte pro Sekunde) bzw. 20 MB.

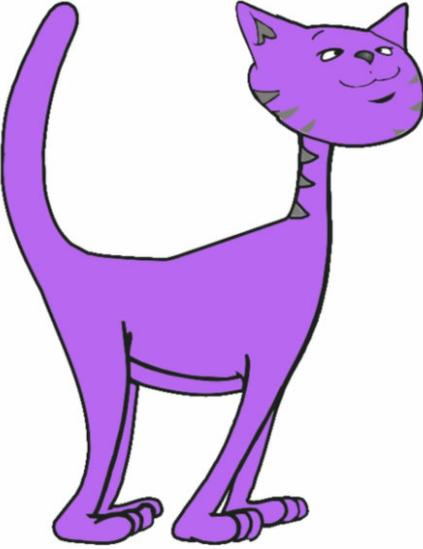
Eine Videodatei kann nur bei Anmeldung über E-Filing eingereicht werden. Das Amt akzeptiert keine Videodateien, die nicht zusammen mit der Anmeldung, sondern separat eingereicht werden.

Dient die UM-Anmeldung einer Bewegungsmarke als Basis für eine internationale Anmeldung gemäß dem [Madriider Protokoll](#), sollte der Anmelder prüfen, ob die Vertragsparteien, die er benennen möchte, Videodateien akzeptieren. Erkundigen Sie sich, welche [zulässigen Formate](#) für die Wiedergabe einer Marke bei dem jeweiligen Amt gelten.

Die Zahl der vorgelegten Bilder ist praktisch unbegrenzt, solange diese in einer einzigen JPEG-Datei oder auf einem einzigen DIN A4-Blatt eingereicht werden. Die unbeweglichen Bilder können nummeriert werden, und/oder es kann eine die Reihenfolge erklärende Beschreibung beigefügt werden.

Der Wiedergabe der Bewegungsmarke kann eine Beschreibung hinzugefügt werden. Eine solche Beschreibung muss der Wiedergabe entsprechen und darf ihren Umfang nicht überschreiten. Farben, soweit sie ein integraler Bestandteil der Beschreibung sind, können darin angegeben werden, ebenso wie die Dauer, Wiederholungen und die Geschwindigkeit der Bewegung.

Beispiel für Bewegungsmarken	
<p>UM Nr. 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 Tupfentechnik dient nur der Schattierung. Die gesamte animierte Sequenz dauert zwischen einer und zwei Sekunden.</p>	
<p>UM Nr. 17 279 712</p> <p>Eine runde grüne Form, die sich auf einem schwarzen Hintergrund dreht</p>	 <p style="color: blue; text-decoration: underline;">Link</p>

Beispiel für Bewegungsmarken	
<p>UM Nr. 17 894 400</p> <p>Die Worte "WIN WIN" in unterschiedlichen Schriftgrößen wiedergegeben</p>	 <p>Link</p>
<p>Beispiel KP11</p> <p>„Gerivan“ oszillierend</p>	 <p>Link</p>
<p>Beispiel KP11</p> <p>Katze mit veränderlicher Farbe</p>	 <p>Link</p>

9.3.9 Multimediamarken

Eine Multimediamarke ist als eine Marke definiert, die aus einer Kombination von Bild und Klang **besteht oder sich darauf erstreckt**. Der Begriff „**sich erstrecken**“ bedeutet, dass Multimedienmarken neben Bild- und Klangelementen auch Wörter, Bildelemente, Etiketten und Ähnliches beinhalten können.

Eine Multimediamarke kann nur durch Vorlage einer audiovisuellen Datei wiedergegeben werden, die sowohl das Bild als auch den Klang enthält, und eine Anmeldung ist daher nur über E-Filing möglich. Das Amt akzeptiert keine audiovisuellen Dateien, die nicht zusammen mit der Anmeldung, sondern separat eingereicht werden. Die audiovisuelle Datei ist im Format MP4 einzureichen und darf nicht größer sein als 8 000 Kbps (Kilobyte pro Sekunde) bzw. 20 MB.

Dient die UM-Anmeldung einer Multimediamarke als Basis für eine internationale Anmeldung gemäß dem [Madri der Protokoll](#), sollte der Anmelder prüfen, ob die Vertragsparteien, die er benennen möchte, audiovisuelle Dateien akzeptieren. Erkundigen Sie sich, welche [zulässigen Formate](#) für die Wiedergabe einer Marke bei dem jeweiligen Amt gelten.

Es ist nicht möglich, Markenbeschreibungen oder Farbangaben bei Multimediamarken einzureichen. Einzig und allein die Wiedergabe der Marke definiert den Gegenstand der Eintragung.

Das Vorhandensein eines schwarzen oder weißen Bildschirms in der Datei in Kombination mit einem Klang schließt nicht aus, dass die Marke als Multimediamarke eingestuft wird, und das teilweise Fehlen von Klang in Kombination mit einem Bild auch nicht.

Beispiel für Multimediamarken	
<p>UM Nr. 17 635 293</p> <p>Die sich bewegenden Buchstaben „UOC“ auf blauem Hintergrund, begleitet von einem musikalischen Ton, der mit den Worten „Universitat Oberta de Catalunya“ ergänzt wird.</p> <p>Link</p>	

Beispiel für Multimediemarken	
<p>UM Nr. 17 411 315</p> <p>Ein Hut, dessen Band mit Banknoten gefüllt ist, der sich langsam nach hinten bewegt, um eine blau-weiße Kugel freizulegen, begleitet von einem Trommelwirbel.</p>	 <p style="text-align: center;">Link</p>
<p>Beispiel KP11</p> <p>„Gerivan“ gesungen, wobei ein Wort erscheint.</p>	 <p style="text-align: center;">Link</p>

9.3.10 Hologrammmarken

Eine Hologrammmarke ist als eine Marke definiert, die aus Elementen mit holografischen Eigenschaften besteht. Daher ist ein Hologramm ein Bild, das sein Aussehen ändert, wenn es aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet wird.

1. Ein Hologramm kann eine physikalische flache Struktur sein, die Lichtbeugung verwendet, um visuelle Bilder zu erzeugen. Seine flache Oberfläche scheint bei richtiger Beleuchtung ein dreidimensionales Bild oder andere visuelle Effekte zu enthalten. In diesem Fall ist ein dreidimensionaler Effekt in Wirklichkeit ein zweidimensionaler visueller Effekt, der vom menschlichen Gehirn als dreidimensional wahrgenommen wird.
2. Ein Hologramm kann eine digitale Projektion oder Visualisierung eines Objekts sein, das über Lichtfeldanzeigen angezeigt wird. Durch sie können dreidimensionale Objekte und Objektkompositionen visualisiert und als solche gesehen werden. Diese lebensechten Bilder können gesehen, aber nicht berührt werden.

