
HUFELD

Juristischer Leitfaden für Markenründer: Erfolgreiche Markenmeldung und rechtliche Absicherung.

Wir bei HUFELD sind im Markenrecht spezialisiert und brennen für neue Ideen und Projekte. Wir unterstützen Sie bei jedem Schritt. Von der Gründung Ihres Unternehmens bis zur Markenmeldung und langfristigen Absicherung Ihrer Marke. Der nachfolgende Leitfaden bietet eine Übersicht der rechtlichen Schritte, die für den erfolgreichen Aufbau und Schutz einer Marke notwendig sind.

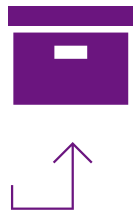
1. Was ist eine Marke?

Eine Marke ist ein immaterielles Recht, das Ihrem Unternehmen hilft, Produkte oder Dienstleistungen von anderen zu unterscheiden. Sie kann aus Wörtern, Logos, Farben, Formen, Slogans oder einer Kombination dieser Elemente bestehen. Die Marke ist nicht nur ein rechtliches Schutzinstrument, sondern ein strategisches Asset, das erhebliche wirtschaftliche Bedeutung hat. Sie schützt die Identität und Reputation eines Unternehmens im Wettbewerb und kann ein wichtiger Faktor für den Unternehmenserfolg und die Marktpräsenz sein.



2. Markenfähigkeit

Nicht jedes Zeichen ist markenfähig. Damit eine Marke rechtlichen Schutz erhält, muss sie unterscheidungskräftig sein und darf keine beschreibenden oder irreführenden Begriffe enthalten. Darüber hinaus dürfen keine älteren Rechte Dritter verletzt werden, wie z. B. bestehende Marken, Firmennamen oder geschützte Bezeichnungen.



Wichtige Punkte zur Schutzfähigkeit:

- **Unterscheidungskraft:** Die Marke muss sich von anderen im Markt befindlichen Zeichen unterscheiden. Um den Anforderungen der Unterscheidungskraft gerecht zu werden, sollten Fantasienamen, kreative Kombinationen oder Logos gewählt werden, die unverwechselbar sind.
- **Keine beschreibenden Angaben:** Allgemein beschreibende Begriffe oder Gattungsbezeichnungen sind nicht schutzfähig, da sie im Allgemeininteresse nicht monopolisiert werden dürfen.
- **Keine bösgläubige Anmeldung:** Die Marke darf nicht in der Absicht angemeldet werden, bestehende Rechte zu verletzen oder den Wettbewerb zu behindern. Beispielhaft zu nennen sind hier das vorsätzliche Blockieren von Mitbewerbern, das Ausnutzen des guten Rufs einer etablierten Marke, oder die Registrierung einer Marke zum Zweck des späteren Verkaufs an den eigentlichen Rechteinhaber.

3. Markenrecherche

Bevor eine Marke angemeldet wird, ist eine umfassende Markenrecherche unerlässlich. Hierdurch wird geprüft, ob es bereits ähnliche oder identische Marken gibt, die in denselben Waren- oder Dienstleistungsklassen eingetragen sind. Eine Recherche schützt Sie vor möglichen Konflikten und teuren Rechtsstreitigkeiten.

- **Nationale Markenregister durchsuchen:** In Deutschland ist das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) die zuständige Behörde. Eine Recherche erfolgt im DPMA-Register.
- **Internationale Markenregister prüfen:** Wenn Sie Ihre Marke auch außerhalb Deutschlands schützen möchten, sollten Sie auch internationale Register, wie das der EUIPO (Europäische Union) oder WIPO (weltweit), einbeziehen.
- **Firmenregister und Domainnamen überprüfen:** Auch in Firmen- und Handelsregistern sollten ähnliche Einträge geprüft werden.



4. Markenmeldung

Nach erfolgreicher Recherche können Sie die Marke anmelden. Die Anmeldung erfolgt beim zuständigen Markenamt. In



Deutschland ist dies das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA). Es gibt auch die Möglichkeit, eine Gemeinschaftsmarke bei der EUIPO oder eine internationale Marke bei der WIPO anzumelden.

