



Aktuelle Rechtsprechung zur Markenrechtsrichtlinie

Vortrag zum



Seminar

Markenschutz

PA Dr. Ralf SIECKMANN

Cohausz Dawidowicz Hannig & Partner
Schumannstr. 97-99, 40235 Düsseldorf

 chdgermany@aol.com

www.copat.com



Übersicht Rechtsprechung EuGH

Markeneintragung

Markenbenutzung

Markenkollision

EULAW®

COPAT®

EUPAT®



Markeneintragung

Graphische Darstellbarkeit (I)

Sieckmann / DPMA C-273/00 12.12.02 – Geruchszeichen

Anmeldung Geruchsmarke Methylcinnamat 97 für DL mit Beschreibung des Geruchs, Strukturformel $C_6H_5CH=CHCOOCH_3$, Hinterlegung Probe / Adresse

Erstprüfer beanstandet f. Unterscheidungskraft, Erinnerungsprüfer f. grafische Darstellbarkeit, BPatG legt Kriterien zu neuen Markenformen EUGH vor

EuGH: (1) Ein Zeichen, das als solches nicht visuell wahrnehmbar ist, kann eine Marke sein, sofern es insbesondere mit Hilfe von Figuren, Linien oder Schriftzeichen grafisch dargestellt werden kann und die Darstellung klar, eindeutig, in sich abgeschlossen, leicht zugänglich, verständlich, dauerhaft und objektiv ist.
(2) Eine Beschreibung des Geruchs, eine chemische Strukturformel, eine Hinterlegung oder eine Kombination der Maßnahmen ist keine grafische Darstellung i.S. der Markenrichtlinie.



Markeneintragung

Graphische Darstellbarkeit (II)

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

Libertel / BBM orange C-104/01 06.05.03 - Farbmarke *per se*



Anmeldung 96 für TK für Orange, wiedergeben mit Farbkarte ohne Farbcode,
BBM 97: keine Verkehrsdurchsetzung, Klage 98 abgewiesen, Beschwerde Hoge Raad, Vorabentscheidungsersuchen

EuGH:

- (1) Grafische Darstellbarkeit nicht durch Hinterlegung einer Farbkarte, Beschreibung, aber Bezeichnung durch international anerkannten Kennzeichnungscode wie RAL, Pantone ;
- (2) Unterscheidungskraft i.d.R. über Verkehrsdurchsetzung



Markeneintragung

Graphische Darstellbarkeit (III) 2003

EULAW®

COPAT®

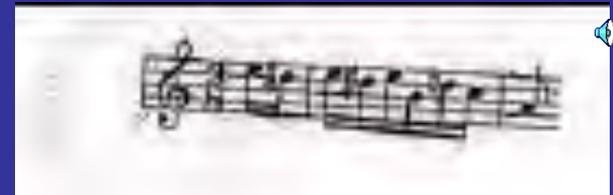
EUPAT®

Shield Mark / Jost 27.11.03 – Hörmarke, Geräusch

BBM Markenmeldung für **DE EERSTE NEGEN NOTEN VAN FUR ELISE**

HET GEKRAAN VAN EEN HAAN, Verletzungsklage aus Anmeldung gegen Nachahmer, Gerichtshof weist ab, Hoge Raad legt vor

EuGH? nichtvisuelle Zeichen, Kriterien wie in C-273/00, nicht Beschreibung, z.B. E, DIS, E, DIS, E, H, D, C, A; Die Marke besteht aus den ersten neun Tönen von „für Elise“, auf Klavier gespielt, Das Krähen eines Hahns... Hinterlegung?, aber in Notenschrift





Markeneintragung Unterscheidungskraft (I)

Windsurfing Chiemsee 04.05.99 C -108/97

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

Es ist nicht nur die Eintragung von geographischen Bezeichnungen als Marken verboten, die Orte bezeichnen, die von den beteiligten Verkehrskreisen aktuell mit der betreffenden Warengruppe in Verbindung gebracht werden, sondern auch solcher geographischer Bezeichnungen, die zukünftig von den betroffenen Unternehmen als Herkunftsangabe für die betreffende Warengruppe verwendet werden können; Auch muß die zuständige Behörde in den Fällen, in denen die betreffende geographische Bezeichnung von den beteiligten Verkehrskreisen aktuell nicht mit der betroffenen Warengruppe in Verbindung gebracht wird, prüfen, ob vernünftigerweise zu erwarten ist, daß mit einer solchen Bezeichnung nach Auffassung dieser Kreise die geographische Herkunft dieser Warengruppe bezeichnet werden kann; Schließlich ist bei dieser Prüfung von Belang, inwieweit den beteiligten Verkehrskreisen die betreffende geographische Bezeichnung bekannt ist und welche Eigenschaften der bezeichnete Ort und die betreffende Warengruppe haben.



Markeneintragung

Unterscheidungskraft (I) 9.2001 - 4.2003

Procter & Gamble / HABM Baby-dry C-383/99 - 20.09.01
angemeldet 96 in KL. 16, 25 für Wegwerfwindeln, Prüfer weist 01.98 wg. FB, BK 07.98 wg. U, FB, EuG 07.99 wg. FB zurück, EuGH hebt auf, weist an BK zurück, Bk weist 07.02 an Prüfer zurück, bekanntgemacht 11.02, seit 2003 im Widerspruch vor HABM.

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

EUGH: Als Marke nicht eintragbar

- bei Fehlen **gestalterischer** Merkmale oder **zusätzlicher** Bestandteile, bei deren Vorhandensein das Zeichen nicht ausschließlich beschreibend;
- eine Bezugnahme des Zeichens auf eine **wesentliche** Eigenschaft der Ware und nicht nur eine sekundäre oder der Ware nicht eigentümliche Eigenschaft;
- die **Erkennbarkeit dieser Bezugnahme** für die als Verbraucher der Ware angesprochenen Verkehrskreise.