Eine Hologrammmarke muss durch Vorlage entweder einer Videodatei oder einer grafischen oder fotografischen Wiedergabe dargestellt werden, die alle erforderlichen Ansichten enthält, um den holografischen Effekt vollständig und hinreichend zu vermitteln.

Die Videodatei muss im Format MP4 vorliegen und darf nicht größer sein als 8 000 Kbps (Kilobyte pro Sekunde) bzw. 20 MB. Eine Videodatei kann nur bei

Anmeldung über E-Filing eingereicht werden. Das Amt akzeptiert keine Videodateien, die nicht zusammen mit der Anmeldung, sondern separat eingereicht werden.

Die Zahl der Ansichten ist unbegrenzt, solange diese in eine einzige JPEG-Datei oder auf ein einziges DIN A4-Blatt passen.

Dient die UM-Anmeldung einer Hologrammmarke als Basis für eine internationale Anmeldung gemäß dem [Madri der Protokoll](#), sollte der Anmelder prüfen, ob die Vertragsparteien, die er benennen möchte, Videodateien akzeptieren. Erkundigen Sie sich, welche [zulässigen Formate](#) für die Wiedergabe einer Marke bei dem jeweiligen Amt gelten.

Es ist nicht möglich, Markenbeschreibungen und Farbangaben für Hologrammmarken einzureichen, da einzig und allein die Wiedergabe der Marke den Gegenstand der Eintragung definiert.

Beispiel für Hologrammmarken	
Beispiel KP11 „Gerivan“ rotierend	 Link

9.3.11 Sonstige Marken

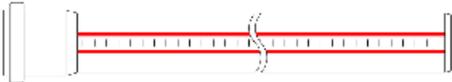
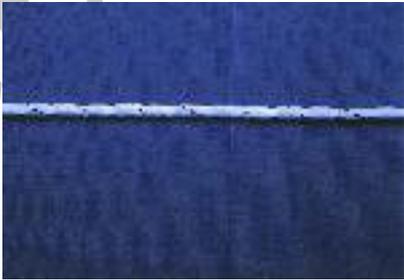
„Sonstige“ Marken sind Marken, die nicht von [Artikel 3 Absatz 3 UMDV](#) erfasst werden. „Sonstige“ Marken müssen die in [Artikel 3 Absatz 1 UMDV](#) aufgeführten Wiedergabeanforderungen einhalten und können in einer beigefügten Beschreibung zum Beispiel eine Angabe enthalten, was mit „sonstige“ gemeint ist.

Die Markenbeschreibung muss mit der Wiedergabe übereinstimmen und bestätigen, dass die Marke keiner der anderen der oben erwähnten Markenarten zugeordnet werden kann. Sollte die Markenbeschreibung nicht mit der Wiedergabe übereinstimmen, so fordert das Amt den Anmelder zur Änderung oder Löschung der Markenbeschreibung auf. Soweit Farben einen integralen Bestandteil der Beschreibung darstellen, können sie darin angegeben werden.

Einige Beispiele für „sonstige“ Marken werden im Folgenden erörtert.

9.3.11.1 Kennfadenmarken

Kennfadenmarken sind farbige Linien oder Fäden, die auf bestimmten Produkten angebracht sind und in der Textilindustrie häufig verwendet werden. Andere Beispiele sind farbige Linien auf Schläuchen oder Kabeln. Aus der Beschreibung der Marke könnte hervorgehen, dass die Marke eine „Kennfadenmarke“ ist.

Beispiele für zulässige Kennfadenmarken und Markenbeschreibungen (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM Nr. 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>	
<p>UM Nr. 3 001 203</p> <p><u>Beschreibung:</u> In einem hellen Funktionsband, insbesondere Bleiband, für Gardinen, Vorhänge, Tischdecken und dgl. als Kennzeichen eingearbeitetes goldenes Band.</p>	

9.3.11.2 Geruchsmarken/olfaktorische Marken und Geschmacksmarken

Geruchsmarken/olfaktorische Marken oder Geschmacksmarken gelten zurzeit nicht als zulässig. Der Grund hierfür ist, dass die Wiedergabe klar, eindeutig, in sich abgeschlossen, leicht zugänglich, verständlich, dauerhaft und objektiv ([Artikel 3 Absatz 1 UMDV](#)) sein muss und der derzeitige Stand der Technologie die Darstellung dieser Markenarten in dieser Weise nicht ermöglicht. Darüber hinaus wird in der [UMDV](#) die Vorlage von Mustern oder Proben nicht als geeignete Wiedergabe anerkannt. Eine Beschreibung der Marke kann kein Ersatz für die Wiedergabe sein, weil eine Beschreibung eines Geruchs oder Geschmacks weder klar, eindeutig noch objektiv ist (12/12/2002, [C-273/00](#), Sieckmann, EU:C:2002:748, § 69-73; 04/08/2003, [R 120/2001-2](#), THE TASTE OF ARTIFICIAL STRAWBERRY FLAVOUR [gust.]). Daher betrachtet das Amt Anmeldungen für olfaktorische oder Geschmacksmarken als „nicht

eingereicht“, da die Anforderungen für die Zuteilung eines Anmeldetags nicht erfüllt wären.

9.3.11.3 Tastmarken

Tastmarken sind derzeit nicht zulässig. Tastmarken sind Marken, bei denen der Schutz der taktilen Wirkung eines bestimmten Materials oder einer bestimmten Struktur angestrebt wird, wie beispielsweise Angaben in Brailleschrift oder eine bestimmte Oberfläche eines Objektes. Berücksichtigt man jedoch das Erfordernis in [Artikel 4 UMV](#), dass die Marke in dem Verzeichnis so wiedergegeben sein muss, das die zuständigen Behörden und die Öffentlichkeit den Gegenstand des dem Markenbesitzer gewährten Schutzes klar und eindeutig erkennen können, ist es nach dem derzeitigen Stand der Technologie nicht möglich, das beanspruchte „taktile Gefühl“ mit Gewissheit von den bestehenden Wiedergabeformaten herzuleiten (27/05/2015, [R 2588/2014-2](#), EMBOSSED PATTERN ON A SMOOTH BOTTLE SURFACE [al.]). Darüber hinaus wird in der [UMDV](#) die Vorlage von Mustern oder Proben nicht als geeignete Wiedergabe anerkannt. Daher betrachtet das Amt Anmeldungen für Tastmarken als „nicht eingereicht“, da die Anforderungen für die Zuteilung eines Anmeldetags nicht erfüllt wären.