Anmeldung beim DPMA:

- **Form der Marke:** Definieren Sie, ob Sie eine Wortmarke, Bildmarke oder eine kombinierte Wort-Bild-Marke anmelden wollen.
- **Waren- und Dienstleistungsklassen:** Wählen Sie die Klassen aus, in denen die Marke geschützt werden soll (basierend auf der Nizza-Klassifikation).
- **Anmeldegebühren:** Die Gebühren hängen von der Anzahl der gewünschten Klassen ab. Für drei Klassen beträgt die Grundgebühr in Deutschland 290 Euro (bei elektronischer Anmeldung).
- **Prüfverfahren:** Das DPMA prüft, ob alle formalen Anforderungen erfüllt sind und ob absolute Schutzhindernisse vorliegen. Es erfolgt jedoch keine umfassende Prüfung auf mögliche Kollisionen mit bestehenden Marken.
- **Widerspruchsverfahren:** Dritte können innerhalb von drei Monaten gegen Ihre Markenmeldung Widerspruch einlegen, wenn sie sich in ihren Rechten verletzt sehen.

Optionale Anmeldungen:

- **EU-Marke:** Bei der EUIPO kann eine Anmeldung zur Gemeinschaftsmarke eingereicht werden, die in allen Mitgliedstaaten der EU Schutz gewähren kann.
- **Internationale Marke:** Über die WIPO können Sie eine internationale Markenregistrierung anstreben, die auch internationalen Schutz ermöglicht.

5. Markenschutz

Mit der erfolgreichen Registrierung erlangt die Marke Schutzrechte. Diese umfassen insbesondere das exklusive Nutzungsrecht der Marke für die geschützten Waren und Dienstleistungen. Sie können anderen die Nutzung der Marke untersagen, sie lizenzieren oder gegen Rechtsverletzungen vorgehen.

- **Geltungsbereich:** Der Schutz bezieht sich auf die im Markenregister festgelegten Klassen von Waren und Dienstleistungen.
- **Durchsetzung der Rechte:** Sie können Unterlassungsansprüche, Schadensersatzforderungen oder Vernichtungsansprüche geltend machen, wenn Dritte die Marke verletzen.
- **Schutzdauer:** Eine eingetragene Marke ist zunächst für 10 Jahre geschützt und kann beliebig oft



um jeweils weitere 10 Jahre verlängert werden.

6. Überwachung und Verteidigung

Die Registrierung einer Marke allein bietet keinen vollständigen Schutz.



Es ist wichtig, Ihre Marke kontinuierlich zu überwachen, um mögliche Verletzungen zu erkennen und darauf zu reagieren.

Maßnahmen zur Überwachung:

- **Markenüberwachungsdienst:** Nutzen Sie spezialisierte Markenüberwachungsdienste, um neue Markenmeldungen zu erkennen, die Ihre Marke verletzen könnten.
- **Regelmäßige Recherchen:** Führen Sie regelmäßige Überprüfungen der Markenregister durch.
- **Aktive Durchsetzung:** Gehen Sie bei Markenverletzungen konsequent vor. Dies kann außergerichtlich durch Widerspruch und Abmahnungen oder gerichtlich durch einstweilige Verfügungen und Klagen geschehen.

7. Markenlizenzierung und Markenübertragung

Eine Marke stellt ein wirtschaftliches Gut dar, das Sie gegen Entgelt an Dritte lizenzieren oder übertragen können.

Exklusiv- oder Nicht-Exklusiv-Lizenz: Bestimmen Sie, ob Sie einer Partei ein exklusives Nutzungsrecht oder mehreren Parteien ein nicht-exklusives Nutzungsrecht einräumen wollen.

Lizenzvertrag: Ein Lizenzvertrag regelt die Bedingungen der Nutzung, die Vergütung und die Verpflichtungen des Lizenznehmers. Eine schriftliche Vereinbarung ist essenziell.

Übertragung der Marke: Eine Marke kann wie jedes andere Vermögensrecht verkauft oder übertragen werden. Dies muss im Markenregister vermerkt werden, um rechtliche Gültigkeit zu haben.



HUFELD Rechtsanwälte
Hackenstraße 2
80331 München
089 20035733
hufeld-law@hufeld.com

Wir bei HUFELD verstehen die Komplexität und den Wert von Geistigem Eigentum und bieten unseren Mandanten eine umfassende Palette von Dienstleistungen, um ihre Rechte zu schützen, zu verteidigen und zu maximieren.

Mehr Infos unter www.hufeld.com