

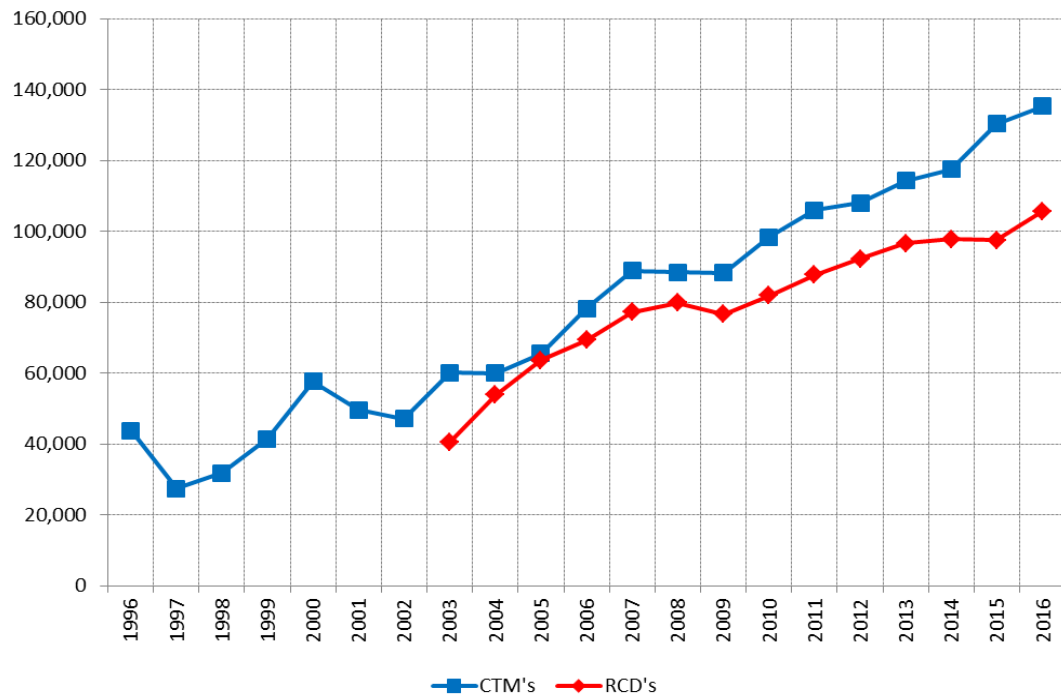
BERICHT ÜBER FAKTEN UND ZAHLEN 2016

WICHTIGE ZAHLEN

UM	2016	Gegenüber 2015	GGM	2016	Gegenüber 2015
Direkte Anmeldungen	116 511	+7 %	Direkte Anmeldungen	90 729	+5 %
Internationale Registrierungen	18 785	-14 %	Internationale Registrierungen	14 889	+31 %
GESAMT	135 296	+4 %	GESAMT	105 618	+8 %

UM	2016	Gegenüber 2015	GGM	2016	Gegenüber 2015
Widersprüche	19 122	+11 %	Nichtigkeit	507	+88 %
Löschungen	1955	-5 %	Beschwerden	83	-8 %
Beschwerden	2363	-6 %			

MARKEN- UND GESCHMACKSMUSTERANMELDUNGEN IN DER VERGANGENHEIT (direkte Anmeldungen und internationale Registrierungen)



Marken

Im Jahr 2002 war ein Rückgang der Anmeldungen um 16 % zu verzeichnen, was auf das Platzen der Dot.com-Blase zurückzuführen war.

2003 war in Erwartung der EU-Erweiterung im Jahr 2004 wieder ein Anstieg festzustellen.

Aufgrund der Wirtschaftskrise war 2008 und 2009 ein Rückgang bei den Anmeldungen um 7 % zu verzeichnen. 2009 hielten sie sich auf unverändertem Niveau. Anschließend war wieder eine hohe Wachstumsrate zu beobachten, die sich im zweiten Halbjahr 2016 jedoch verlangsamte.

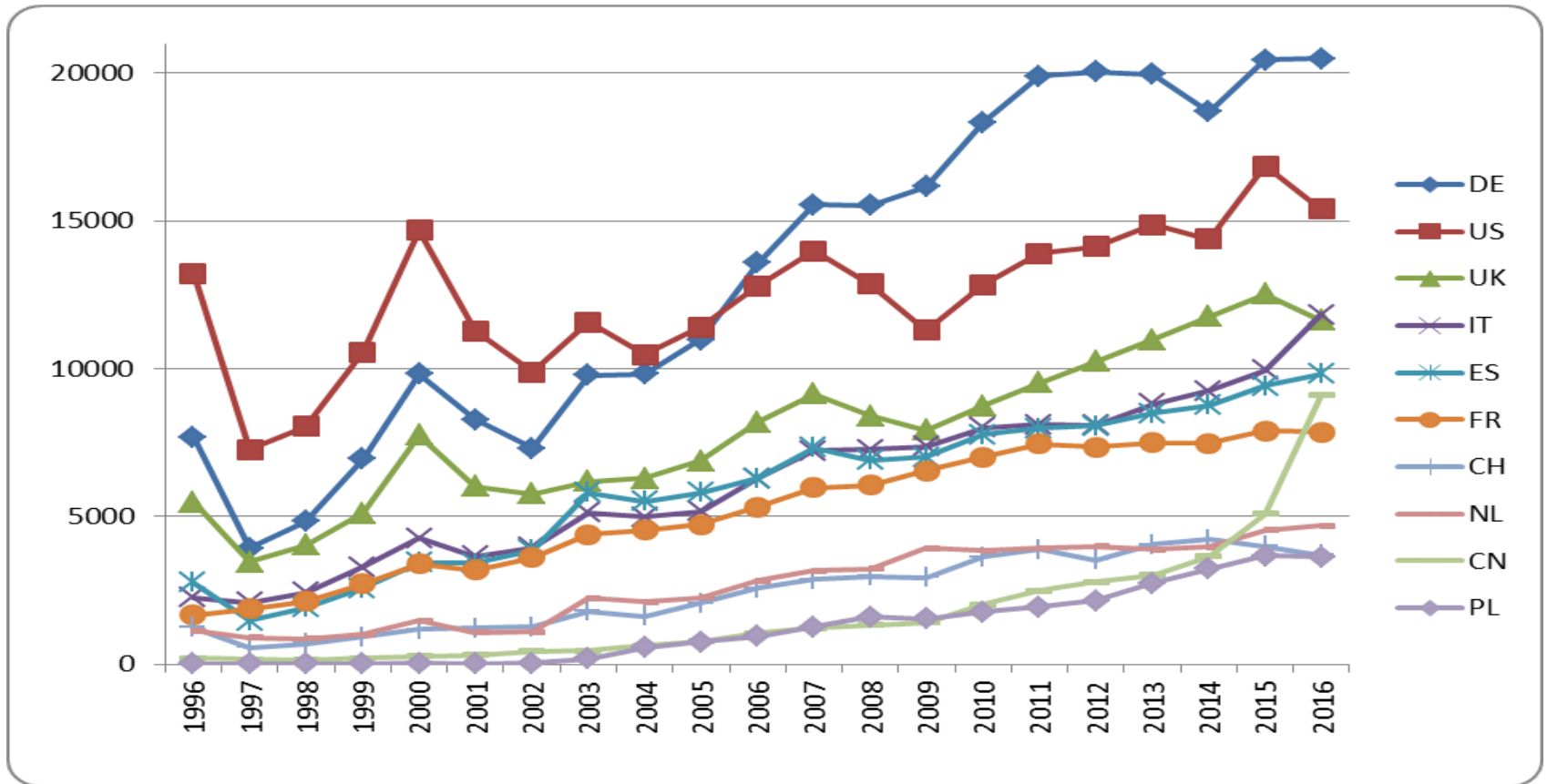
Geschmacksmuster

Die ersten GGM wurden 2003 angemeldet. Die Anmeldung der ersten internationalen Geschmacksmuster erfolgte 2008.

Aufgrund der Wirtschaftskrise war 2009 ein Einbruch bei den Anmeldungen um 12 % zu verzeichnen.

