

# Modernisiertes Markengesetz in Kraft

## Einführung von Gewährleistungsmarke und neuen Markenformen

Am 14. Januar 2019 ist das modernisierte deutsche Markengesetz in Kraft getreten, mit dem eine EU-weite Harmonisierung des Markenrechts in Deutschland umgesetzt wurde. Als **neue Markenkategorie** (neben der Individualmarke und der Kollektivmarke) gibt es jetzt auch die **Gewährleistungsmarke**, die quasi ein geschütztes Qualitätssiegel bildet. Durch den Wegfall des Erfordernisses der grafischen Darstellbarkeit wurde der Weg zu **neuen Markenformen** geebnet und den werbenden Markennutzern völlig neue Möglichkeiten des Markenschutzes eröffnet. Zudem wurde das Widerspruchsverfahren modernisiert und die Vorschriften zur Markenverlängerung geändert. Neue Regeln zum Nichtigkeitsverfahren, das künftig beim DPMA geführt wird, folgen.

### INHALT — HIGHLIGHTS:

- **NEUES DE-MARKENGESETZ**
  - **GEWÄHRLEISTUNGSMARKE**
  - **NEUE MARKENFORMEN**
  - **WIDERSPRUCHGRÜNDE**
  - **SCHUTZHINDERNISSE**
  - **LAUFZEITBERECHNUNG**

### Neue Markenkategorie Gewährleistungsmarke

Um *Qualitätssiegel* oder *Zertifikate* markenrechtlich zu schützen, wurden bislang Individualmarken angemeldet und für solche Produkte oder Dienstleistungen lizenziert, die den vom Markeninhaber vertraglich festgelegten Kriterien entsprachen. Der Europäische Gerichtshof hat jedoch derart verwendeten Marken die rechtserhaltende Benutzung abgesprochen, so dass für den Gesetzgeber Handlungsbedarf bestand. Es wurde daraufhin die neue Markenkategorie der **Gewährleistungsmarke** eingeführt. Für solche Gewährleistungsmarken sind in einer Markensatzung die Kriterien für die Erlaubnis zur Benutzung der jeweiligen Gewährleistungsmarke festzulegen. Gerne erteilen wir Ihnen detaillierte Auskunft zur Anmeldung und Benutzung dieser neuen Gewährleistungsmarken.

### Neue Markenformen

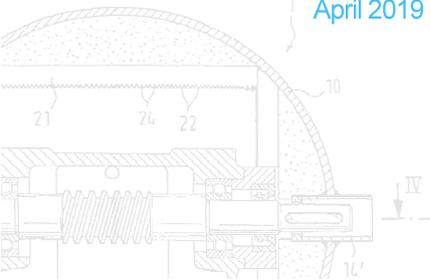
Das *Erfordernis der grafischen Darstellbarkeit* ist *entfallen*, so dass nun beispielsweise auch Marken schützbare sein können, die nur aus Geräuschen oder aus bewegten Bildern (Video-Clips) oder aus einem Hologramm bestehen. Ja sogar der Schutz für Geruchsmarken oder haptische Marken ist denkbar. Die Marke muss nur eindeutig wiedergebbar oder beschreibbar sein. Hier einige Beispiele neuer Markenformen:

#### Klangmarke

Die bislang schützbare Hörmarke war grafisch darstellbar, beispielsweise in Notenschrift für eine Melodie. Da jetzt die grafische Darstellbarkeit nicht mehr erforderlich ist, kann *jede Art von akustischer Erscheinung* als Marke angemeldet werden. Beispielsweise ein spezielles synthetisches Auspuffgeräusch als markentypisches Annäherungsgeräusch für ein Elektrofahrzeug oder das Geräusch des Umblätterns einer Zeitung als Startgeräusch für eine Computer-App oder schlicht nur das Geräusch des Herzschlags als Telefon-Pausen-"Melodie" einer Arztpraxis oder ein Feuerwehr-Martinshorn als Handy-Klingelton.