Markeneintragung

Freihaltebedürfnis Kombination von Begriffen 2003

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

HABM / WM Wrigley DOUBLEMINT C-191/01 – EuGH 23.10.03

angemeldet 96 in KL. 3,5, 30 u.a. Prüfer weist wg. FB, BK 06.99 wg. FB zurück, EuG hebt 01.01 BK auf, EuGH hat EuG aufgehoben.

SA: 1) Art, in der ein Ausdruck in Beziehung zu Ware, zu ihren Merkmale steht.

2) Art, in der ein Ausdruck wahrgenommen wird

3) Bedeutung des Merkmals für die Ware, in der Vorstellung des Verbrauchers
(gewöhnlich – phantasievoll)

Fehlender Nachweis des Wortes in Lexika kann es dennoch Freihaltebedürftig machen, da Weglassen eines Zwischenraum keiner Phantasie bedarf; üblicher Sprachgebrauch. Eine nicht Freihaltebedürftige Marke muss ein zusätzliches Element aufweisen oder ein bedeutendes beschreibendes Element weglassen, um von Geschäftsleuten / Verbraucher als nicht warenbeschreibend angesehen zu werden.

Doublemint: Hinweis auf doppelten Minzgeschmack der Ware



Markeneintragung 3-D-Marke , Produktform

EULAW®

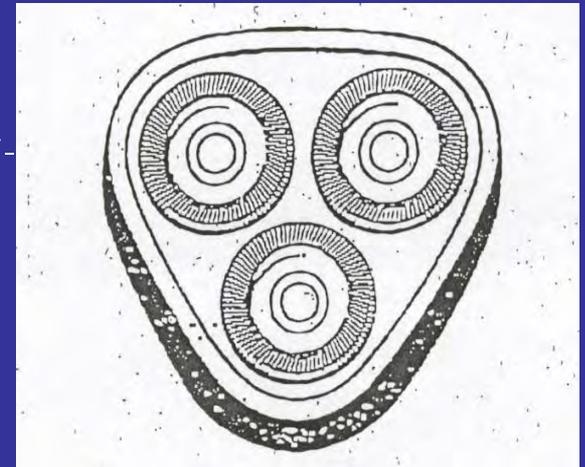
COPAT®

EUPAT®

Phillips / Remington C-299/99 – 18.06.02

3D Marke 1985 in England angemeldet, Remington bringt ähnlichen Scherkopf auf den Markt. Phillips klagt, Widerklage auf Nichtigkeit durch Remington, High Court löscht Marke wegen f. Unterscheidungskraft, Court of Appeal legt 99 vor.

EuGH: Ein Zeichen, das ausschließlich aus der Form der Ware besteht, ist nicht eintragungsfähig, wenn nachgewiesen wird, dass die wesentlichen funktionellen Merkmale dieser Form nur der technischen Wirkung zuzuschreiben sind. Ferner kann durch den Nachweis, dass es andere Formen gibt, mit denen sich die gleiche technische Wirkung erzielen lässt, nicht das Eintragungshindernis oder der Grund für die Ungültigerklärung nach dieser Vorschrift ausgeräumt werden.





Markeneintragung Täuschungsgefahr

Verbr.schutzverein / Sektkellerei Keßler

Riesling-Hochgewächs / Kesseler Hochgewächs C-303/97 28.01.99

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

Als Täuschung genügt die Feststellung nicht, dass eine Marke, die ein Wort enthält, das in der Bezeichnung eines der in dieser Bestimmung genannten Erzeugnisse enthalten ist, als solche mit dieser Bezeichnung verwechselt werden kann.

Daneben muss nachgewiesen werden, dass die Verwendung der Marke tatsächlich geeignet ist, die angesprochenen Verbraucher irrezuführen und daher ihr wirtschaftliches Verhalten zu beeinflussen. Hierbei muss man darauf abstellen, wie ein durchschnittlich informierter, aufmerksamer und verständiger Durchschnittsverbraucher diese Angabe wahrscheinlich auffassen wird.



Durch Benutzung erl. Unterscheidungskraft (I)

- Alcon / HABM – BBS C-192/03 (Nichtigkeit)
Marke angemeldet, eingetragen für Augenheilmittel.
Nichtigkeitsantrag mit Beweisen aus Wörterbüchern, Rote Liste, daß Bezeichnung im Deutschen / Englischen eine Abkürzung (Balanced Salt Solution, Buffered Saline Solution), Gattungsbegriff für die Ware ist.
Markeninhaberin reicht als Beweis für erlangte Unterscheidungskraft (1) eine BSS Überwachungsliste und Vereinbarungen mit Dritten vor, daß es ein Programm zur Kontrolle der Benutzung der Marke in Italien, Deutschland, Großbritannien gibt.
Weiter soll (2) in der EU jährliche Werbung zu BSS für 0,5 Mill. US \$ bei jährlichen Umsätzen von 16 Mill US \$ erfolgt sein, Rechnungen aus FI, SE, NL über 1 - 5.000 € .
- EuG, BK und Nichtigkeitsabteilung sehen die Unterlagen zu A. 7 (3) als unzureichend an.



Durch Benutzung erl. Unterscheidungskraft (II)

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

- Alcon / HABM – BBS C-192/03 (Nichtigkeit)
- **Rechtsbeschwerde vom 12.05.03**
 - (1) die Voraussetzungen zu A. 7 (1) d sind falsch gewürdigt
 - (2) die Eintragung in Wörterbüchern und anderen Referenzmaterialien sei kein Hinderungsgrund nach A. 7 (1) d
 - (3) Berücksichtigung von nicht vorveröffentlichten Materialien, z.B. Rote Liste 2000
 - (4) fehlende Berücksichtigung der Überwachungspraxis von Alcon
 - (5) Nichtberücksichtigung der Benutzungsunterlagen



Unterscheidungskraft bei Wort-/ Bildmarke (I)

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

- BioID / HABM – **BioID.**[®] C-91/03
Marke 96 angemeldet für Computersoftware, -Hardware,
Telekommunikation und ComputerDL.
- EuG, BK und Prüfer sehen keine Unterscheidungskraft.