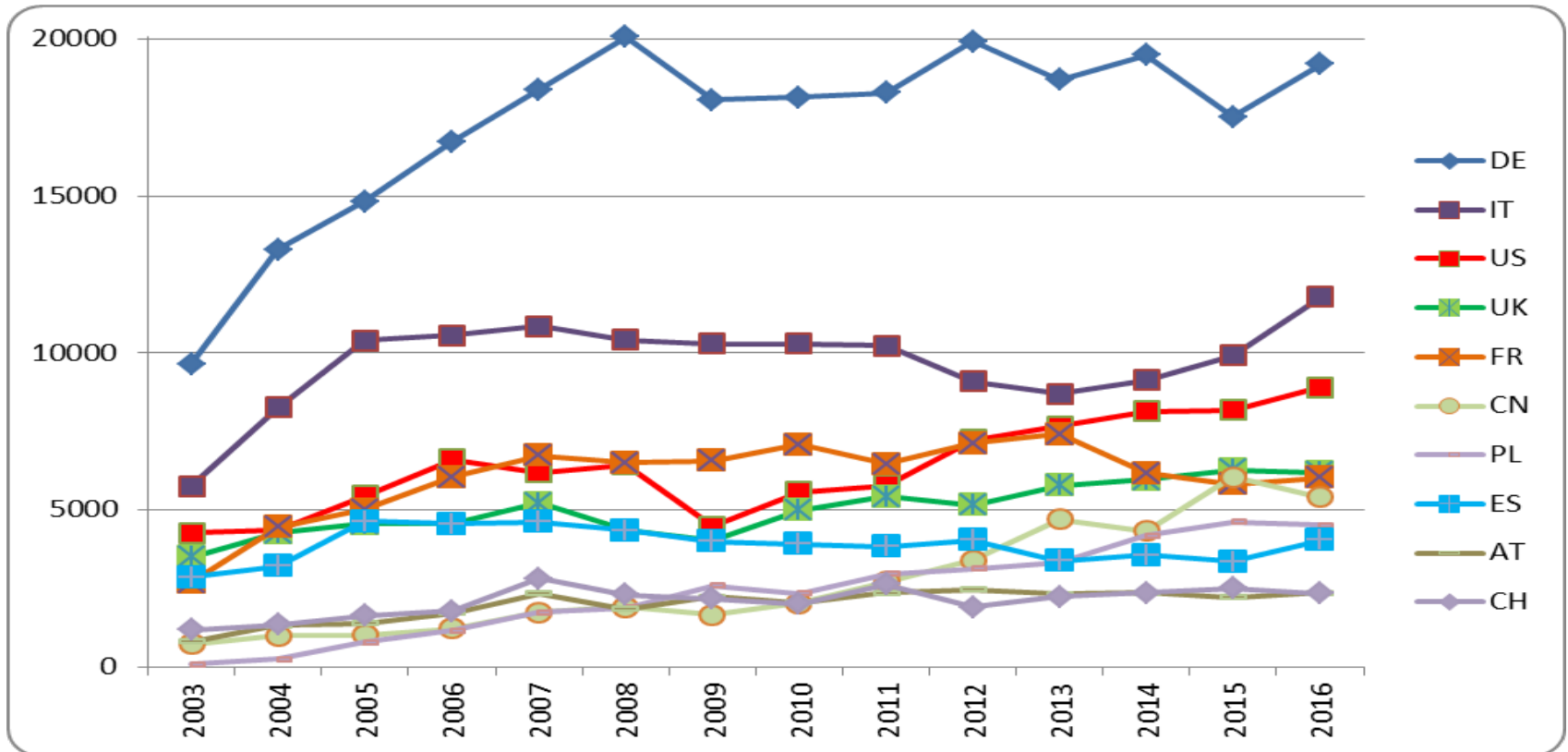
2016 war der stärkste Anstieg bei den Anmeldungen seit mehreren Jahren³ zu beobachten.

DIE ZEHN WICHTIGSTEN LÄNDER BEI UM-ANMELDUNGEN (2016)



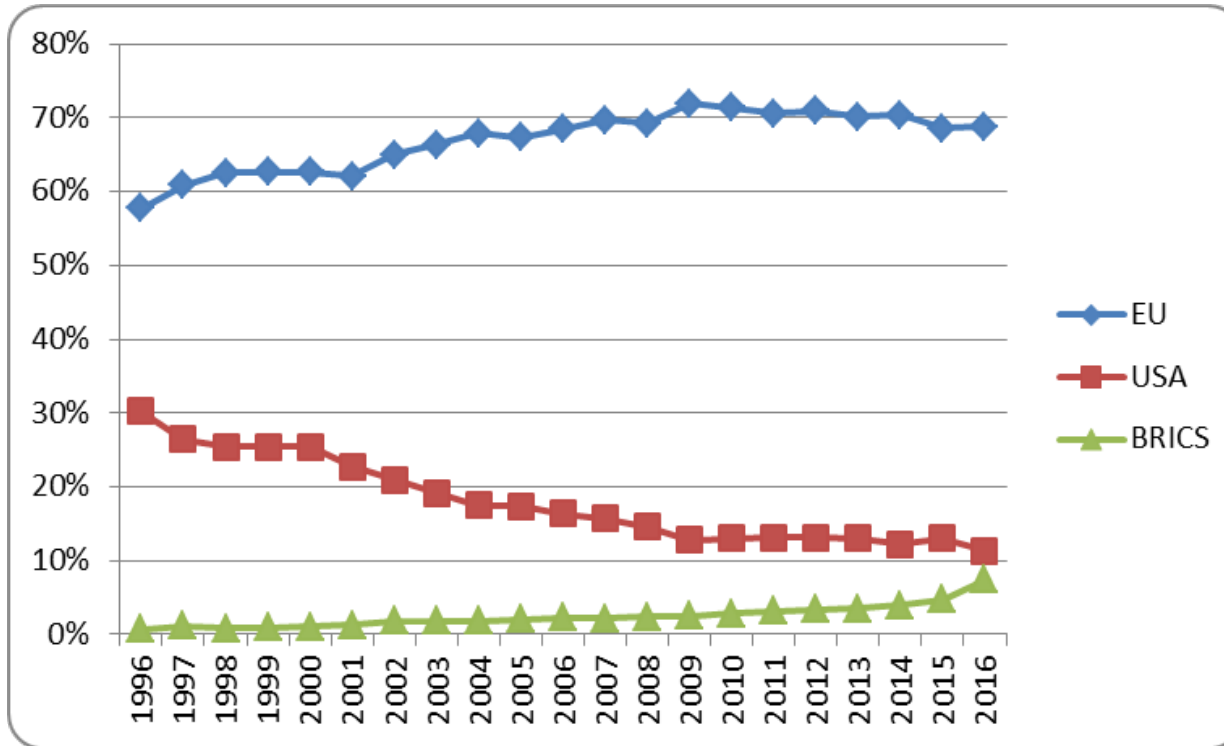
69 % aller Anmeldungen stammen aus EU-Ländern. Auf die zehn wichtigsten Länder entfallen 73 % aller UM-Anmeldungen.

DIE ZEHN WICHTIGSTEN LÄNDER BEI GGM-ANMELDUNGEN (2016) (nur direkte Anmeldungen)



73 % aller Anmeldungen stammen aus EU-Ländern. Auf die zehn wichtigsten Länder entfallen 78 % aller GGM-Anmeldungen.

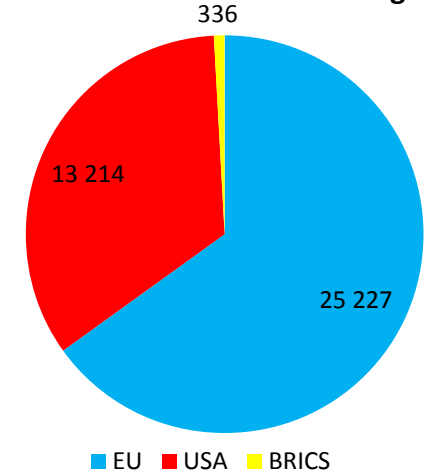
UM-ANMELDUNGEN NACH GROSSEN WIRTSCHAFTSBLOCKEN



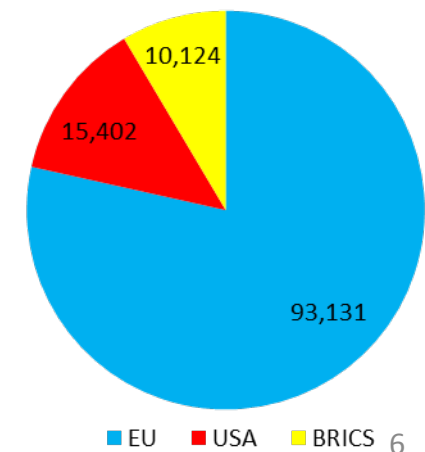
Zwischen 1996 und 2009 stieg der Anteil der Anmeldungen aus EU-Ländern von 58 % auf 72 %. Seither ist er leicht gesunken, bis auf 69 % im Jahr 2016. Auf die BRICS-Länder (Brasilien, Russland, Indien, China, Südafrika) entfallen derzeit 7,5 % der Anmeldungen.

Der Anteil der Anmeldungen aus den Vereinigten Staaten ist im Laufe der Zeit etwas gesunken und beträgt derzeit 11 %.