#### Bewegungsmarke

Eine Bewegungsmarke umfasst eine *Abfolge von Bildern* oder ein sich bei der Wiedergabe *änderndes Bild*. Markenschutz-Szenarien für Bewegungsmarken sind zum Beispiel kurze markentypische Video-Clips aus der Movie-Werbung (TV, Kino, Internet) oder bewegte Startbildschirm-Clips beispielsweise von Computer-Apps oder von Fahrzeug-Navigationssystemen.



## Multimediamarke

Wird eine Bewegungsmarke von Ton oder Geräuschen begleitet, so lässt sich eine solche Kombination aus Bewegtbildern und Klang als *Multimediamarke* schützen. Die Markenschutz-Szenarien sind die gleichen wie bei den Bewegungsmarken.

## Hologramm-Marke

Für *Hologramme*, die je nach Lichteinfall und Blickwinkel unterschiedliche Bilder zeigen, konnte bislang der für ein Hologramm typische Bildwechsel nicht grafisch dargestellt werden. Die jetzt mögliche Hinterlegung einer Videodatei bei der Marken-anmeldung ermöglicht nun auch den Markenschutz für Hologramme. Beispiele hierfür sind der Markenschutz von Hologramm-Aufklebern als Originalitätssiegel für Luxuswaren oder für leicht zu fälschende Produkte wie Musik-, Film- oder Software-CDs/ DVDs oder Authentizitätssiegel für Urkunden.

## Haptische Marke (Tastmarke)

Denkbar ist auch ein Markenschutz für besonders charakteristische Oberflächenstrukturen, die über den Tastsinn zu erfassen sind, sofern sich eine solche Oberflächenstruktur in Textform beschreiben lässt; zum Beispiel eine *"Getränkeflasche mit über den Umfang verteilten Vertiefungen, die jeweils eine genoppte Oberfläche aufweisen"*.

## Geruchsmarke

Auch für mit dem Geruchssinn erfassbare Individualisierungen eines Produkts oder einer Dienstleistung ist jetzt ein Markenschutz grundsätzlich möglich, wenn sich der besondere Geruch eindeutig beschreiben lässt, beispielsweise eine *"Kugelschreibertinte, die den Duft von frischen Erdbeeren verströmt"* oder die *"Beduftung von Verkaufsräumen eines Juweliers mit dem Geruch von frisch geriebenen Äpfeln"*.

Allerdings gilt auch für die neuen Markenformen, dass sie als Herkunftshinweis geeignet sein müssen, also für die zu schützenden Waren/Dienstleistungen unterscheidungskräftig sind sowie für den Wettbewerb nicht freizuhalten sind. Ein Erdbeerduft für Gebäck wird wohl ebenso wenig schutzfähig sein wie das Geräusch eines Herzschlags als Einschaltgeräusch eines Blutdruck-Messgeräts.

## Neue Widerspruchsmöglichkeiten und absolute Schutzhindernisse

Marken-Widersprüche können künftig auf mehrere ältere Zeichen gestützt werden; es ist nicht mehr erforderlich, für jedes ältere Widerspruchszeichen einen eigenen Widerspruch einzulegen. Zudem lassen sich Widersprüche jetzt auch auf geschützte geografische Angaben (g.g.A.) und auf geschützte Ursprungsbezeichnungen (g.U.) stützen. Im Markenwiderspruchsverfahren wird jetzt auch national eine Cooling-Off-Frist eingeführt, die von beiden Parteien beantragt werden muss.

Als zusätzliche absolute Schutzhindernisse kommen geschützte geografische Ursprungsbezeichnungen und geschützte geografische Angaben, geschützte traditionelle Bezeichnungen für Weine und Lebensmittel-Spezialitäten sowie geschützte Sortenbezeichnungen hinzu.

## Neue Laufzeitberechnung

Die Frist zur Verlängerung von Marken endet künftig taggenau mit dem "Geburtstag" der Marke. Die Marken-Verlängerungsgebühr wird 6 Monate vor dem "Geburtstag" zur Zahlung fällig. Nach dem "Geburtstag" folgt eine 6-monatige Nachfrist, in der aber bereits ein Zuschlag zu zahlen ist. Sie werden unsere Verlängerungs-Erinnerungen für Marken daher künftig etwa 2 Monate vor der Fälligkeit erhalten.