Unterscheidungskraft bei Wort-/ Bildmarke (II)

BioID / HABM –  C-91/03

Rechtsbeschwerde vom 02.03.03:

(1) die Voraussetzungen zu A. 7 (1) b sind falsch gewürdigt, da die Word- / Bildmarke aus der Sicht des Durchschnittsverbrauchers geeignet ist, die angemeldeten Waren / Dienstleistungen von den Waren / Dienstleistungen Dritter zu unterscheiden, und damit eine Herkunftsfunktion auszuüben.

(2) Bei zutreffender Würdigung von A. 7 I (b) hätte der EuG auch A. 7 I (c) prüfen müssen, und hätte so kein Freihaltebedürfnis festgestellt.



EuGH 2004/5: Einzelhandelsdienstleistungen

Praktiker Bau- und Heimw.. / DPMA – Praktiker C-418/02

Vorabentscheidungsgesuch des BPatG vom 15.10.02

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

1. Stellt der Einzelhandel mit Waren eine Dienstleistung i.S. von Art. 2 MRL dar?
Falls diese Frage bejaht wird:
 2. Inwieweit sind derartige Dienstleistungen eines Einzelhändlers inhaltlich zu konkretisieren, um die Bestimmtheit des Gegenstands des Markenschutzes zu gewährleisten, welche erforderlich ist
 - a) für die in Art. 2 MarkenRL geregelte Funktion der Marke, Waren und Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden,
 - b) für die Abgrenzung des Schutzbereichs einer solchen Marke im Kollisions-fall?
 3. Inwieweit ist der Bereich der Ähnlichkeit (Art. 4 I lit. b und Art. 5 I lit. b MarkenRL) zwischen derartigen Dienstleistungen eines Einzelhändlers und
 - a) sonstigen im Zusammenhang mit dem Vertrieb von Waren erbrachten Dienstleistungen oder
 - b) den vom jeweiligen Einzelhändler vertriebenen Waren abzugrenzen?



Übersicht Rechtsprechung EuGH

Markeneintragung

Markenbenutzung

Markenkollision

EULAW®

COPAT®

EUPAT®



Markenbenutzung Benutzung als Marke



EULAW®

Arsenal / Reed Arsenal C-206/01 12.11.02

COPAT®

Fußballclub Arsenal verklagt Verkäufer von Arsenal Fanartikeln wegen Markenverletzung. Verkäufer weist auf Schild darauf hin, daß zwischen ihm und Arsenal keine Geschäftsverbindung besteht, also keine Handlung im geschäftlichen Verkehr stattfindet.

EUPAT®

EuGH stellt Handeln im geschäftlichen Verkehr fest, da Verbraucher das Schild später bei Benutzung der Artikel nicht mehr sehen und eine post-sales Confusion nicht auszuschließen sei, also keine beschreibende Nichtbenutzung vorliegt.





Markenbenutzung Ernsthafte Benutzung (I)

Ansul/Ajax - Minimax C-40/01 11.03.03

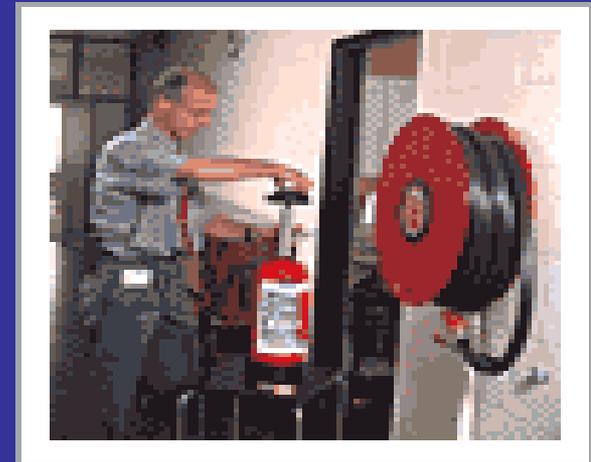
EULAW®

COPAT®

EUPAT®

„Ernsthafte“ Markenbenutzung (Nr. 37)

- Benutzung „auf dem Markt“
- für geschützte Waren und Dienstleistungen
- Vorbereitung hierzu durch Werbung, bei unmittelbarer Einführung
- auch bei Zusammenhang mit vertriebenen Waren
- Kundendienst
- Verkauf von Zubehörwaren
- Wartung
- Reparatur





Markenbenutzung Ernsthafte Benutzung (II)

EULAW®

HIWATT / HABM HIWATT T-39/01 12.12.02

COPAT®

„Ernsthafte“ Markenbenutzung:

EUPAT®

- stetige, stabile und tatsächliche Benutzung auf dem Markt (Nr. 36)

Beweis: Englischsprachiger Katalog mit Abbildungen
Lautsprechern, Verstärkern

So II auf Messe in Deutschland verteilt worden sein





Markenbenutzung Ernsthafte Benutzung (III)

J. Coulborn / OHIM - Cocoon 12.03.03 T-174/01

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

Benutzungsunterlage: Versandkatalog 1997/98 mit Abb. der Marke auf der Ware Bekleidung. Nach Fristablauf: Der Katalog „werde in Millionenauflage in BX, FR vertrieben mit erzielten Umsätze von > 1 Mrd. FF.“

(1) WA weist zurück, da Benutzungsumfang nicht **nachgewiesen**.