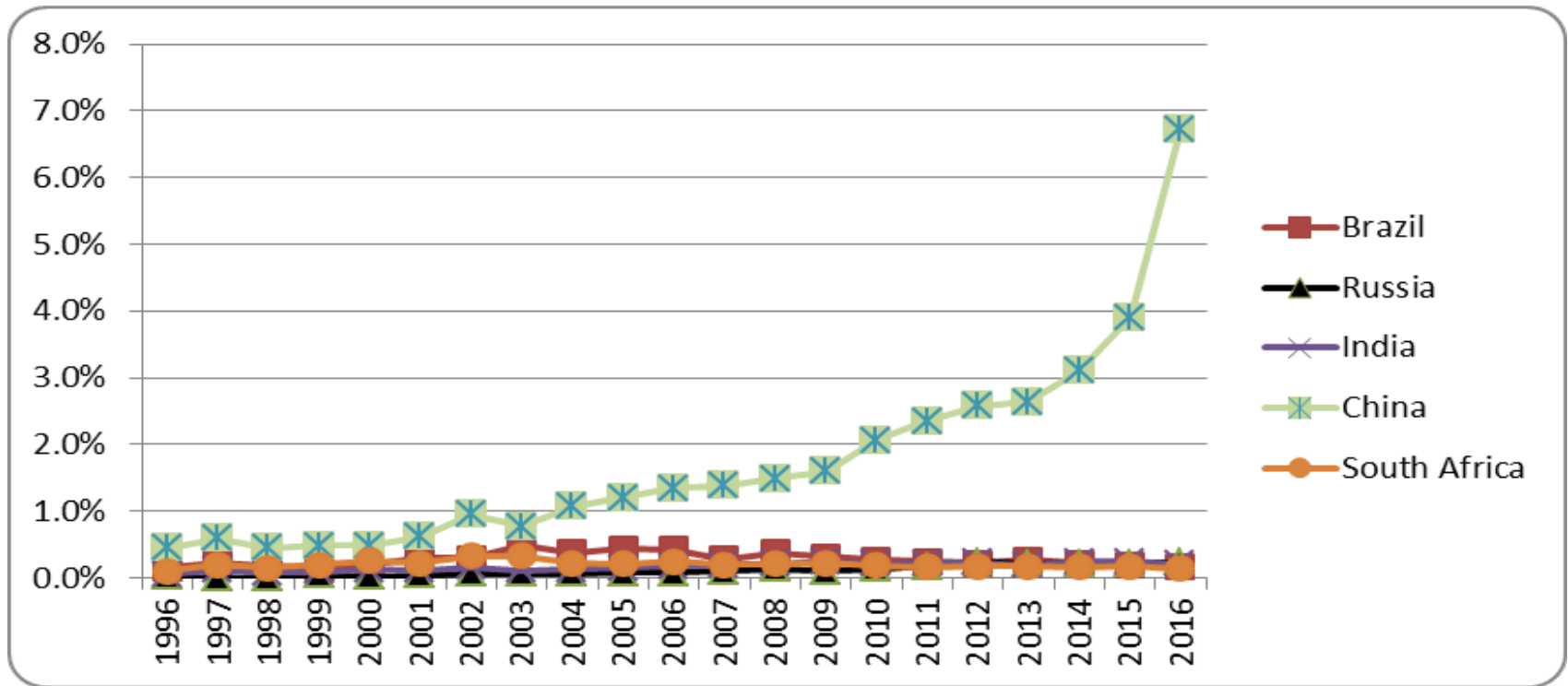
Anteil an den UM-Anmeldungen 1996



EUTM applications share 2016

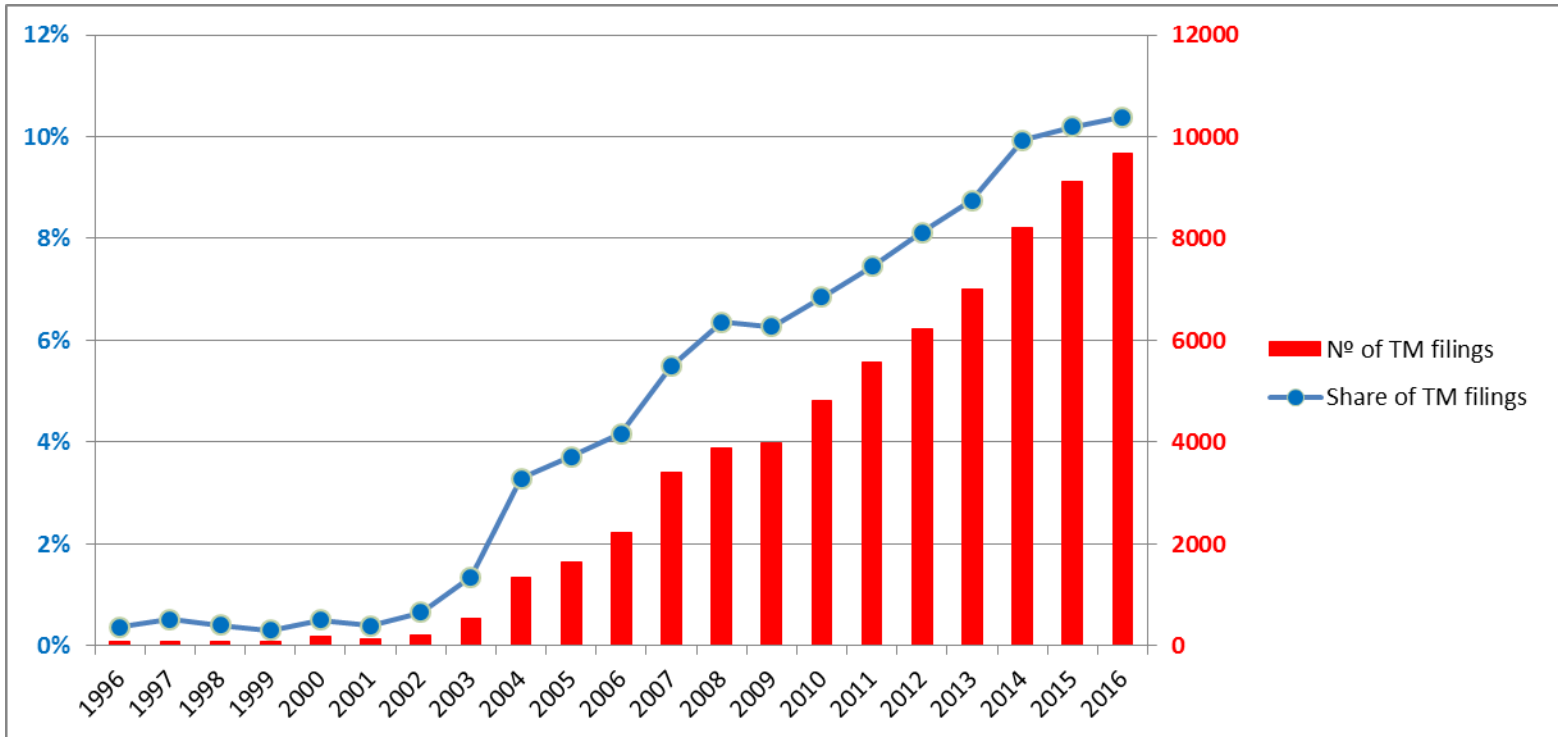


UM-ANMELDUNGEN AUS BRICS-LÄNDERN



Die Zunahme der Anmeldungen aus den BRICS-Ländern kann China zugerechnet werden (einschließlich Hongkong und Macao). 2015 entfielen auf China 3,9 % aller Anmeldungen, 2016 war ein Anstieg auf 6,7 % festzustellen. Die Zahl der UM-Anmeldungen aus den übrigen vier BRICS-Ländern ist angesichts der Größe ihrer Volkswirtschaften nach wie vor gering.

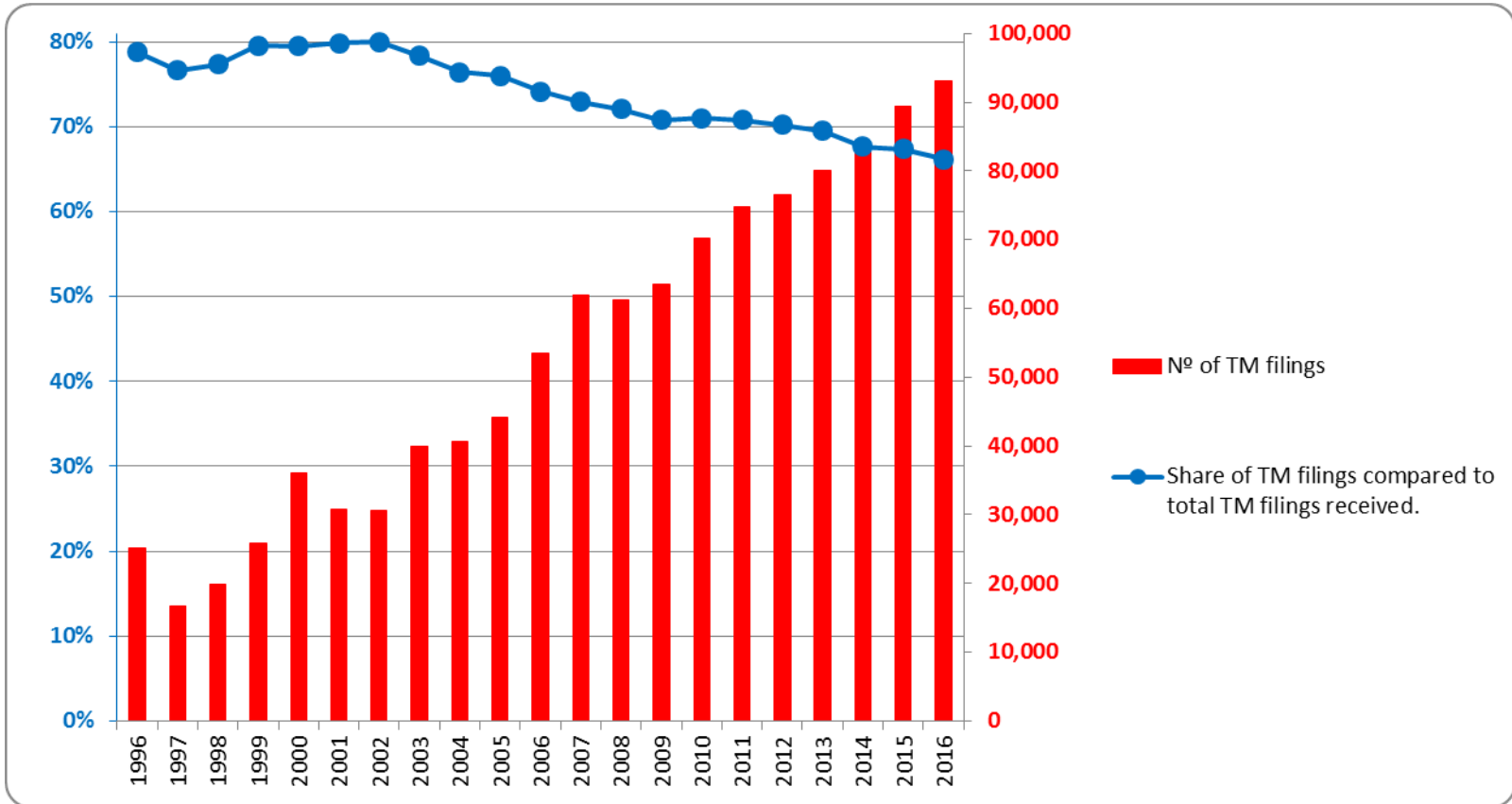
ANTEIL DER UM-ANMELDUNGEN AUS DEN MITGLIEDSTAATEN, DIE NACH 2000 BEIGETRETEN SIND



Diese sind: Bulgarien, Estland, Kroatien, Lettland, Litauen, Malta, Polen, Rumänien, Slowakei, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn.