9.3.12 Berichtigung der Markenart

9.3.12.1 Allgemeine Regeln

Steht die Angabe der Art der Marke in der Anmeldung im Widerspruch zu der eingereichten Wiedergabe oder wird keine Markenart angegeben und **ist jedoch offensichtlich** aus der [DVUM](#), welche Markenart der Anmelder anzumelden beabsichtigte, so berichtigt das Amt die Art der Marke und setzt den Anmelder unter Festsetzung einer Frist von zwei Monaten für Stellungnahmen davon in Kenntnis. 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, wenn der Gegenstand, für den der Schutz als Marke beantragt wird, nicht klar und präzise ist.

Desgleichen wird, wenn die Angabe der Art der Marke im Widerspruch zu der eingereichten Wiedergabe steht oder keine Markenart angegeben wird, es jedoch **nicht offensichtlich ist**, welche Markenart der Anmelder anzumelden beabsichtigte, eine Mängelmitteilung ausgestellt und eine Frist von zwei Monaten zur Mangelbehebung eingeräumt. Wird der Mangel nicht behoben, so wird die Unionsmarkenanmeldung zurückgewiesen.

Das Amt kann keine Anträge auf Änderung der Markenart einer Marke mit einem Anmeldedatum vor dem 01/10/2017 zu einer der neuen ab diesem Zeitpunkt in der UMDV definierten Markenarten annehmen ([Artikel 39 Absatz 2 Buchstabe a UMDV](#)).

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

9.3.12.2.1 Wortmarken

Wird die Markenart „Wortmarke“ gewählt, obwohl es sich bei der Marke in Wirklichkeit um eine „Bildmarke“ im Sinne der Beispiele in [Punkt 9.2](#) 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 ihm eine Frist von zwei Monaten für Stellungnahmen setzt. 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.

9.3.12.2.2 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. 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.

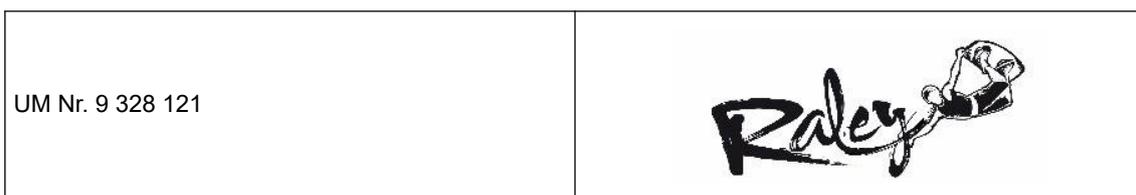
Beispiel 1

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

Das Amt wird die Markenart von **Farbmarke** 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 „Sonstige Marken“ angemeldeten Marken:

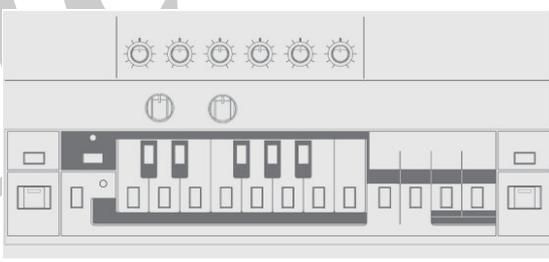


UM Nr. 9 323 346	
------------------	--

Hat der Anmelder die Markenart „Sonstige Marken“ gewählt, anstatt „Bildmarke“ anzukreuzen, und in dem Erläuterungsfeld für „Sonstige Marke“ Begriffe wie „Text und Logo“, „marque semi-figurative“, „marca mixta“, „Wort-Bild-Marke“ oder auch „Farbe“ (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 „**Sonstige 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

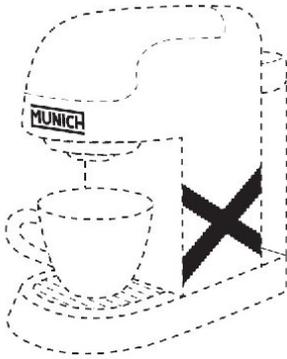
Der Anmelder hat für die folgende Marke die Markenart „Formmarke“ gewählt.

Unionsmarke Nr. 18 016 159	
----------------------------	--

Nach [Artikel 3 Absatz 3 Buchstabe c UMDV](#) ist eine Formmarke eine Marke, die aus einer dreidimensionalen Form besteht, einschließlich Behälter, Verpackungen, das Produkt selbst oder deren Gestaltung. In Ermangelung eines dreidimensionalen Effekts wurde die Marke vom Amt als Bildmarke eingestuft und der Anmelder darüber informiert.

9.3.12.2.3 Positionsmarken

Eingereicht als Bildmarke	Wiedergabe des Zeichens
----------------------------------	--------------------------------

<p>UM Nr. 17 912 403</p> <p>Die Wiedergabe des Zeichens und insbesondere die Verwendung von gestrichelten Linien zur Umrandung der Kaffeemaschine zusammen mit der Beschreibung, aus der hervorgeht, dass das Bild der Kaffeemaschine nicht Teil der Marke selbst war, führten das Amt insgesamt zu der Auffassung, dass eine Fehlansicht zwischen der Darstellung, der Art und der Beschreibung der Marke vorlag. Das Amt korrigierte die Marke zu einer Positionsmarke, nachdem es die Anmelderin zuvor informiert hatte.</p>	
---	--

9.3.12.2.4 Mustermarken

Eingereicht als Bildmarke	Wiedergabe des Zeichens
<p>UM Nr. 17 418 121</p> <p>Der Anmelder akzeptierte den Vorschlag des Amtes, die Markenart in „Mustermarke“ zu ändern.</p>	

10 Serienmarken

Anders als in einigen nationalen Systemen sind gemäß der UMV Serienmarken nicht zulässig. Wenn ein Anmelder Schutz für die verschiedenen Versionen einer Marke wünscht, muss für jede Version eine separate UM-Anmeldung eingereicht werden.

Weitere Informationen zu Anmeldungen, die mit mehr als einer Wiedergabe der Marke in einer JPEG-Datei oder auf einem A4-Blatt eingereicht wurden, wie z. B. Serienmarken, und die Anforderungen an den Anmeldetag sind [Unterabschnitt 4.1.4. Wiedergabe der Marke](#) zu entnehmen.

11 Priorität

Artikel [34](#), [36](#) und [41](#) UMV

[Artikel 4 UMDV](#)

Beschluss [EX-17-3](#) des Exekutivdirektors des Amtes vom 18. September 2017 über die formalen Voraussetzungen von Prioritätsansprüchen in Bezug auf eine Unionsmarke oder Senioritätsansprüchen in Bezug auf eine Unionsmarke oder von Registrierungen mit Benennung der Europäischen Union nach dem Madrider Protokoll.

Das Prioritätsrecht hat die Wirkung, dass für die Bestimmung des Vorrangs von Rechten in zweiseitigen Verfahren 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 wurde. [Artikel 4](#) dieser Übereinkunft – im Hinblick auf Marken – entspricht [Artikel 34 UMV](#).