(2) BK gibt Beschwerde statt, da **in erster Instanz** bereits Auflage und Umsätze vorgetragen worden sind und **dies durch die Gegenseite nicht bestritten wurde**.

(3) EuG **hebt Entscheidung auf**, da BK verspätete Tatsachen ohne Stellungnahme der Markenanmelderin im Beschluss verwandt hat.



Ernsthafte Benutzung (IV) SA 2004?

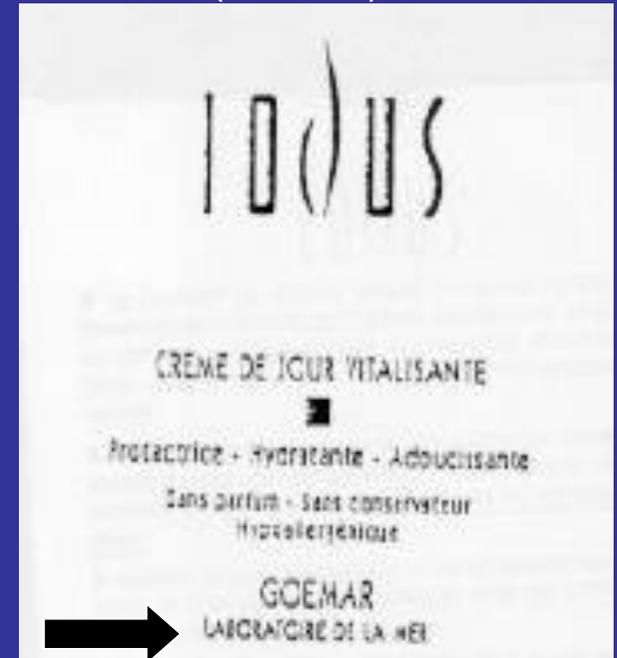
La Mer Technology v Lab. Goemar – Laboratoire de la mer C-259/02

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

- Marke (a) 1989 eingetragen für Kosmetika, Parfümerie (b) 1990 für Arzneimittel, Diätetika, ..
- (1) Vor **Hearing Officer** werden jährliche Umsätze von £ 800 für Kosmetika; von £ 500 für Diätetika belegt, Marke wird für übrige Waren gelöscht
- (2) Klage zum **High Court**, Benutzung für Kosmetika sei **nicht ernsthaft**.
- (3) **High Court** legt EuGH Fragen zur ernsthaften Benutzung vor.
- (4) EuGH regt an, die Vorabentscheidung zurückzuziehen (ANSUL)
- (5) **High Court** streicht am 20.06.03 1 Frage, restliche Fragen **bleiben**.





Ernsthafte Benutzung (V) SA 2004 ?

La Mer Technology / Lab. Goemar – Laboratoire de la mer C-259/02

Vom High Court vorgelegte Fragen

(1) Welche Faktoren sollen bei der „ernsthaften Benutzung“ nach A 10(1), 12 (1) der MR berücksichtigt werden

(2) Soll das Ausmaß der Benutzung einer Marke, für die es für die Waren / DL in einem Mitgliedsstaat registriert wurde, berücksichtigt werden

(3) Sofern der Benutzungsumfang gering ist

(4) Sofern die Frage zu 3 verneint wird, wie soll bestimmt werden, wieviel Benutzung ausreicht, und soll der Test die Art und Größe des Geschäft des Markeninhabers einschließen

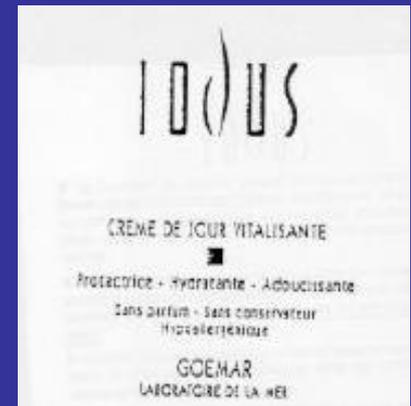
(5) gestrichen

(6) Ist es notwendig, Benutzungshandlungen nach Einreichung einer Nichtigkeitsklage zu verwerfen, selbst wenn die Benutzung während des Zeitraums ernsthaft gewesen ist.

EULAW®

COPAT®

EUPAT®





Übersicht Rechtsprechung EuGH

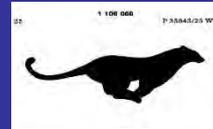
Markeneintragung

Markenbenutzung

Markenkollision



Markenkollision ähnliche Zeichen (I)



Sabel / Puma
für identische Waren in Klasse 18 und 25

C-251/95 11.11.97

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

*..ergibt sich, daß der Begriff der Gefahr der gedanklichen Verbindung keine Alternative zum Begriff der Verwechslungsgefahr darstellt, sondern dessen Umfang genauer bestimmen soll. Bereits nach ihrem Wortlaut ist diese Bestimmung daher nicht anwendbar, wenn für das Publikum keine Verwechslungsgefahr besteht (Rnr. 18). Bei dieser umfassenden Beurteilung ist hinsichtlich der Ähnlichkeit der betreffenden Marken **im Bild**, im Klang oder in der Bedeutung auf den Gesamteindruck abzustellen, den die Marken hervorrufen, wobei insbesondere die sie unterscheidenden und dominierenden Elemente zu berücksichtigen sind... Der Durchschnittsverbraucher nimmt eine Marke aber normalerweise als Ganzes wahr und achtet nicht auf die verschiedenen Einzelheiten. (Rnr. 23) Die Verwechslungsgefahr ist um so größer, je größer sich die Kennzeichnungskraft der älteren Marke darstellt. Daher kann bei einer Ähnlichkeit in der Bedeutung ... eine Verwechslungsgefahr dann bestehen, wenn der älteren Marke entweder von Hause aus oder kraft Verkehrsgeltung eine besondere Kennzeichnungskraft zukommt (Rnr. 24 f).*