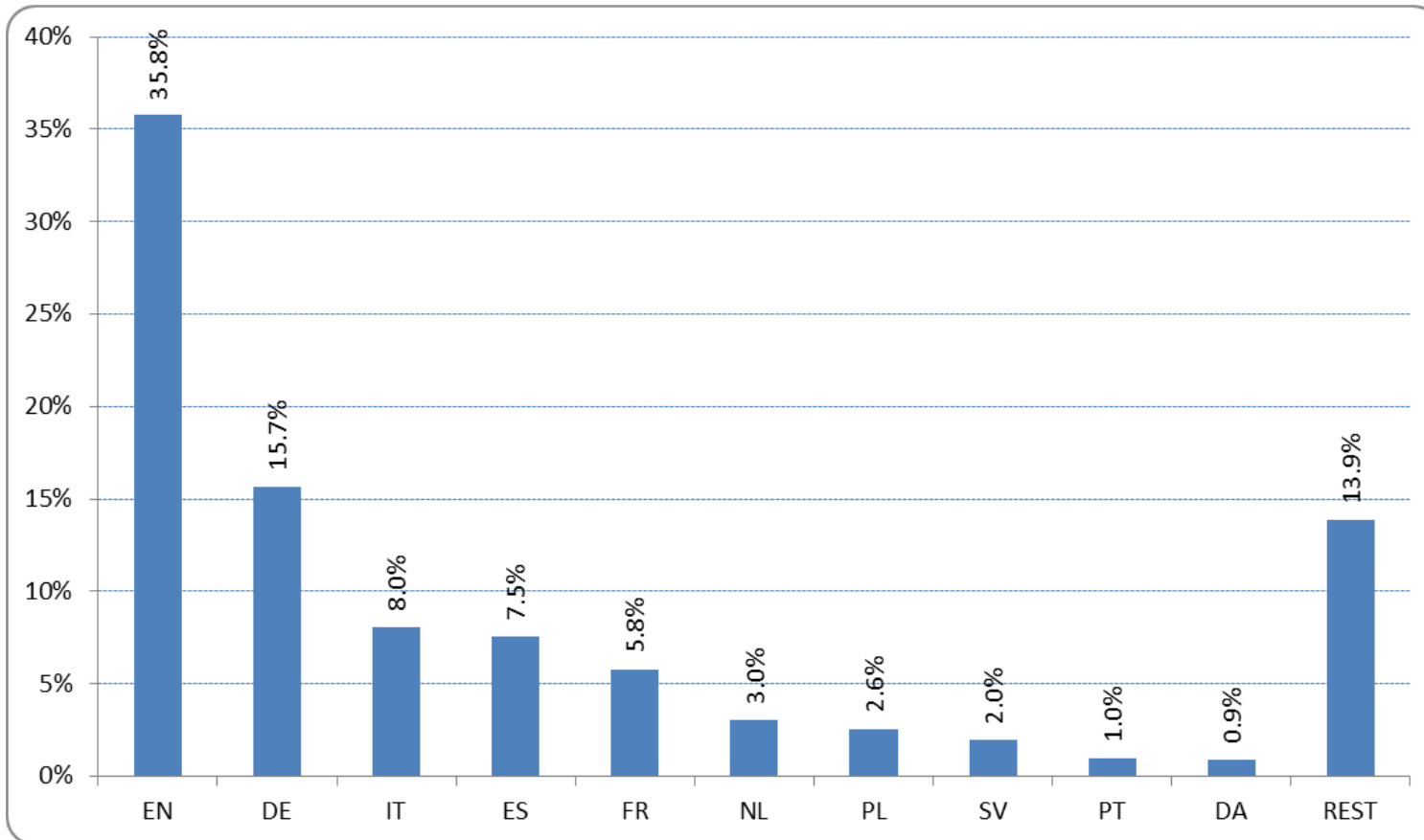
Kurz vor der EU-Erweiterung am 1. Mai 2004 war ein Anstieg bei der Zahl der UM-Anmeldungen aus den Beitrittsländern festzustellen. Ihr Anteil an den UM-Anmeldungen ist von unter 1 % im Jahr 2003 auf 10,4 % im Jahr 2016 gestiegen.

ANTEIL DER FÜNF GRÖSSTEN EU-VOLKSWIRTSCHAFTEN AN DEN UM-ANMELDUNGEN



Diese sind: Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien und Vereinigtes Königreich. Insgesamt nehmen die UM-Anmeldungen aus diesen fünf Ländern zu. Ihr Anteil an allen Anmeldungen entwickelt sich jedoch rückläufig und ist von 80 % im Jahr 2002 auf unter 66 % im Jahr 2016 gesunken.

AUFGLIEDERUNG NACH VERFAHRENSSPRACHEN DER UM-ANMELDUNGEN (2016)



73 % der UM werden in einer der fünf offiziellen Sprachen des Amtes angemeldet.

DIE ZEHN WICHTIGSTEN ANMELDER VON UM UND GGM (2016)

Rang	Anmelder	Zahl der UM-Anmeldungen	Rang	Anmelder	Zahl der Anmeldungen von GGM
1	LG ELECTRONICS INC.	542	1	RIEKER SCHUH AG	2557
2	L'OREAL	261	2	NIKE INC.	1815
3	HUAWEI TECHNOLOGIES CO., LTD	222	3	MICROSOFT CORPORATION	1434
4	SAMSUNG ELECTRONICS CO., LTD	203	4	PIERRE BALMAIN, S.A.S.	1146
5	DRACCO BRANDS HOLDINGS APS	196	5	BSH HAUSGERATE GMBH	1126
6	JANSEN SCHOONHOVEN CONSULTANCY BV	156	6	THE PROCTER & GAMBLE COMPANY	933
7	NOVARTIS AG	152	7	EGLO LEUCHTEN GMBH	928
8	GLAXO GROUP LIMITED	150	8	ROBERT BOSCH GMBH	905
9	JOHNSON & JOHNSON	114	9	NAKETANO GMBH	856
10	IGT, A NEVADA CORPORATION	113	10	CREATION NELSON	769

Die Rangfolge beruht auf allen Anmeldungen, unabhängig

- vom Anmeldeweg (national oder international);
- von der Tatsache, ob die UM oder das GGM über einen Vertreter angemeldet wurde;
- von der Tatsache, ob die UM oder das GGM von einer Tochtergesellschaft oder einer lokalen Niederlassung des Unternehmens angemeldet wurde.

DIE ZEHN WICHTIGSTEN UM-KLASSEN (2016)

Klasse	Nizza-Klassenüberschriften	% aller Anmeldungen
9	Wissenschaftliche, Schifffahrts-, Vermessungs-, fotografische, Film-, optische, Wäge-, Mess- Signal-, Kontroll-, Rettungs- und Unterrichtsapparate und -instrumente; Apparate und Instrumente zum Leiten, Schalten, Umwandeln, Speichern, Regeln und Kontrollieren von Elektrizität; Geräte zur Aufzeichnung, Übertragung und Wiedergabe von Ton und Bild; Magnetaufzeichnungsträger, Schallplatten; CDs, DVDs und andere digitale Aufzeichnungsträger; Mechaniken für geldbetätigte Apparate; Registrierkassen, Rechenmaschinen, Hardware für die Datenverarbeitung, Computer; Computersoftware; Feuerlöschgeräte	9,7 %
35	Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten	9,2 %
42	Wissenschaftliche und technologische Dienstleistungen sowie Forschungsarbeiten und diesbezügliche Designerdienstleistungen; Industrielle Analyse- und Forschungsdienstleistungen; Entwurf und Entwicklung von Computerhardware und -software	6,2 %
41	Erziehung; Ausbildung; Unterhaltung; Sportliche und kulturelle Aktivitäten	5,6 %
25	Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen.	4,4 %
5	Pharmazeutische Erzeugnisse, medizinische und veterinärmedizinische Präparate; Hygienepräparate für medizinische Zwecke; Diätetische Lebensmittel und Erzeugnisse für medizinische oder veterinärmedizinische Zwecke, Babykost; Nahrungsergänzungsmittel für Menschen und Tiere; Pflaster, Verbandmaterial; Zahnfüllmittel und Abdruckmassen für zahnärztliche Zwecke; Desinfektionsmittel; Mittel zur Vertilgung von schädlichen Tieren; Fungizide, Herbizide	3,4 %
16	Papier und Pappe [Karton]; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Fotografien; Schreibwaren und Büroartikel, ausgenommen Möbel; Klebstoffe für Papier- und Schreibwaren oder für Haushaltszwecke; Künstlerbedarfs- und Zeichenartikel; Pinsel; Lehr- und Unterrichtsmaterial; Folien und Beutel aus Kunststoff für Einpack- und Verpackungszwecke; Drucklettern, Druckstöcke	3,1 %
3	Wasch- und Bleichmittel; Putz-, Polier-, Fettentfernungs- und Schleifmittel; Nicht medizinische Seifen; Parfümeriewaren, ätherische Öle, nicht medizinische Kosmetika, nicht medizinische Haarwässer; Nicht medizinische Zahnputzmittel	3,0 %
30	Kaffee, Tee, Kakao und Kaffee-Ersatzmittel; Reis; Tapioka und Sago; Mehle und Getreidepräparate; Brot, feine Backwaren und Konditorwaren; Speiseeis; Zucker, Honig, Melassesirup; Hefe, Backpulver; Salz; Senf; Essig, Soßen [Würzmittel]; Gewürze; Kühleis	2,7 %
38	Telekommunikation	2,6 %
Anteil der zehn wichtigsten Klassen (an allen 45 Klassen)		49,8 %

Die vier wichtigsten NIZZA-Klassen betreffen etwa ein Drittel der UM-Anmeldungen.

Die Klassen 15 (Musikinstrumente), 23 (Garne und Fäden für textile Zwecke) und 13 (Schusswaffen; Munition und 12 Geschosse; Sprengstoffe; Feuerwerkskörper) werden nur bei 0,1 % der UM-Anmeldungen angegeben.