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 34 Absatz 4 UMV](#) – siehe [Abschnitt 11.2.1](#)) Anwendung findet und der Prioritätsanspruch nur auf der entsprechenden Basismarke basieren kann.

Der Anmelder kann die Priorität einer oder mehrerer älterer Markenmeldungen beanspruchen, nämlich 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 Unionsmarkenanmeldung. Siehe [Abschnitt 11.2.1](#) „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.

Es ist möglich, sowohl Priorität als auch Zeitrang auf der Grundlage derselben älteren Anmeldung/Eintragung in Anspruch zu nehmen, sofern die Anforderungen dafür erfüllt sind.

11.1 Formale Anforderungen

In [Artikel 35 UMV](#) sind die formalen Anforderungen für Prioritätsansprüche festgelegt. In der Prüfungsphase prüft das Amt lediglich, ob alle **formalen Anforderungen** erfüllt sind.

Diese formalen Anforderungen sind wie folgt:

- Prioritätsanspruch zusammen mit der Unionsmarkenanmeldung eingereicht;
- Aktenzeichen, Datum und Land der älteren Anmeldung;
- Verfügbarkeit der amtlichen Quellen online zur Prüfung der Prioritätsdaten oder Einreichung der Prioritätsbelege und gegebenenfalls der Übersetzungen.

11.1.1 Inanspruchnahme der Priorität

Priorität kann entweder in der Anmeldung der Unionsmarke oder in einer separaten, am gleichen Tag wie die Unionsmarkenanmeldung eingereichten Mitteilung in Anspruch genommen werden.

Bei Inanspruchnahme der Priorität muss das Aktenzeichen zusammen mit dem Datum und Land der älteren Anmeldung angegeben werden.

Die Inanspruchnahme kann implizit sein, z. B. wird die Übermittlung der Prioritätsbelege zusammen mit der Anmeldung oder in einer am gleichen Tag wie die UM-Anmeldung eingereichten separaten Mitteilung als Prioritätserklärung ausgelegt. Einfache Empfangsbescheinigungen, die das **Land, Aktenzeichen** und **Datum** der älteren Anmeldung(en) enthalten, sind zulässig.

Zu beachten ist, dass das Amt den Prioritätsanspruch „wie eingereicht“ veröffentlicht. Das bedeutet, dass das Amt die Gültigkeit des Prioritätsanspruchs nicht bestätigt.

11.1.2 Prioritätsbelege

Die Belege zum Nachweis des Prioritätsanspruchs müssen binnen drei Monaten ab dem Anmeldetag vorgelegt werden. Für den Fall, dass die Prioritätsbelege nicht zusammen mit der Anmeldung oder nicht vollständig übermittelt werden, wird das Amt jedoch gemäß Beschluss Nr. [EX-17-3](#) des Exekutivdirektors des Amtes prüfen, ob die relevanten Informationen auf der Website der für den gewerblichen Rechtsschutz zuständigen Zentralbehörde des Landes der ersten Anmeldung verfügbar sind, nämlich das Aktenzeichen, Datum und Land der Anmeldung, der Name des Anmelders oder Markeninhabers, die Wiedergabe der Marke und das Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen der älteren Markenanmeldung, auf die sich der Prioritätsanspruch bezieht.

Nur wenn die für die Anerkennung des Prioritätsanspruchs erforderlichen Informationen nicht auf einer solchen Website verfügbar sind, sendet das Amt dem Anmelder ein Schreiben mit der Aufforderung zur Übermittlung der Prioritätsbelege, d. h. einer Kopie der älteren Anmeldung. Dem Anmelder wird eine Frist von zwei

Monaten eingeräumt, 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 der Unionsmarkenanmeldung) versandt. In diesem Fall beginnt die zweimonatige Mängelfrist an dem Tag, an dem die ursprüngliche Frist zur Übermittlung der Prioritätsbelege abläuft.

Es müssen keine beglaubigten Kopien eingereicht werden. Einfache Empfangsbescheinigungen, die nicht alle Informationen enthalten, die für die Prüfung des Prioritätsanspruchs notwendig sind (z. B. Bescheinigungen, die nur Klassennummern für die Waren und Dienstleistungen der älteren Anmeldung und nicht die vollständige Fassung des Wortlauts unter Angabe aller Waren und Dienstleistungen enthalten), sind jedoch nicht zulässig.

Ist die betreffende Marke farbig, sind zu der früheren Anmeldung bzw. den früheren Anmeldungen Farbfotografien vorzulegen.

11.1.3 Sprache der älteren Anmeldung

Sind die auf der Website einer Behörde verfügbaren Informationen oder die eingereichten Prioritätsunterlagen nicht in einer der offiziellen Sprachen der Europäischen Union abgefasst, fordert das Amt den Anmelder zur Einreichung einer Übersetzung in die erste oder zweite Sprache der Unionsmarkenanmeldung auf. Die Übersetzung sollte alle in den [Absätzen 11.1](#) und [11.2](#) genannten relevanten Informationen enthalten.

11.1.4 Nichterfüllung der formalen Prioritätsanforderungen

Wird der Prioritätsanspruch nach dem Zeitpunkt der Anmeldung der Unionsmarke geltend gemacht und/oder erfüllen der Prioritätsanspruch oder die Prioritätsdokumente keine der anderen Anforderungen, wird der Anmelder aufgefordert, innerhalb der vom Amt gesetzten Frist den Mangel zu beheben oder eine Stellungnahme abzugeben.

Wenn innerhalb der Frist keine Antwort eingeht oder die Mängel nicht 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.

11.2 Materielle Anforderungen für Prioritätsansprüche

Die Anforderungen, die Prioritätsansprüche in materieller Hinsicht betreffen, sind in [Artikel 34 UMV](#) festgelegt und beziehen sich auf die sechsmonatige Frist, die Bedingung der ersten regulären Anmeldung und die Bedingung der dreifachen Identität (gleicher Inhaber, gleiche Marke und gleiche Waren und Dienstleistungen).

Die materiellen Anforderungen nach [Artikel 34 UMV](#) werden nicht in der Phase der Anmeldung, sondern, falls erforderlich, im Rahmen von *kontradiktorischen* Verfahren geprüft und nur insoweit als für das *kontradiktorische* Verfahren notwendig.