Markenkollision Ähnliche Zeichen (klanglich)

EULAW®

Lloyd / Kljisen (Lloyd / Loints)

C-342/97 22.06.98

COPAT®

jeweils für Waren in Klasse 25

EUPAT®

*Bei dieser Beurteilung sind insbesondere die Eigenschaften zu berücksichtigen, die die Marke von Haus aus besitzt, einschließlich des Umstands, ob sie beschreibende Elemente in bezug auf die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen worden ist, aufweist, des von der Marke gehaltenen Marktanteils, der Intensität, der geographischen Verbreitung und der Dauer der Benutzung dieser Marke, des Werbeaufwands des Unternehmens für die Marke, des Teils der beteiligten Verkehrskreise, der die Waren und Dienstleistungen aufgrund der Marke als von einem bestimmten Unternehmen stammend erkennt, sowie der Erklärungen von Industrie- und Handelskammern oder von anderen Berufsverbänden. (Rnr. 22f) Um zu beurteilen, wie weit die Ähnlichkeit zwischen den betreffenden Marken geht, muß das vorliegende Gericht den Grad ihrer Ähnlichkeit im Bild, **im Klang** und in der Bedeutung bestimmen sowie ggf unter Berücksichtigung der Art der betreffenden Waren oder Dienstleistungen und der Bedingungen, unter denen sie vertrieben werden, bewerten, welche Bedeutung diesen einzelnen Elementen beizumessen ist. (Rnr. 27).*



Markenkollision Ähnliche Waren (I)

EULAW®

Canon / MGM (Canon / Cannon)

C-39/97 29.09.98

COPAT®

jeweils für Waren in Klasse 9

EUPAT®

Bei der Beurteilung der Ähnlichkeit der betroffenen Waren oder Dienstleistungen sind ... alle erheblichen Faktoren zu berücksichtigen, die das Verhältnis zwischen den Waren oder Dienstleistungen kennzeichnen. Zu diesen Faktoren gehören insbesondere deren Art, Verwendungszweck und Nutzung sowie ihre Eigenart als miteinander konkurrierende oder einander ergänzende Waren oder Dienstleistungen (Rnr. 23). Daher liegt eine Verwechslungsgefahr ... dann vor, wenn das Publikum glauben könnte, daß die betreffenden Waren oder Dienstleistungen aus demselben Unternehmen oder gegebenenfalls aus wirtschaftlich miteinander verbundenen Unternehmen stammen. (Rnr. 28) So kann ein geringer Grad der Ähnlichkeit der gekennzeichneten Waren oder Dienstleistungen durch einen höheren Grad der Ähnlichkeit der Marken ausgeglichen werden und umgekehrt (Rnr. 17).

Markenkollision Ähnliche Waren (I)



EULAW®

Davidoff/Gofkid ( / ) C-292/00 9.01.03

COPAT®

je w e i l s eingetragen in Kl. 14 und 34

EUPAT®

EUGH: Sonderschutz wird für bekannte Marken nach MR auch dann gewährt, wenn sie für **ähnliche** Waren / Dienstleistungen verwendet wird



Markenkollision Verwässerung, Beinträchtigung

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

Adidas / Fitness World ( / ) C-408/01

u.a. als Beneluxmarke für Waren in Klasse 25 eingetragen

Adidas beantragt 97 aus seiner Marke einstweilige Verfügung gegen Kleidung mit zwei parallelen andersfarbigen gleichbreiten Streifen. Rechtsbank gibt statt, Gerichtshof hebt 98 auf, Rode Raad legt 01 folgende Fragen vor:

a) Ist die Frage nach der Ähnlichkeit der Marke und des Zeichens anhand eines anderen Maßstabs als desjenigen der (un)mittelbaren Herkunftsverwechslung zu beurteilen, und wenn ja, anhand welches Maßstabs?

b) Welches Gewicht kommt bei der Frage nach der Ähnlichkeit der Marke und des Zeichens dem Umstand zu, dass das beanstandete Zeichen in einem solchen Fall von den beteiligten Verkehrskreisen nur als Verzierung aufgefasst wird?



Markenkollision Verwässerung, Beinträchtigung

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

Adidas / Fitness World ( / ) C-408/01
Beneluxmarke in Klasse 25

Urteil vom 23.10.03:

(a) Ähnlichkeit zwischen einer Marke und einem Zeichen im Sinne von Artikel 5 Absatz 2 der MR ist anhand des Grades ihrer Ähnlichkeit in sensorischer Hinsicht oder in der Bedeutung zu beurteilen

(b) Das **angeblich kollidierende Zeichen muß als Marke benutzt werden, d. h. zum Zweck der Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen. Dies ist nicht der Fall, wenn das Zeichen von den beteiligten Verkehrskreisen nur als Verzierung aufgefasst wird.**

Informationen (I)

curia.eu.int/de/



EULAW®

COPAT®

EUPAT®

transitpage - Microsoft Internet Explorer

Adresse <http://curia.eu.int/de/>

Das Organ:
[Präsentation](#)
[Dienststellen des Organs](#)
[Texte und Dokumente](#)

Rechtssystem:
[Hilfe für den Benutzer](#)
[Rechtsprechung](#)
[Hilfsmittel für Recherchen](#)
[Einreichung von Verfahrensunterlagen](#)

Gerichtliche Zusammenarbeit:
[Rechtsprechung \(national und international\)](#)
[Brüsseler und Luganer Übereinkommen](#)