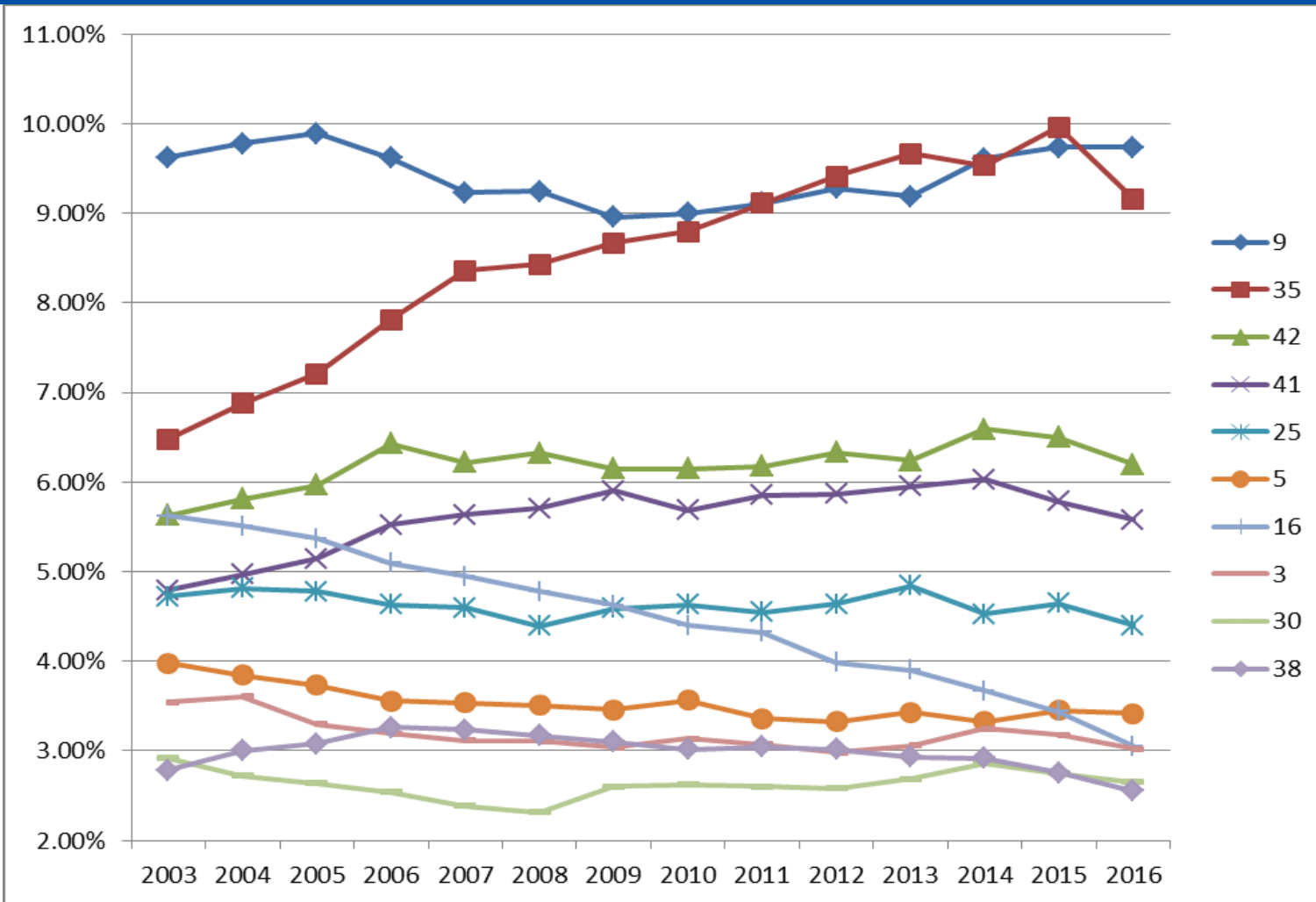
DIE ZEHN WICHTIGSTEN GGM-KLASSEN (2016)

Klasse	EuroLocarno-Klassenüberschriften	% aller Anmeldungen
6	Wohnungsausstattungen	11,9 %
2	Bekleidung und Kurzwaren	11,6 %
14	Apparate zur Aufzeichnung, Übermittlung oder Verarbeitung von Informationen	7,7 %
26	Beleuchtungsapparate	7,1 %
9	Verpackungen und Behälter für den Transport oder den Warenumschatz	6,6 %
32	Grafische Symbole und Logos, Oberflächenmuster, Verzierung	6,2 %
12	Transport- und Hebevorrichtungen	5,4 %
7	Haushaltsartikel, soweit sie nicht in anderen Klassen enthalten sind	5,3 %
23	Einrichtungen zur Verteilung von Flüssigkeiten, sanitäre Anlagen, Heizungs-, Lüftungs- und Klimaanlage, feste Brennstoffe	5,2 %
25	Bauten und Bauelemente	4,5 %
	Anteil der zehn wichtigsten Klassen (an allen 32 Klassen)	71,5 %

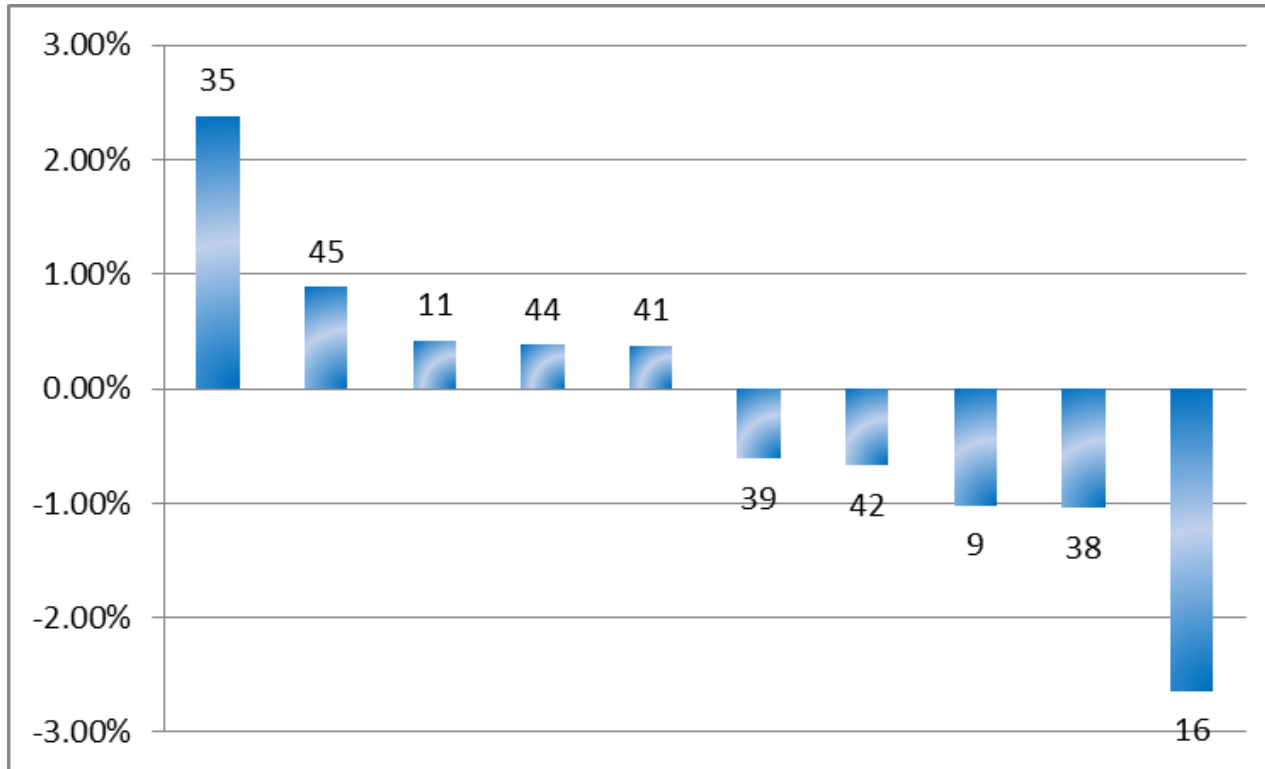
Die vier wichtigsten EuroLocarno-Klassen betreffen etwa ein Drittel der GGM-Anmeldungen.

Die Klassen 1 (Nahrungsmittel), 5 (Nichtkonfektionierte Textilwaren), 20 (Verkaufs- und Werbeausrüstungen, Schilder), 16 (Fotografische, kinematografische oder optische Artikel) und 30 (Artikel für das Halten und Pflegen von Tieren) werden nur bei 1 % der GGM-Anmeldungen verwendet.