Die Prüfung der materiellen Anforderungen des Prioritätsanspruchs erfolgt, wenn das Ergebnis des Widerspruchs- oder Lösungsverfahrens von der Frage abhängt, ob die Inanspruchnahme der Priorität gültig war. Das heißt, sie erfolgt in den folgenden Situationen:

- zum Zweck der Prüfung, ob die dem Widerspruch (oder dem Antrag auf Nichtigkeitserklärung) zugrunde liegende Marke eine „ältere Marke“ oder ein „älteres Recht“ im Sinne von [Artikel 8 Absatz 2 bis 4 und Absatz 6 UMV](#) darstellt. Die Gültigkeit des Prioritätsanspruchs der angefochtenen Marke oder älteren Marke muss dann festgestellt werden, wenn das betreffende Datum der älteren Marke (ihr Anmeldetag oder Prioritätstag) zwischen dem Datum der beanspruchten Priorität und dem Datum der Anmeldung der angefochtenen Unionsmarke liegt. Diese Prüfung erfolgt, wenn die Zulässigkeit des auf dem älteren Recht beruhenden Verfahrens festgestellt wird.
- zum Zweck der Prüfung der Zulässigkeit der Aufforderung zum Nachweis der Benutzung (d. h. darüber, ob die ältere Marke diesem Nachweis unterliegt oder nicht). Die Prüfung des Prioritätsanspruchs der angefochtenen Unionsmarke ist notwendig, um in einem kontradiktorischen Verfahren die Zulässigkeit der Aufforderung zum Nachweis der Benutzung festzustellen, wenn der Fünfjahreszeitraum ab Eintragung des älteren Rechts zwischen dem Prioritätstag der angefochtenen Marke und ihrem Anmeldetag liegt. Eine derartige Prüfung schließt eine nochmalige Prüfung der materiellen Anforderungen in Bezug auf den Prioritätsanspruch in der Entscheidungsphase nicht aus, sofern dies für das Ergebnis des Falles relevant ist.
- zum Zweck der Feststellung des Zeitraums der Benutzung. Die Prüfung der Priorität ist in jedem Fall erforderlich, um den Fünfjahreszeitraum zu berechnen, auf den sich der Nachweis der Benutzung beziehen muss.

11.2.1 Grundsatz der ersten Anmeldung

Die „Priorität gemäß PVÜ“ ist ein zeitlich befristetes Recht, das aus der ersten regulären nationalen Anmeldung einer Marke folgt. Unter regulärer nationaler Anmeldung ist jede Anmeldung zu verstehen, „die zur Festlegung des Tages ausreicht, an dem die Anmeldung in dem betreffenden Land hinterlegt worden ist, wobei das spätere Schicksal der Anmeldung ohne Bedeutung ist“ ([Artikel 4 Abschnitt A Absatz 3 Pariser Verbandsübereinkunft](#)). Es kann innerhalb von sechs Monaten nach der ersten Anmeldung geltend gemacht werden, sofern das Land der ersten Anmeldung Vertragspartei der Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ) oder des Abkommens zur Errichtung der Welthandelsorganisation (WTO) ist oder Gegenseitigkeit gewährt (siehe [Artikel 34 Absätze 5 bis 7 UMV](#) – Veröffentlichung der Gegenseitigkeit durch die Kommission).

Unter anderem sind die nachfolgend aufgeführten Staaten und anderen Rechtsträger weder Mitglieder eines der relevanten Übereinkommen, noch wurden mit ihnen Gegenseitigkeitsabkommen abgeschlossen. Folglich werden Prioritätsansprüche, die auf Anmeldungen in diesen Ländern basieren, **zurückgewiesen**.

Unabhängige Staaten (nicht Vertragspartei der PVÜ, des WTO-Abkommens oder eines Gegenseitigkeitsabkommens):

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

Sonstige Rechtsträger (nicht Vertragspartei der PVÜ, des WTO-Abkommens oder eines Gegenseitigkeitsabkommens):

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

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 wurde.

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 eingehalten wird. Siehe die Beispiele in [Unterabsatz 11.3.1](#).

11.2.2 Dreifache Identität

Das Amt prüft, ob die Unionsmarkenanmeldung und die Prioritätsbelege dieselbe Marke enthalten, sich auf denselben Anmelder beziehen und alle relevanten Waren oder Dienstleistungen darin übereinstimmen.

11.2.2.1 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 Praxis bezüglich der Identität von in Schwarz-Weiß und/oder Graustufen angemeldeten Marken im Vergleich zu in Farbe angemeldeten Marken geeinigt (Gemeinsame Mitteilung zur Gemeinsamen Praxis zum Schutzbereich von schwarz-weißen Marken [\[KP4\]](#)). Die Ämter sind der Ansicht, dass die Mitteilung zur Gemeinsamen Praxis die derzeitige Rechtsprechung widerspiegelt, wonach eine in Schwarz und Weiß bzw. in Graustufen angemeldete Marke zum Zweck der Beurteilung der Priorität nicht mit der gleichen Marke identisch ist, wenn diese in Farbe angemeldet wird, es sei denn, die Unterschiede hinsichtlich der Farbe bzw. Graustufen sind so unbedeutend, dass sie einem Durchschnittsverbraucher entgehen können (19/01/2012, [T-103/11](#), Justing, EU:T:2012:19, § 24; 20/02/2013, [T-378/11](#), Medinet, EU:T:2013:83; 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 (09/10/2012, [R 797/2012-2](#), WATER JEL; 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 Formmarke oder einer Positionsmarke. Allerdings kann eine Wortmarke als mit einer Bildmarke identisch betrachtet werden, wenn in der Bildmarke die Standardschriftart verwendet wird (siehe die Beispiele in [Absatz 11.3.2](#)).

Das Amt und eine Reihe von Markenämtern der Europäischen Union haben sich im Rahmen des Netzwerks der Europäischen Union für geistiges Eigentum auf eine Gemeinsame Praxis (KP11) für die Prüfung der Formerfordernisse und Eintragungshindernisse für neue Markenarten (Hör-, Bewegungs-, Multimedia- und Hologrammmarken) verständigt.

Gemäß KP11 gelten zwei Marken als für die Zwecke der Prüfung von Prioritätsansprüchen identisch, wenn der Schutzgegenstand und die Marke identisch sind, und zwar unabhängig vom Format der Wiedergabe, z. B. wenn eine Hörmarke, die zuerst in Notation eingereicht wurde, bei der zweiten Anmeldung in elektronischem Format eingereicht wurde. Darüber hinaus kann die Priorität akzeptiert werden, wenn die Folgeanmeldung eine andere Markenart, aber einen identischen Gegenstand hat. Konkrete Beispiele für die Prüfung von Prioritätsansprüchen neuer Markenarten sind der Gemeinsamen Mitteilung „Neue Markenformen – Prüfung auf formale Anforderungen und Schutzhindernisse“ (KP11) zu entnehmen.

Bei den Arten von Marken (Einzel-, Kollektiv- und Gewährleistungsmarken), die in einer Anmeldung angegeben werden können, wird das Amt unter Berücksichtigung der Unterschiede in den nationalen Rechtsvorschriften einen Prioritätsanspruch zwischen verschiedenen Arten von Marken **nur** dann unberücksichtigt lassen, wenn eine Unvereinbarkeit zwischen den Arten von Marken besteht. Während zwischen Kollektiv- und Gewährleistungsmarken eine Vereinbarkeit bestehen kann, ist die Vereinbarkeit zwischen Einzelmarken und Kollektiv-/Gewährleistungsmarken ausgeschlossen.