Aktuelles:
[Pressemitteilungen](#)
[Aktivitäten des Organs](#)
[Kalender](#)
[News](#)

es da de el en fr it nl pt fi sv

CVRIA®

Startseite Mitteilungen Suche Kontakt Links Wegweiser Register AZ

Internet



Informationen (II)

curia.eu.int/de/content/juris/index.htm

EULAW®
COPAT®
EUPAT®

instiut_index - Microsoft Internet Explorer

Adresse http://curia.eu.int/de/content/juris/index.htm

Wichtiger rechtlicher Hinweis: Für die Angaben auf dieser Website besteht **Haftungsausschluss und Urheberrechtsschutz.**

[Das Organ](#) | [Rechtsschutzsystem](#) | [Gerichtliche Zusammenarbeit](#) | [Aktuelles](#) | [webmaster](#)

Hilfe für den Benutzer

Rechtsprechung

Rechtsprechung

Suchformular (Rechtsprechung seit 06/1997)

→ - [Rechtsprechung des Gerichtshofes und des Gerichts](#)
- [Rechtsprechung des Gerichts in Beamtensachen](#)

Verzeichnis der Rechtssachen
Die auf Englisch und Französisch vorliegenden Verzeichnisse der Rechtssachennummern eröffnen den Zugang zu den Entscheidungen in allen Sprachfassungen

Beim Gerichtshof eingegangene Rechtssachen Beim Gericht erster Instanz eingegangene Rechtssachen

von 1953 bis 1988 en fr seit 1989 en fr

Mitteilungen im Amtsblatt:
- Neue Rechtssachen und Streichungen

Hinweis
- [Hinweis zur Zitierweise der Bestimmungen der Verträge in den Texten des Gerichtshofes und des Gerichts](#)
- [Zitierweise der Artikel des EG-Vertrags in der vor Inkrafttreten des Vertrages von Amsterdam geltenden Fassung](#)
- [Zitierweise der Artikel des Vertrages über die Europäische Union in der vor Inkrafttreten des Vertrages von Amsterdam geltenden Fassung](#)

CVRIA® Startseite Mitteilungen Suche Kontakt Links Wegweiser Register



Informationen (III)

curia.eu.int/jurisp/cgi-bin/formulaire/de

EULAW®
COPAT®
EUPAT®

The screenshot shows the 'NEUESTE RECHTSPRECHUNG - Form' search page. A list of legal categories is displayed on the right, with 'Geistiges Eigentum' highlighted. A black arrow points to the search input field. Below the list, search filters are visible, including 'Umfang der Suche' (set to 'Urteile'), 'Suchbegriffe (Volltext)', and 'Höchstzahl der anzuzeigenden Dokumente' (set to 100). On the right side of the page, there are red text examples: 'Bsp.: C-102/95, C, 102 oder 95 oder: T-394/94, T, 394 oder 94', 'Bsp.: 1997-02-25, 1997-02-25 - 1997-03-31', 'Bsp.: Kommission, Kommiss%', and 'Bsp.: Butter, But%'.



Informationen (IV)

anhängige Klagen EuG am 3.10.03 gegen OHMI

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

CURIA - list of cases - Microsoft Internet Explorer

Adresse <D:\Marke\Marke OHMI\Rechtsprechung\EuG\t2021003.htm>

T-298/03	Pending Case, Bieffe / Commission
T-299/03	Pending Case, Nuova Faudi / Commission
T-300/03	Pending Case, Moser Baer India / Council
T-301/03	Pending Case, Canali Ireland / OHMI
T-302/03	Pending Case, PTV Planung Transport Verkehr / OHMI
T-303/03	Pending Case, Lidl Stiftung / OHMI
T-304/03	Pending Case, Bayer / OHMI
T-305/03	Pending Case, OpusDent / OHMI
T-306/03	Pending Case, Volkswagen / OHMI
T-307/03	Pending Case, WHG Westdeutsche Handelsgesellschaft / OHMI
T-308/03	Pending Case, Wiame / Commission
T-309/03	Pending Case, Camos Grau / Commission
T-310/03	Pending Case, Kreuzer Medien / Parliament and Council
T-311/03	Pending Case, Nürburgring / Parliament and Council
T-312/03	Pending Case, Wassen International / OHMI
T-313/03	Pending Case, Keyman / Commission
T-314/03	Pending Case, Musée Grévin / Commission
T-315/03	Pending Case, Wilfer / OHMI (ROCKBASS)
T-316/03	Pending Case, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft / OHMI (ROCKBASS)
T-317/03	Pending Case, Volkswagen / OHMI
T-318/03	Pending Case, Atomic Austria / OHMI
T-319/03	Pending Case, French and others / Council and Commission
T-320/03	Pending Case, Citicorp / OHMI
T-321/03	Pending Case, Juchem and others / Council and Parliament
T-322/03	Pending Case, Telefon & Buch / OHMI

Fertig Internet



Haben Sie Fragen ?

EULAW®

COPAT®

EUPAT®

Das Foto zur **Übersicht Rechtsprechung** gibt eine Sitzung mit allen 15 Richtern (nur z.T. gezeigt) bei Grundsatzentscheidungen des EuGH wieder. Quelle: curia.eu.int.



Markenschutz

Schützen Sie Ihre Marken in der erweiterten EU, international und in den USA!

Sie erhalten Antworten auf Ihre Fragen zu:

- Anmeldung und Eintragung der Gemeinschaftsmarke
- Vorbereiten des Markenportfolios für EU-Widersprüche
- 3D-, Hör-, Farb-, und Bewegungsmarken
- Markeneintragung bei der WIPO
- EU-Marke vs. IR-Markenanmeldung
- Markenschutz in den USA
- Markenschutz in Zusammenarbeit mit dem Zoll
- Schutz vor Produkt- und Markenpiraterie
- Internetdomains – Markenkollision, Durchsetzung, Verteidigung

Aktuelle Rechtsprechung des EuGH und der BK zur Gemeinschaftsmarke!