UM-ANMELDUNGEN: ENTWICKLUNG DER ZEHN WICHTIGSTEN NIZZA-KLASSEN



PROZENTUALE ÄNDERUNG BEIM ANTEIL DER ANMELDUNGEN NACH NIZZA-KLASSEN 2002-2016

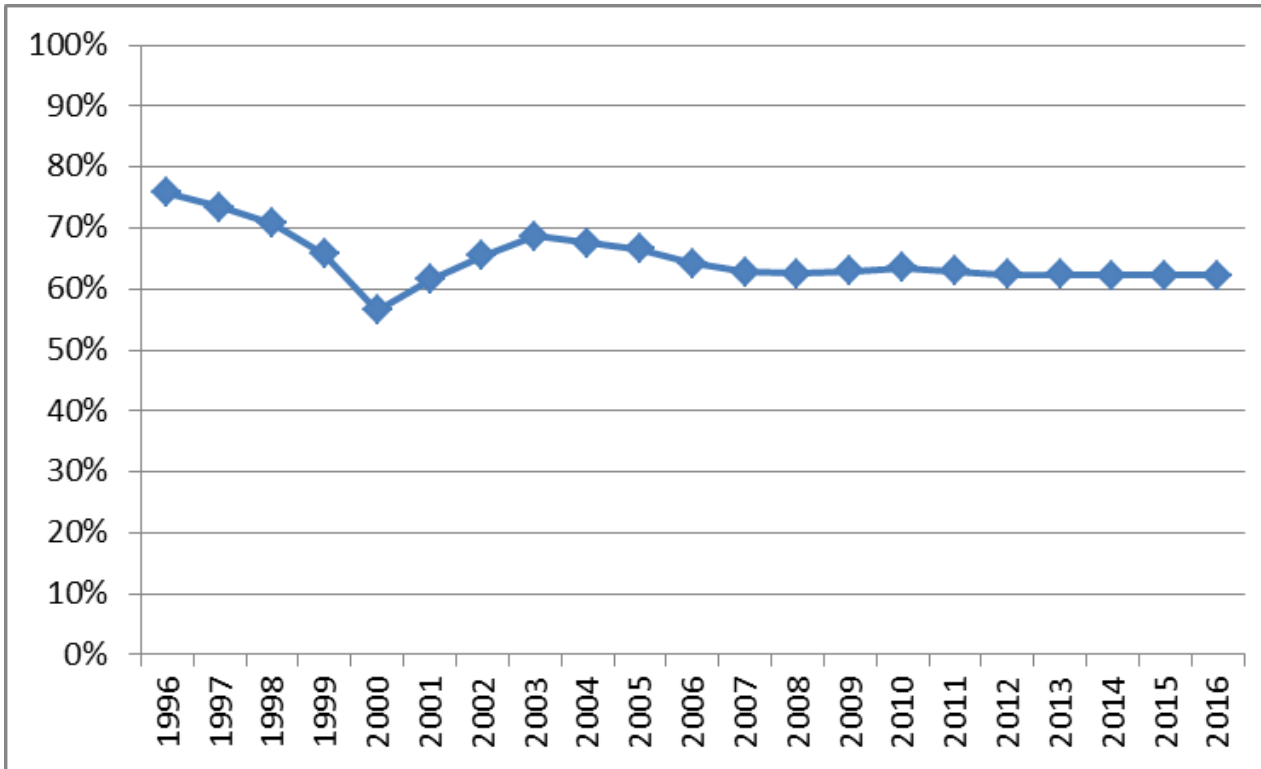


Eine Analyse aller UM-Anmeldungen macht deutlich, dass manche Klassen häufiger verwendet werden als früher und die Nutzung bestimmter Klassen abgenommen hat.

Der Abbildung sind die fünf Klassen zu entnehmen, bei denen seit 2002 der stärkste Anstieg bzw. Rückgang zu verzeichnen war.

Bei der Klasse 35 (Werbung; Geschäftsführung; Unternehmensverwaltung; Büroarbeiten) war in diesem Zeitraum eine Zunahme des Anteils von 2,4 % zu beobachten. Auf der anderen Seite nahm der Anteil der Klasse 16 (Papier und Pappe [Karton]; Druckereierzeugnisse; Buchbinderartikel; Fotografien; usw.) um 2,6 % ab.

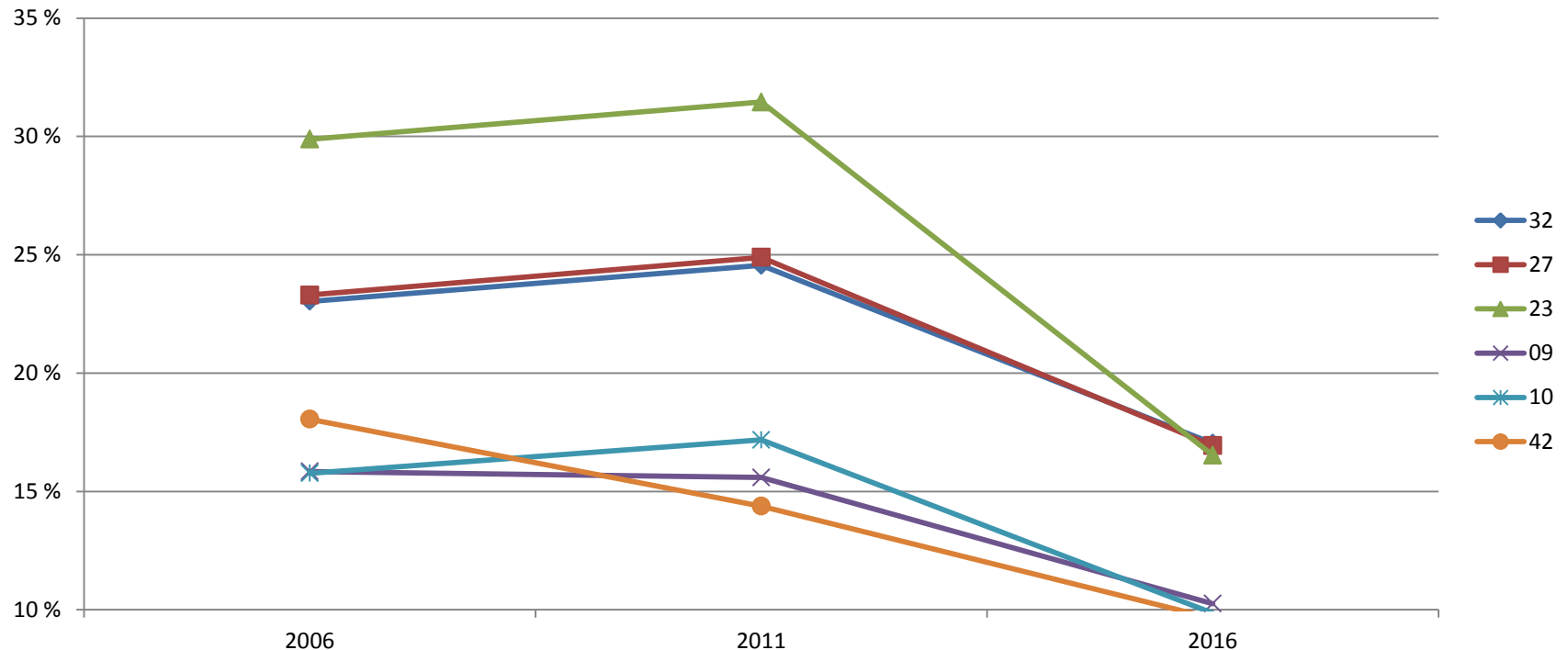
ANTEIL DER WARENKLASSEN BEI UM-ANMELDUNGEN



Seit 2007 ist das Verhältnis zwischen den Nizza-Klassen, die sich auf Waren beziehen, und denjenigen, die sich auf Dienstleistungen beziehen, stabil. Auf UM, die eine oder mehrere der 34 Warenklassen betreffen, entfallen 62 % aller Anmeldungen. 38 % aller Anmeldungen beziehen sich auf die 11 Dienstleistungsklassen.

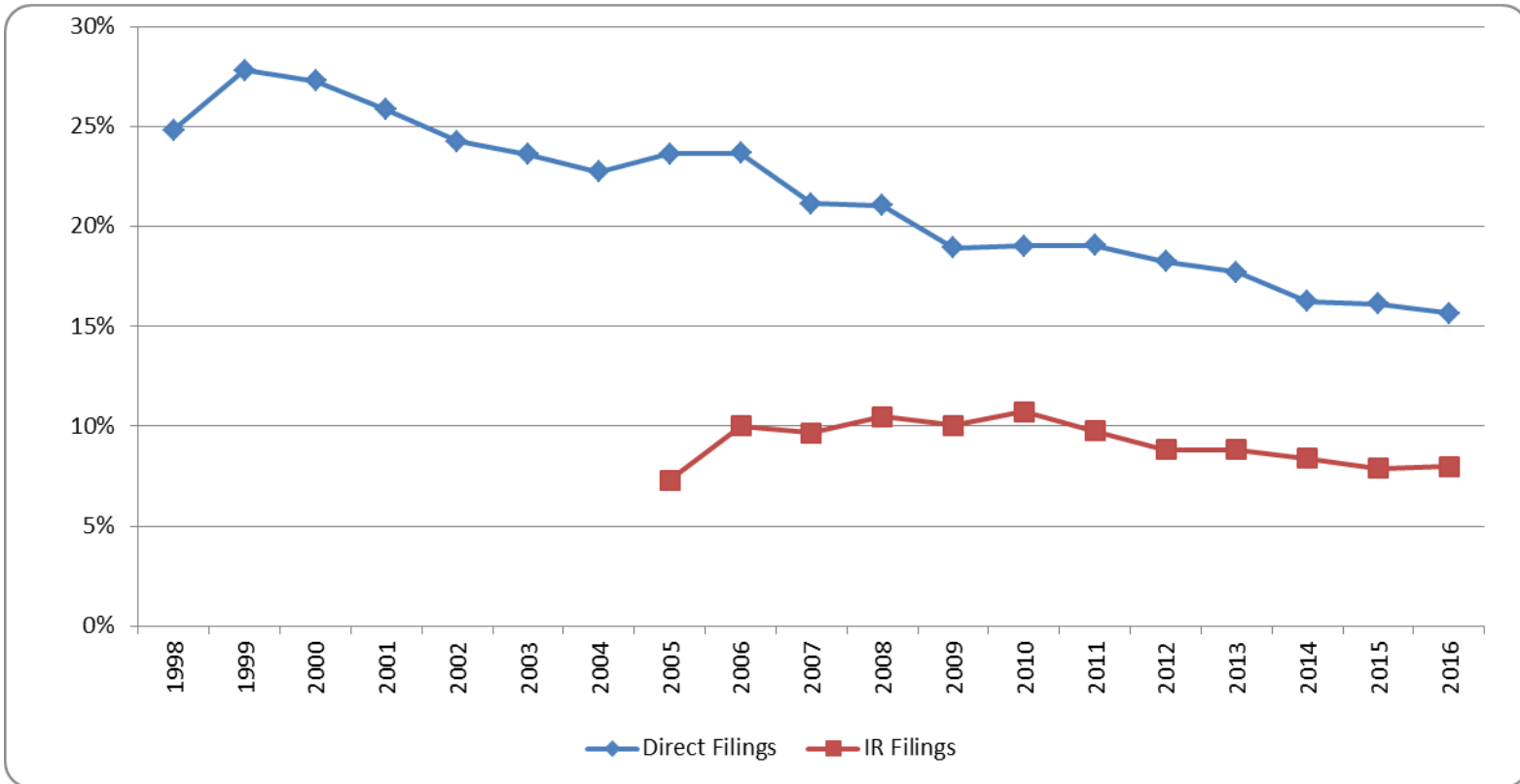
Im Jahr 2000 sank der Anteil der Warenklassen auf 57 %. Dies spiegelt die IT-Blase und den daraus resultierenden Anstieg bei den Anmeldungen in Dienstleistungsklassen wider, insbesondere Klasse 42 (Computerhardware und -software) und Klasse 38 (Telekommunikation).