11.2.2.2 Identität der Waren und Dienstleistungen

Das Amt prüft, ob sich alle Waren oder Dienstleistungen der Unionsmarkenanmeldung, die in einem zweiseitigen Verfahren relevant sind, auch unter den Waren und Dienstleistungen befinden, die in der ersten Anmeldung aufgeführt sind.

11.2.2.3 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 und Gemeinschaftsgeschmacksmuster als Gegenstand des Vermögens, Kapitel 1, Rechtsübergang](#).

11.2.3 Nichterfüllung der materiellen Prioritätsanforderungen

Erfüllt der Prioritätsanspruch keine der vorstehenden materiellen Anforderungen, wird der Anmelder aufgefordert, innerhalb der vom Amt gesetzten Frist eine Stellungnahme abzugeben.

Falls die Priorität nicht nachgewiesen werden konnte oder allem Anschein nach unzulässig war, wird die Priorität zurückgewiesen. Das Ergebnis der vollständigen Prüfung spiegelt sich dann in der abschließenden Entscheidung über den Widerspruch oder die Löschung wider.

11.3 Beispiele für Prioritätsansprüche

11.3.1 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	<i>Parfümeriewaren</i>	11. September	<i>Parfümeriewaren, Taschen, Bekleidung</i>
9. Mai	Deutschland	<i>Taschen</i>		
23. Mai	Spanien	<i>Bekleidung</i>		

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	<i>Käse, Wein</i>	4. Oktober	<i>Käse, Wein</i>
7. April	Griechenland	<i>Käse, Wein</i>		

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.

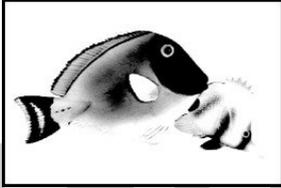
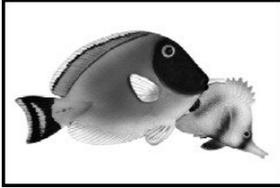
Erste Anmeldung	Land	Waren/ Dienstleistungen	Eingereichte UM	Waren/ Dienstleistungen
5. April	Somalia	<i>Pkw, T-Shirts</i>	2. Oktober	<i>Pkw, T-Shirts</i>
7. Juli	Italien	<i>Pkw, T-Shirts</i>		

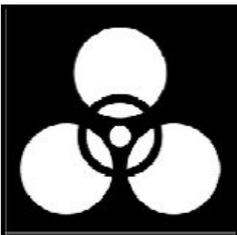
11.3.2 Vergleich der Marken

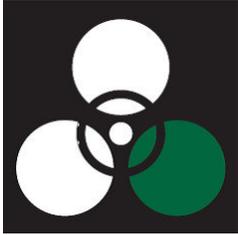
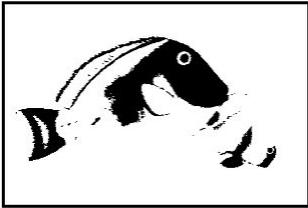
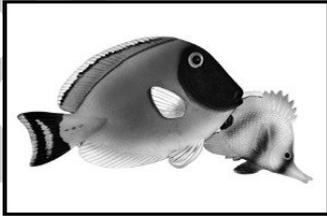
Die untenstehenden Beispiele betreffen Prioritätsansprüche, die im Rahmen der Beurteilung der Identität im Sinne der Formerfordernisse als zulässig oder nicht zulässig erachtet werden. Wie unter [Punkt 11.2.2.1](#) erläutert, sind lediglich „geringfügige Unterschiede“ zwischen der Unionsmarkenanmeldung 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.

In der Gemeinsamen Mitteilung „Neue Markenarten: [Prüfung der Formerfordernisse und Eintragungshindernisse](#)“ (KP11) sind weitere Beispiele für Prioritätsansprüche an Hör-, Bewegungs-, Multimedia- und Hologrammmarken niedergelegt.

Beispiele für als identisch angesehene Zeichen	
UM-Anmeldung (Wortmarke) EVAL	Prioritätsanspruch (Wortmarke) EVAL
UM-Anmeldung (Wortmarke) Luna	Prioritätsanspruch (Wortmarke) <i>Luna</i>

Beispiele für als identisch angesehene Zeichen	
<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> 
<p>UM-Anmeldung (Bildmarke)</p> 	<p>Prioritätsanspruch (Bildmarke)</p> 

Beispiele für nicht identische Zeichen	
UM-Anmeldung (Farbmarke) 	Prioritätsanspruch (Farbmarke) 
UM-Anmeldung (Wortmarke) Chocolate Dream	Prioritätsanspruch (Wortmarke) Chocolate Dream
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 

Beispiele für nicht identische Zeichen	
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmarke) 
UM-Anmeldung (Bildmarke) 	Prioritätsanspruch (Bildmark) 

Weitere Beispiele für Wortmarken			
Erste Marke	UM-Anmeldung	Als identisch angesehen	Nicht als identisch angesehen
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	

Weitere Beispiele für Wortmarken			
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	
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	
Wortmarke JOSÉ RAMÓN	Wortmarke JOSE RAMON	X	
Wortmarke SKAL	Wortmarke SKÄL		X
* Die Symbole TM und [®] werden nicht als Teile der Marke angesehen.			

Beispiele für Identität zwischen Bildmarken im Vergleich zu Wortmarken			
Erste Marke	UM-Anmeldung	Als identisch angesehen	Nicht als identisch angesehen
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 für Bildmarken			
Erste Marke	UM-Anmeldung	Als identisch angesehen	Nicht als identisch angesehen
			X
			X
		X*	

Weitere Beispiele für Bildmarken
* Die Symbole TM und [®] werden nicht als Teile der Marke angesehen.

11.3.3 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	<i>Hüte, Schuhe</i>	1. Oktober	<i>Hüte, Schuhe</i>

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	<i>Pkw</i>	2. Oktober	<i>Pkw, Flugzeuge</i>
5. April	Japan	XY 1235	<i>Flugzeuge</i>		

Im nächsten Beispiel bezieht sich der Prioritätsanspruch auf *Hüte* und *Schuhe*, die beide in der ersten Anmeldung und der Unionsmarkenanmeldung 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	<i>Pkw, Hüte, Schuhe</i>	1. Oktober	<i>Hüte, Schuhe, Taschen</i>

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	<i>Hüte, Schuhe</i>	5. Oktober	<i>Hüte, Schuhe, Pkw, Bier, Wein, Telekommunikationsdienste</i>
6. April	Kanada	<i>Pkw, Hüte, Bier</i>		
7. April	China	<i>Wein, Telekommunikationsdienste</i>		

11.3.4 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

Beispiele für Prioritätsansprüche auf der Basis von Serienmarken		
Serie von Marken		
Café@Home		
CAFÉ@HOME	CAFÉ@HOME	Ja
Café@Home		
CAFÉ@HOME		

11.3.5 Inanspruchnahme der Priorität bei Marken in einem anderen Format

Aus den unterschiedlichen Formerfordernissen der verschiedenen Behörden für geistiges Eigentum weltweit können sich Probleme hinsichtlich der Wiedergabe von Marken ergeben, wenn Priorität für oder auf der Grundlage einer UM-Anmeldung in Anspruch genommen wird.