Die Experten

Dr. Volker Bugdahl
Degussa AG

Klaus Hoffmeister
Oberfinanzdirektion Nürnberg

Dr. Ralf Sieckmann
COHAUSZ DAWIDOWICZ
HANNIG & PARTNER
Patentanwalts- und
Rechtsanwaltskanzlei

Mit Praxisbericht der
Degussa AG!

Wählen Sie Ihren Seminartermin:

- 13. und 14. November 2003 in Wiesbaden
- 1. und 2. Dezember 2003 in Düsseldorf
- 13. und 14. Januar 2004 in München

Hoher Lernerfolg durch
begrenzte Teilnehmerzahl!


MANAGEMENT CIRCLE[®]
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Neue Luxemburger Rechtsprechung – Ein Blick in die USA und ins Internet

Der Seminarleiter
Dr. Ralf Sieckmann

9.00 Aktuelle Rechtsprechung des EuGH und der

BK zur Gemeinschaftsmarke

- Zur Markeneintragung
- Zur Markenbenutzung
- Zur Markenkollision

Dr. Ralf Sieckmann

10.30 Kaffee- und Teepause

11.00 Besonderheiten und Vorteile der

Markeneintragung beim US-Patentamt

- Was man vor der Markenmeldung in USA bedenken sollte
- Das Anmeldeverfahren und die Bekanntmachung
-- Wie ist das Warenverzeichnis optimal zu formulieren?
 - Möglichkeiten, Beanstandungen auszuräumen
 - Eher selten: Widerspruch
- Markeneintragung nach Benutzungsnachweis
- Eher ganz selten: Lösungsverfahren
- Benutzungsnachweis nach der Eintragung
- Markenverlängerung

Dr. Ralf Sieckmann

12.30 Gemeinsames Mittagessen

13.45 Zusammenarbeit mit dem Zoll

Special!

Grenzbeschlagnahmung – Gewerbliche Schutzrechte im Netzwerk der Zollkontrollen

- Markensituation aus Sicht des Zolls
- Möglichkeiten eines Rechtsinhabers
- Rolle und Aufgabe der europäischen Zollverwaltung
- Zielsetzung der neuen Produktpiraterieverordnung
- Zusammenarbeit zwischen Rechtsinhaber und Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz
- Rechtliche Möglichkeiten des Einschreitens – Präventiver Markenschutz

Klaus Hoffmeister

Leiter Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz,

Oberfinanzdirektion Nürnberg,

München

15.00 Kaffee- und Teepause

15.30 Markenkollision im Internet

- Die Domain, ihre Entstehung und Wirkungen
- Markenbenutzung im Internet
- Kennzeichenkollision im Internet
- Die Durchsetzung von Kennzeichenrechte
- Verteidigungsmöglichkeiten des Domaininhabers

Dr. Ralf Sieckmann

17.00 Zusammenfassung und Gelegenheit für abschließende Fragen

17.15 Ende des Seminars

Bitte beachten Sie auch unser Seminar

Patent- & Marken-Know-how für Assistentinnen und Sekretärinnen

13. und 14. November 2003 in Frankfurt/Main
4. und 5. Dezember 2003 in Köln
12. und 13. Januar 2004 in Stuttgart

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne **Eberhard Bergmann.**

Tel.: 0 61 96/47 22-803, Fax: 0 61 96/47 22-888

E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

INHOUSE TRAINING

Zu diesen und anderen Themen bieten wir auch **firmenterne Schulungen** an. Wir beraten Sie gerne und erstellen ein individuelles Angebot.



Achim Megdiche

Tel: 0 61 96/47 22-615

E-Mail: megdiche@managementcircle.de



Dirk Gollnick

Tel: 0 61 96/47 22-646

E-Mail: gollnick@managementcircle.de

Bereiten Sie Ihr Markenportfolio für EU-Widersprüche vor!

Der Seminarleiter

Dr. Ralf Sieckmann

Patentanwalt, European Patent Attorney, Partner,

COHAUSZ DAWIDOWICZ HANNIG & PARTNER Patentanwalts- und Rechtsanwaltskanzlei, Düsseldorf

8.30 Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen

9.15 **Herzlich Willkommen**

- Vorstellen des Seminarteams und der Teilnehmer
- Darstellung der Zielsetzung des Seminars
- Abstimmung mit den Erwartungen der Teilnehmer

9.45 **Schritte bis zur Bekanntmachung der Gemeinschaftsmarkenanmeldung**

- Die Wirkung der Gemeinschaftsmarke, Auswirkungen der EU-Erweiterung
- Schutzvoraussetzungen für EU-Markenanmeldungen
- Möglichkeiten, „beschreibende“ Marken geschützt zu bekommen
- Problematische Markenformen beim HABM (3D-, Hör-, Farb- und Bewegungsmarken)
- Formalprüfung
- Sachprüfung

Dr. Ralf Sieckmann

11.15 Kaffee- und Teepause

11.45 **Das Gemeinschaftsmarkenanmeldeverfahren nach Bekanntmachung**

- Der Normalfall: Die Eintragung
- Eine seltene Ausnahme: Eingabe Dritter
- Eine Ausnahme: Widerspruch
 - Die Zulässigkeitsprüfung als Service des HABM
 - Problem bei der Begründetheit
 - Probleme bei Benutzungsfragen
 - Kosten und ihre Vollstreckung
 - Außeramtliche Verfahren (Abmahnung, Cooling-Off)

- Eine noch seltenere Ausnahme: Nichtigkeit
- Es ist nicht alles verloren: Umwandlung in nationale Marken

Dr. Ralf Sieckmann

13.15 Gemeinsames Mittagessen

14.30

Markeneintragung bei der WIPO

Inklusive der neuen Regelung zur US-Marke

- Mitgliedsländer
- Anmeldevoraussetzungen
- Formalprüfung
- Gebühren
- Eintragung, ggf. Beanstandung durch Mitgliedsländer
- Neue Entwicklungen
- Unterschiede zu nationalen Verfahren

Dr. Ralf Sieckmann

16.00 Kaffee- und Teepause

16.30 **EU-Marke vs. IR-Markenanmeldung –**

Strategische Betrachtungen

- Die Angst vor Rechtsverlust
- Recherche nach älteren Marken
 - in Deutschland
 - im IR-Bereich
 - bei den Gemeinschaftsmarken
 - global

■ Wann sollte man eine EU-Marke anmelden und in welchen Sprachen?