UM-KLASSEN MIT DEN MEISTEN/WENIGSTEN WIDERSPRÜCHEN (2016)



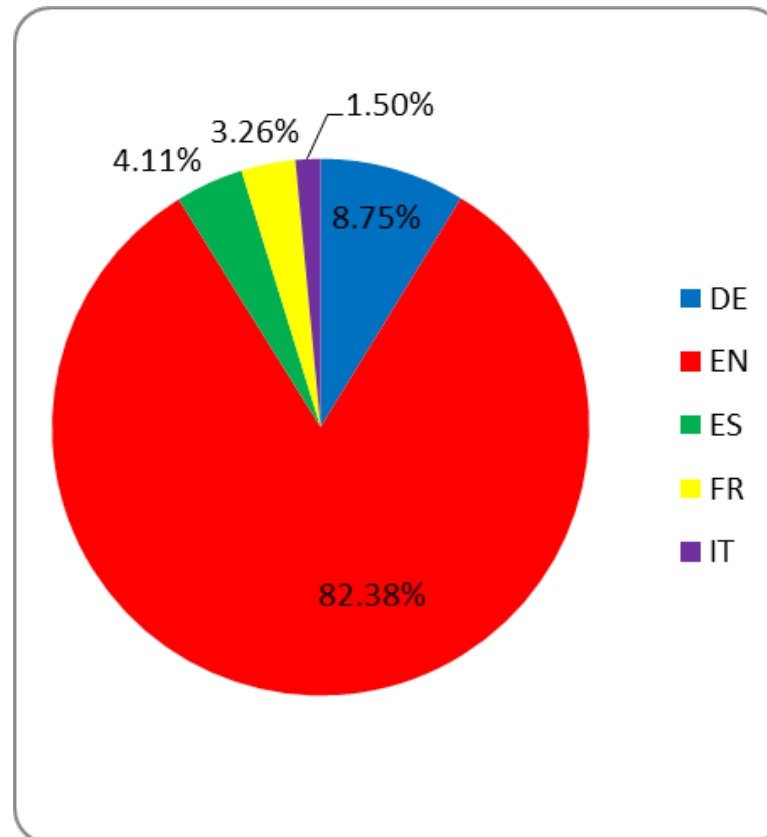
Der Abbildung sind die drei UM-Klassen mit den meisten und den (relativ gesehen) wenigsten Widersprüchen zu entnehmen. Sie zeigt das Verhältnis zwischen der Zahl der Widersprüche und der Zahl der Unionsmarken, die diese Klasse in der ursprünglichen Anmeldung beinhalteten. Gegen Anmeldungen, die die Klasse 32 umfassen, wird am häufigsten Widerspruch eingelegt (in etwa 17 % der Fälle), im Vergleich zu nur 10 % bei den Anmeldungen mit den Klassen 44, 9, 10 und 42.

WIDERSPRUCHSQUOTE



Die Abbildung zeigt die Widerspruchsquoten für veröffentlichte UM-Anmeldungen. Die Widerspruchsquote für internationale Registrierungen beträgt etwa die Hälfte im Vergleich zu direkten Anmeldungen.

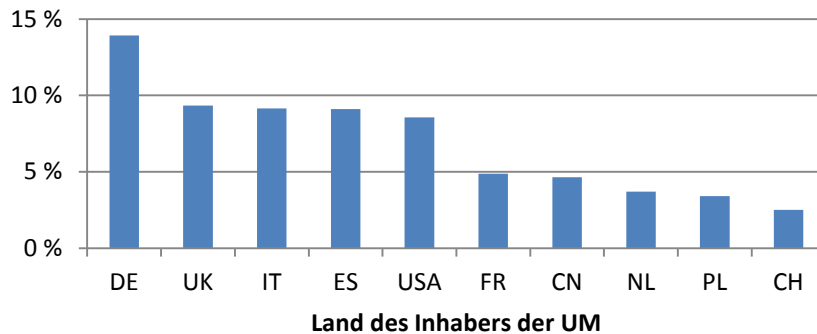
WIDERSPRÜCHE NACH SPRACHEN (2016)



Die überwiegende Mehrheit der Widersprüche wird in englischer Sprache (82,4 %) eingereicht, gefolgt von Deutsch (8,6 %) und Spanisch (4,1 %). Diese Anteile waren in den vergangenen 15 Jahren stabil.

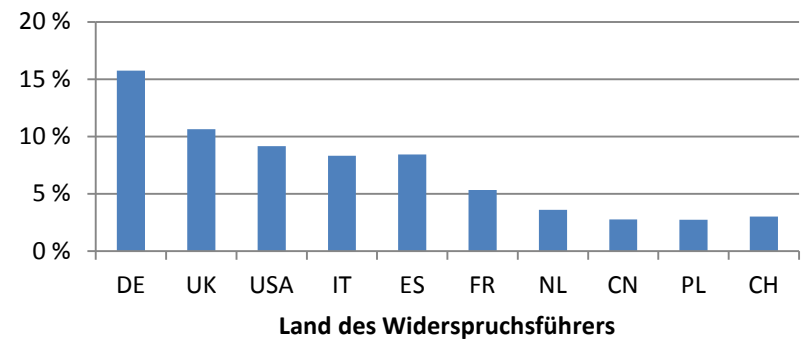
WIDERSPRÜCHE NACH HERKUNFT DES INHABERS/WIDERSPRUCHSFÜHRERS

■ % der eingegangenen Widersprüche (in Bezug auf alle Widersprüche)

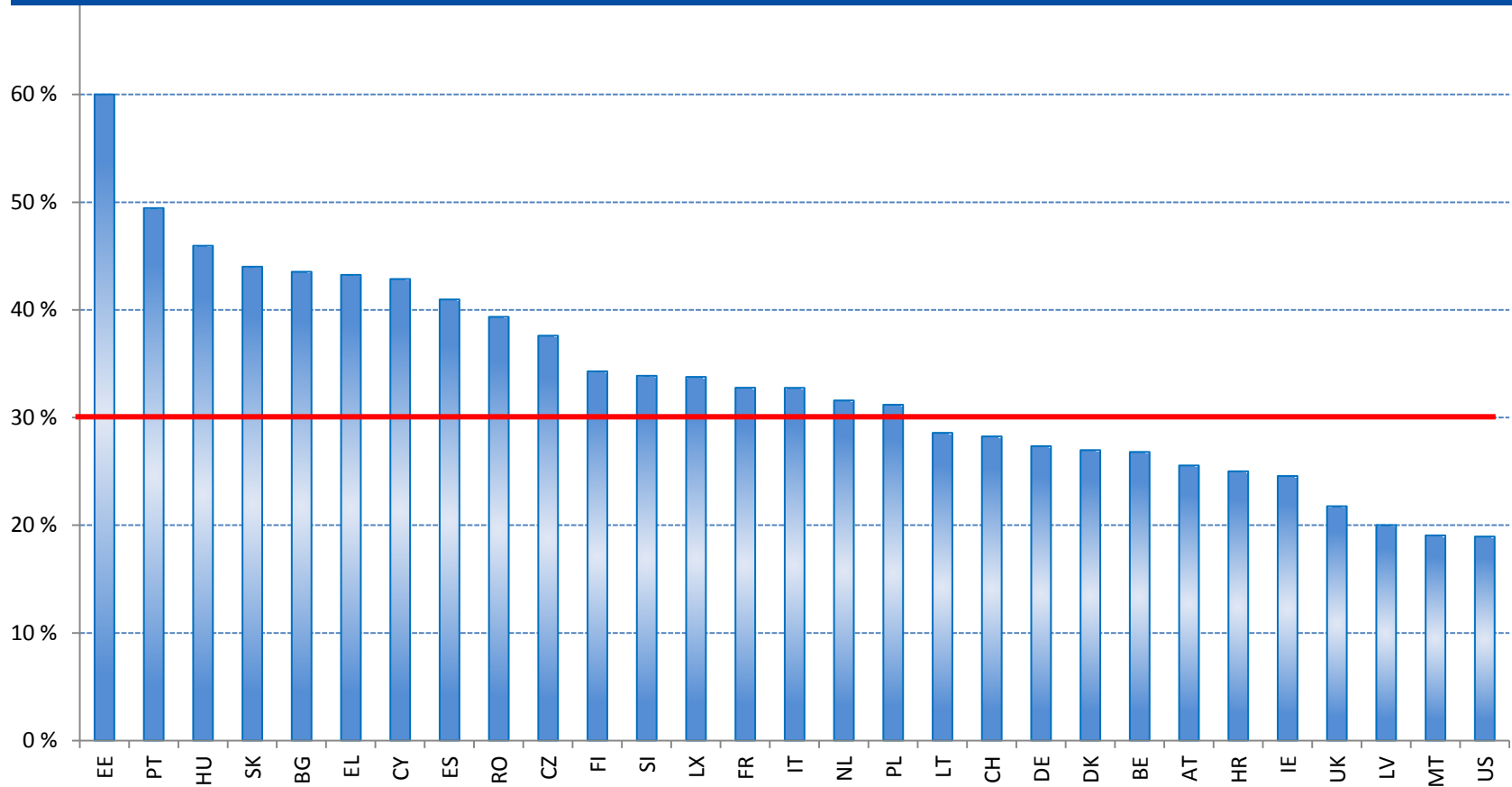


Auf diese zehn Länder entfallen 69 % aller eingereichten Widersprüche.