Die [Gemeinsame Mitteilung „Neue Markenformen – Prüfung auf formale Anforderungen und Schutzhindernisse“ \(KP11\)](#) enthält Beispiele für Hör-, Bewegungs-, Multimedia- und Hologrammmarken. Ausführlichere Informationen siehe auch Unterabschnitt [11.2.2.1 Identität der Marken](#).

11.3.5.1 Inanspruchnahme der Priorität auf der Grundlage einer früheren nationalen Einreichung bei einer UM-Anmeldung

Es kann vorkommen, dass ein Anmelder, der die Priorität einer früheren nationalen Einreichung mit grafischer Wiedergabe (z. B. durch Musiknoten) in Anspruch zu nehmen wünscht, eine Unionsmarkenanmeldung einreicht, in der die Marke in elektronischem Format (z. B. MP3 bei einer Hörmarke) wiedergegeben wird. Grundsätzlich stellt die verschiedene Wiedergabemethode kein Hindernis für die Anerkennung des Prioritätsanspruchs dar, soweit die frühere Einreichung dieselbe Marke – wenngleich in einem anderen Format – wiedergibt und das für die Wiedergabe der früheren Einreichung verwendete Format vom Amt anerkannt wird. Bei etwaigen Unstimmigkeiten in Bezug auf den Gegenstand der Wiedergaben wird die Priorität nicht wegen der verschiedenen Formate, sondern aus diesem Grund zurückgewiesen.

Darüber hinaus lassen einige nationale Behörden für gewerblichen Rechtsschutz die Einreichung von mehr als vier Wiedergaben im Falle von Formmarken oder sonstigen Marken nicht zu. Wird in einer Unionsmarkenanmeldung die Priorität einer solchen ersten Anmeldung in Anspruch genommen und werden sechs (oder mehr, im Falle von „Sonstige 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.

11.3.5.2 Inanspruchnahme der Priorität auf der Grundlage einer früheren UM-Einreichung bei einer nationalen Anmeldung

Was Prioritätsansprüche auf der Grundlage einer Unionsmarkenanmeldung betrifft, sollten sich Anmelder darüber bewusst sein, dass bestimmte nationale Ämter unter Umständen das beim EUIPO bei Einreichungen verwendete Format für die Wiedergabe nicht anerkennen. Das Amt kann nicht die Übereinstimmung der Unionsmarkenanmeldung mit einer späteren nationalen Einreichung in einem anderen Format bestätigen.

Was die Farbangaben betrifft, verlangen einige Länder bei der Inanspruchnahme der Priorität eine schriftliche Farbangabe. Diesbezüglich können Anmelder die Farben in einem optionalen Feld auf dem Anmeldeformular aufführen. Diese Angabe wird jedoch nicht Bestandteil der Unionsmarkenanmeldung, wird nicht geprüft und nicht veröffentlicht und nicht im Register erfasst. Sie ist jedoch Bestandteil des Dossiers für die Zwecke der Akteneinsicht, und der Anmelder kann daher eine Bescheinigung der eingereichten Farbangaben erhalten.

12 Ausstellungspriorität

[Artikel 38 UMV](#)

[Artikel 5 UMDV](#) und [Artikel 7 Buchstabe g 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, wenn dies noch am gleichen Tag erfolgt, beansprucht werden. Der Anspruch muss den Namen der Ausstellung und das Datum der ersten Ausstellung der Waren oder Dienstleistungen enthalten.

Der Anmelder muss dem Amt binnen drei Monaten nach dem Tag der Einreichung 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 über internationale Ausstellungen 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>.

Wie bei der Priorität gemäß PVÜ werden die wesentlichen Voraussetzungen für die Ausstellungspriorität nicht in der Anmeldephase, sondern gegebenenfalls im Rahmen des Inter-partes-Verfahrens geprüft und auf den Umfang des Inter-partes-Verfahrens beschränkt (siehe dazu [Absatz 11.2](#)).

Die Inanspruchnahme kann implizit sein. Befindet sich in der Anmeldung keine Angabe der Inanspruchnahme, wird die Übermittlung der Ausstellungsprioritätsbelege am gleichen Tag wie die Einreichung der Unionsmarkenanmeldung als Prioritätserklärung ausgelegt.

13 Zeitrang

[Artikel 39 UMV](#)

[Artikel 6](#) und [Artikel 7 Buchstabe h UMDV](#)

Beschluss [EX-17-3](#) des Exekutivdirektors des Amtes vom 18. September 2017 über die formalen Voraussetzungen von Prioritätsansprüchen in Bezug auf eine Unionsmarke oder Senioritätsansprüchen in Bezug auf eine Unionsmarke oder von Registrierungen mit Benennung der Europäischen Union nach dem Madrider Protokoll

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 den betreffenden Mitgliedstaaten weiterhin eingetragen gewesen wäre.

Der Zeitrang gemäß [Artikel 39 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).

13.1 Harmonisierte Informationen zum Zeitrang

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

13.2 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.

Der Inhaber ist 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 maßgeblichen Website, und nur, wenn die Angaben dort nicht zur Verfügung stehen, bittet es den Inhaber um eine Fotokopie in Form einer Mängelmitteilung. Die Fotokopie der betreffenden Eintragung muss 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, 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.

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 39 Absatz 4 UMV](#)).