■ Wann sollte man eine IR-Marke anmelden?

■ Wo sind nationale Marken nach wie vor sinnvoll?

■ Den besten Schutz bietet ein guter Name!

Dr. Volker Bugdahl

Leiter Marken,

Degussa AG, Hanau

18.00 Zusammenfassung des ersten Seminartages durch den Seminarleiter, Gelegenheit für weitere Fragen

18.15 Ende des ersten Seminartages

Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde.

Management Circle lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern.

Die Experten

Dr. Volker Bugdahl

ist Leiter Marken bei der **Degussa AG** in Hanau. Nach dem Chemiestudium in Merseburg, Veszprém und Freiburg im Breisgau begann er seine berufliche Laufbahn als Projektleiter in der Unilever Forschungsgesellschaft Hamburg. 1975 wechselte er zur Degussa AG nach Frankfurt/Main und war in Forschung, Markeing und Technischer Marktinformation tätig, seit 1994 im Markenschutz. Dr. Volker Bugdahl ist Mitglied der ECTA - European Community Trademark Association und des Dechema Unterrichtsausschusses. Ergänzend zu seiner beruflichen Tätigkeit hat er sich auf die Systematik bei Entscheidungen, Ideenfindung und Problemlösen konzentriert. Hieraus resultierten Seminare für die berufliche Weiterbildung, ein Lehrauftrag an der FH Darmstadt sowie Publikationen und Fachbücher, darunter 1998 „Marken machen Märkte“ (Beck Verlag München).

Klaus Hoffmeister

wurde 1995 vom Bundesministerium für Finanzen mit der Einrichtung einer zentralen Stelle im Bereich des Gewerblichen Rechtsschutzes beauftragt und ist seitdem Leiter der Zentralstelle Gewerblicher Rechtsschutz der **Oberfinanzdirektion Nürnberg** in München. Nach seinem Studium in Gemeinschafts-, Zoll- und Verwaltungswissenschaften an der Fachhochschule des Bundes, Fachbereich Finanzen, begann Klaus Hoffmeister 1985 als Leiter der Einfuhrabfertigung beim Zollamt München Ostbahnhof. 1989 wechselte er zur Oberfinanzdirektion München, wo er in den Bereichen grenzüberschreitender Kraftfahrzeugverkehr, Zollwert, Zolllagerverfahren und Einfuhrumsatzsteuer tätig war.

Dr. Ralf Sieckmann

ist Patentanwalt, European Patent Attorney, Partner bei **COHAUSZ DAWIDOWICZ HANNIG & PARTNER Patentanwalts- und Rechtsanwaltskanzlei, Düsseldorf**. Er studierte Chemie, Rechts- und Wirtschaftswissenschaften. Schwerpunkte seiner Tätigkeit seit 1985 sind Markenrecht, Designrecht und der chemisch-technische Bereich. Zu diesen Themen hat er zahlreiche Artikel veröffentlicht und Seminare gehalten. Er ist Mitautor des Managementbuches „Business Angels“ im F.A.Z.-Verlag. Die „Sieckmann/DPMA“ Entscheidung des EuGH zu Riechzeichen ist seit 2002 Grundlage für die Beurteilung der Eintragbarkeit neuer Markenformen in der EU. Dr. Ralf Sieckmann ist mehrere Jahre Lehrbeauftragter für Gewerblichen Rechtsschutz an der FH Düsseldorf gewesen.

E-Learning von Management Circle



Ihr professioneller Partner für

- **Web Based Trainings (WBT)**
- **Individual-Produktion**

Haben Sie Fragen? Wir beraten Sie gerne!

Hajo Noll
o 61 96/77 999 - 252
noll@webacad.de

Tim Schlotfeldt

o 61 96/77 999 - 253
schlotfeldt@webacad.de

www.webacad.de

www.managementcircle.de

ng: 0 61 96/47 22 - 9999

Markenschutz

Ich/Wir nehme(n) teil am:

- 13. und 14. November 2003 in Wiesbaden 11-42271
- 1. und 2. Dezember 2003 in Düsseldorf 12-42272
- 13. und 14. Januar 2004 in München 01-42273

1 NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

2 NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

3 NAME/VORNAME

POSITION/ABTEILUNG

MITARBEITER: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

FIRMENNAME

STRASSE/POSTFACH

PLZ/ORT

TELEFON/FAX

E-MAIL

(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN VON MANAGEMENT CIRCLE ZU ERHALTEN)

DATUM

UNTERSCHRIFT

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT:

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN: ABTEILUNG

RECHNUNG BITTE AN: ABTEILUNG

Bitte rufen Sie mich an, ich interessiere mich für

- Inhouse-Trainings
- E-Learning
- Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten

Über Management Circle

Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen.

Mit kompetenten Bildungsleistungen garantieren wir durch

unsere Erfahrung Fach- und Führungskräften nachhaltigen Lernerfolg.

Unser Angebot: Vom praxisnahen Seminar bis zur richtungswisenden Kongressmesse – von der individuellen Bildungsberatung bis zum innovativen E-Learning (www.webacad.de).

Mit über 40.000 Teilnehmern bei unseren Präsenzveranstaltungen im Jahr 2002 gehört die Management Circle AG zu den Marktführern im deutschsprachigen Raum.

www.managementcircle.de - Hier anmelden