Im Zusammenhang mit einer **Erweiterung** der EU sind folgende Punkte zu beachten: Wenn eine nationale Marke eines neuen Mitgliedstaats oder eine internationale Registrierung mit Wirkung für einen neuen Mitgliedstaat eingetragen wurde, bevor der Antrag auf Inanspruchnahme des Zeitrangs gestellt wurde, **kann die Inanspruchnahme des Zeitrangs beantragt werden, auch wenn der Prioritäts-, Anmelde- oder Eintragungstag der Unionsmarke**, auf die sich der Antrag auf Inanspruchnahme des Zeitrangs bezieht, **vor dem Prioritäts-, Anmelde- oder Eintragungstag der nationalen Marke/internationalen Registrierung mit Wirkung für den 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 39 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			
Nr. der UM	Anmeldetag	Land des Zeitranganspruchs	Anmeldetag des älteren Anspruchs
2 094 860 TESTOCAPS	20/02/2001	Zypern	28/02/2001
2 417 723 PEGINTRON	19/10/2001	Ungarn	08/11/2001
352 039 REDIPEN	02/04/1996	Bulgarien	30/04/1996
7 037 307 HydroTac	17/07/2008	Kroatien	13/10/2009

Erläuterung: Obwohl der Anmeldetag der Unionsmarkenanmeldung vor dem Anmeldetag der Marke liegt, für die der Zeitrang beansprucht wird, kann der Zeitrang in

allen Fällen für jede nationale Marke in diesen Mitgliedsländern, 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, Bulgarien am 01/01/2007 und Kroatien am 01/07/2013) 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.

Der Zeitrang kann auch nach Eintragung der Unionsmarke gemäß [Artikel 40 UMV](#) beansprucht werden. Weitere Einzelheiten siehe [Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 1, Änderungen in Eintragungen](#).

13.3 Identität der Marken

Die Prüfung von Zeitrangansprüchen beschränkt sich auf Formalien und das Erfordernis der Identität der Marken.

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 unter [Abschnitt 11.2.2.1](#) näher ausgeführt wird.

13.4 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).

13.5 Behandlung von Mängeln im Zusammenhang mit der Prüfung des Zeitrangs

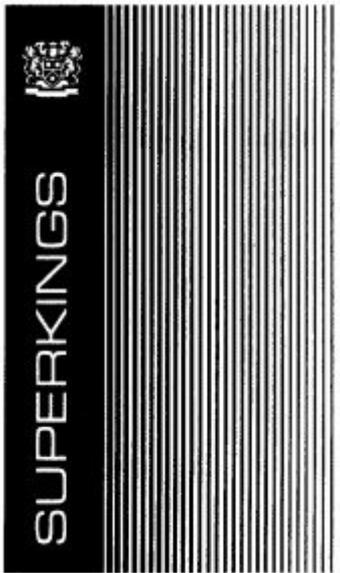
Wenn der Anspruch nicht gültig ist, die ältere Eintragung nicht mit der Unionsmarkenanmeldung identisch ist, der Zeitranganspruch nicht fristgemäß geltend

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.

13.6 Beispiele für Zeitrangansprüche

Beispiele für als identisch angesehene Zeichen	
UM-Anmeldung (Wortmarke) CELOTAPE	Zeitranganspruch (Wortmarke) Celotape
UM-Anmeldung (Wortmarke) Daisys Gingerbread	Zeitranganspruch (Wortmarke) Daisy's Gingerbread
UM-Eintragung (Bildmarke) 	Zeitranganspruch (Bildmarke) 

<p>UM-Anmeldung (Wortmarke) CULTILENE</p>	<p>Zeitranganspruch (Serienmarken)</p> <p>CULTILENE</p> 
---	--

Beispiele für nicht als identisch angesehene Zeichen	
<p>UM-Anmeldung Nr. 9 817 735 (Bildmarke)</p> 	<p>Zeitranganspruch (Bildmarke)</p> 
<p>UM-Anmeldung (Wortmarke) Great changes in education PLC</p>	<p>Zeitranganspruch (Wortmarke) Grate changes in education PLC</p>
<p>UM-Anmeldung Nr. 8 786 485 (Bildmarke)</p> 	<p>Zeitranganspruch (Bildmarke)</p> 

Beispiele für nicht als identisch angesehene Zeichen	
UM-Anmeldung Nr. 14 061 881 (Bildmarke) 	Zeitranganspruch (Bildmarke) 
UM-Anmeldung Nr. 18 128 227 (Bildmarke) 	Zeitranganspruch (kombinierte Marke) 

Beispiele für identische und nicht identische Zeichen bei Inanspruchnahme der Priorität, die auch in Bezug auf Zeitrangansprüche als identische bzw. nicht identische Zeichen gelten würden, siehe [Abschnitt 11.3.2.](#)

14 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 internationalen Eintragung oder der nachträglichen Benennung der EU eingereicht worden, und erhält gegebenenfalls dieselbe Priorität. Weitere Informationen über die Umwandlung gemäß dem Madrider Protokoll siehe [Richtlinien, Teil M, Internationale Marken.](#)

15 Änderungen an der Unionsmarkenanmeldung

[Artikel 49 UMV](#)

[Artikel 11 DVUM](#)

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 [Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 1, Verfahren](#), und speziell in Bezug auf Einschränkungen siehe [Richtlinien, Teil B, Prüfung, Abschnitt 3, Klassifizierung](#).

Nach einer Anmeldung einer Marke in Farbe kann diese nicht mehr in eine nicht farbige Marke geändert werden (25/08/2010, [R 1270/2010-4](#)), Prüfköpfe (3D)). Der Anmelder hat dann nur die Möglichkeit, eine neue Anmeldung einzureichen.

15.1 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.

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 Nr. 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 den Wörtern „TOP“ und „FLOW“ keine Änderung der Bedeutung und Aussprache der Marke bewirkt und die optische Auswirkung der Änderung gering ist (05/08/2002, R 851/1999-2 , TOPFLOW).	
Unionsmarke Nr. 18 437 494 UM in der eingereichten Form	Vorgeschlagene Änderung
	
Der Anmelder reichte die Wiedergabe der Marke ein, ohne den kleinen Mauszeiger oben rechts zu bemerken. Er reichte eine neue Wiedergabe ein, in der er die Ersetzung beantragte und geltend machte, dass der Mauszeiger nicht Teil der Marke sei. Das Amt akzeptierte die Änderung, da es sich um einen offensichtlichen Fehler handelt, durch den die Marke nicht wesentlich geändert wurde.	

Beispiele für unzulässige Änderungen (im Sinne der Formerfordernisse)	
UM Nr. 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 Nr. 6 013 668 Als „ELECTROLITIC BOLUS“ eingereichte Marke	Vorgeschlagene Änderung „ELECTROLITYC BOLUS“

Beispiele für unzulässige Änderungen (im Sinne der Formerfordernisse)
<p>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.</p>

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.

Beispiele für unzulässige Änderungen (im Sinne der Formerfordernisse)	
<p>UM Nr. 6 538 524</p> <p>UM in der eingereichten Form</p> <div style="text-align: center;">  </div>	<p>Vorgeschlagene Änderung</p> <div style="text-align: center;">  </div>
<p>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.</p>	

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 [Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 1, Änderungen in Eintragungen](#).

16 Umwandlung

[Artikel 139 Absatz 1](#) und [Artikel 140 Absatz 1 UMV](#)

[Artikel 22 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 [Richtlinien, Teil E, Register, Abschnitt 2, Umwandlung](#).

Veraltet