■ % der eingegangenen Widersprüche (in Bezug auf alle Widersprüche)

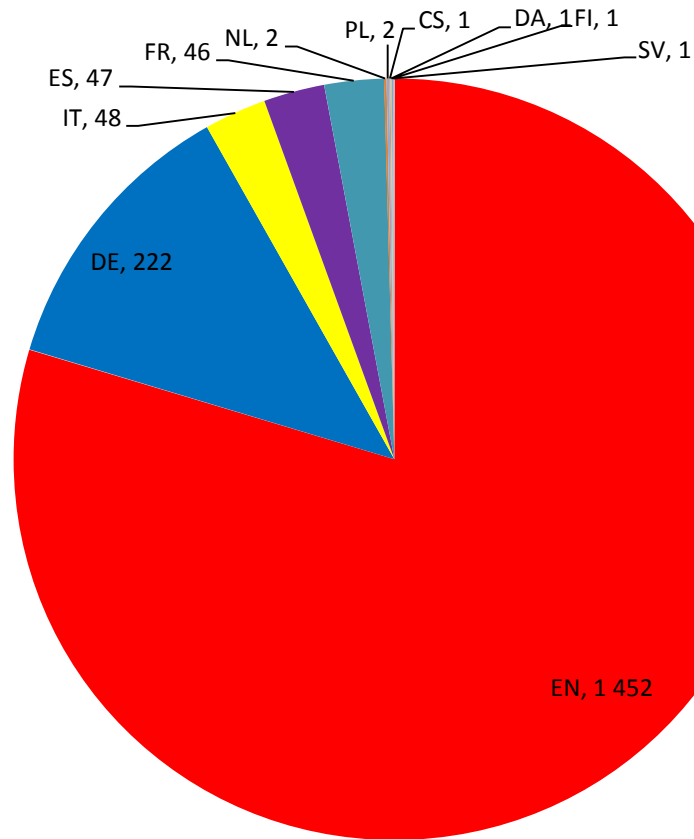


PROZENTUALER ANTEIL DER DURCH ENTSCHEIDUNG ABGESCHLOSSENEN WIDERSPRÜCHE, NACH STAATSANGEHÖRIGKEIT DES WIDERSPRUCHSFÜHRERS

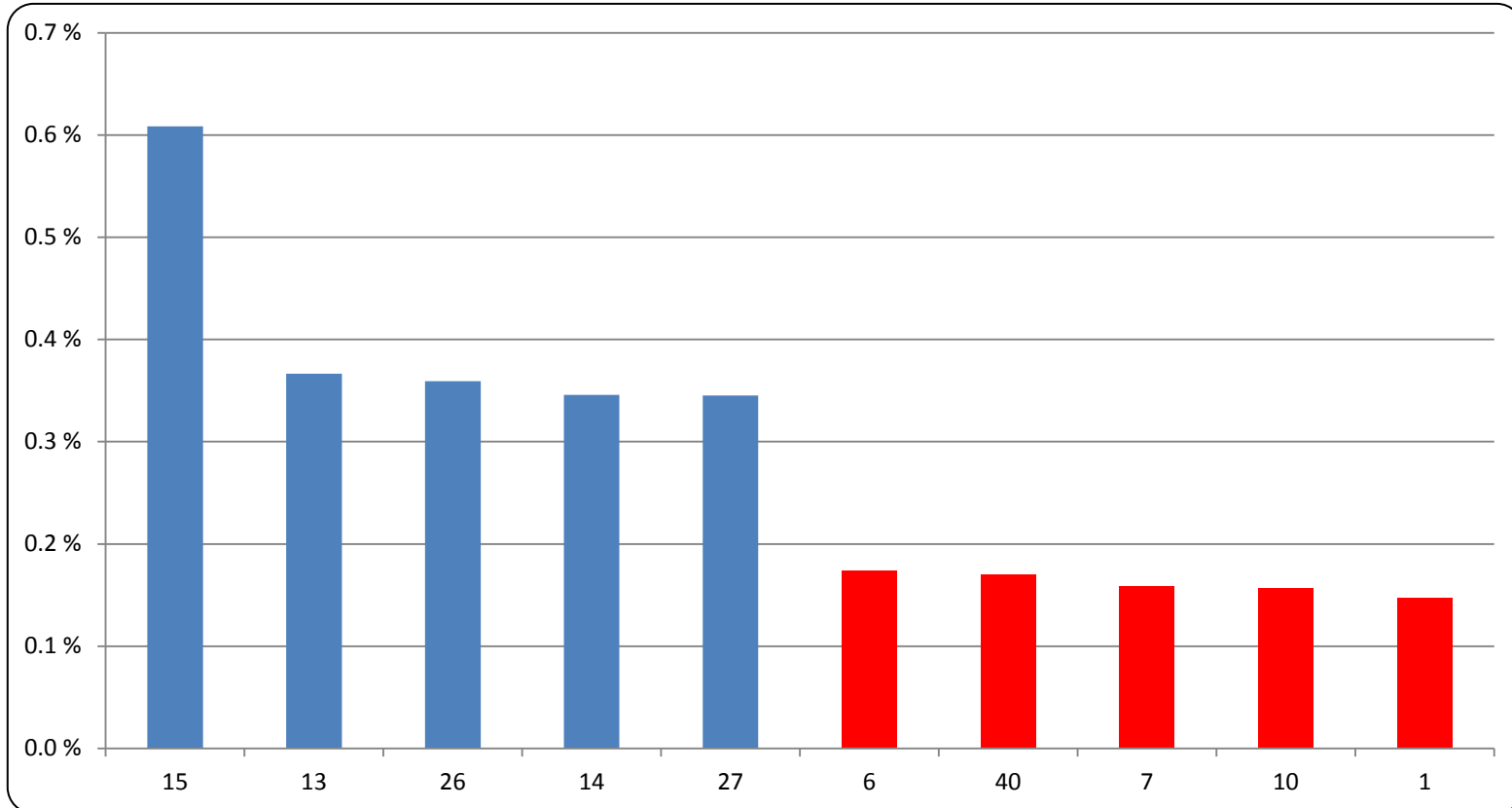


----- Durchschnittlich 30 % der Widersprüche werden durch Entscheidung abgeschlossen.

LÖSCHUNGSANTRÄGE NACH SPRACHEN (2016)



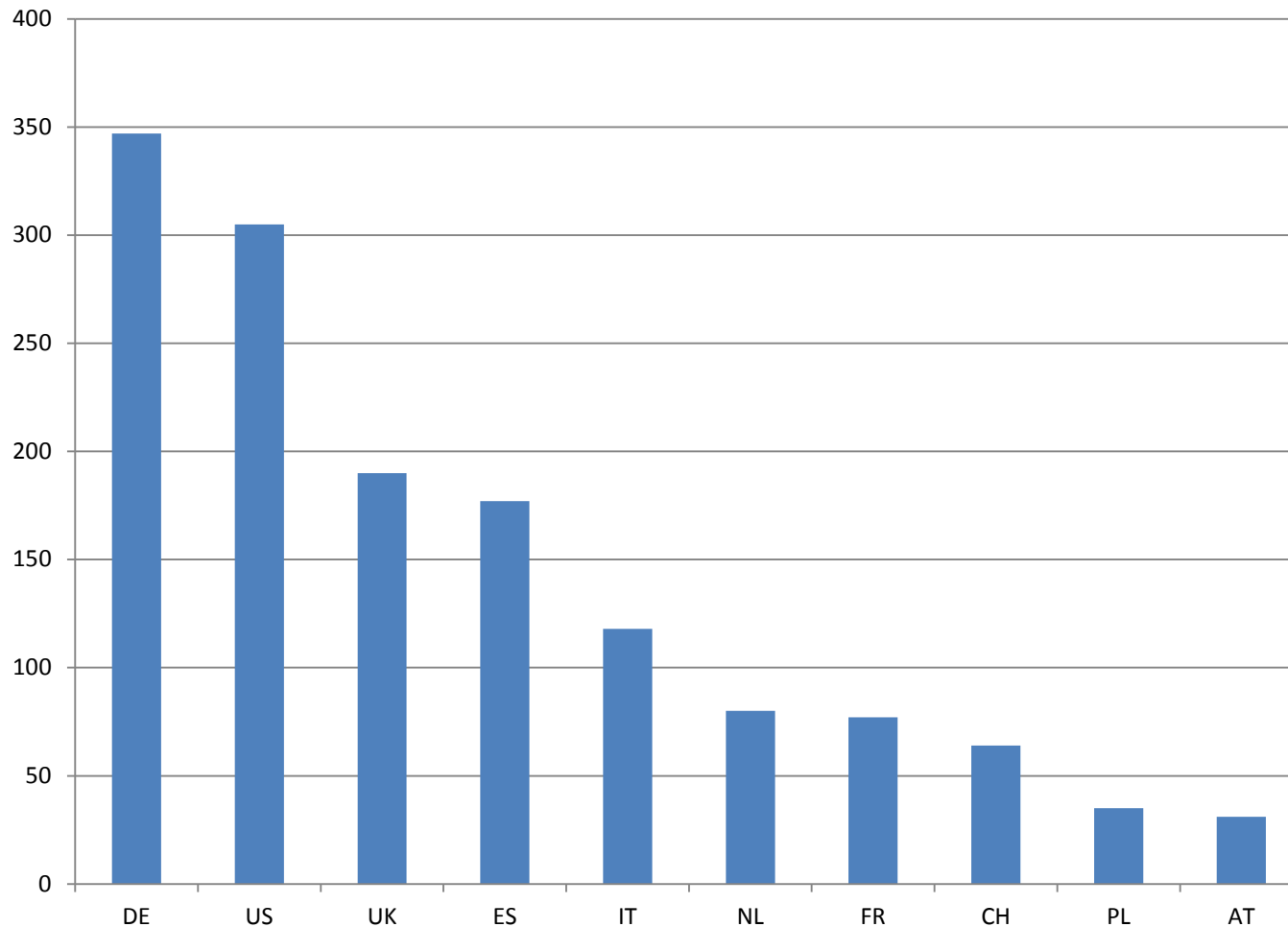
HÄUFIGKEIT VON LÖSCHUNGEN NACH UM-KLASSEN (2016)



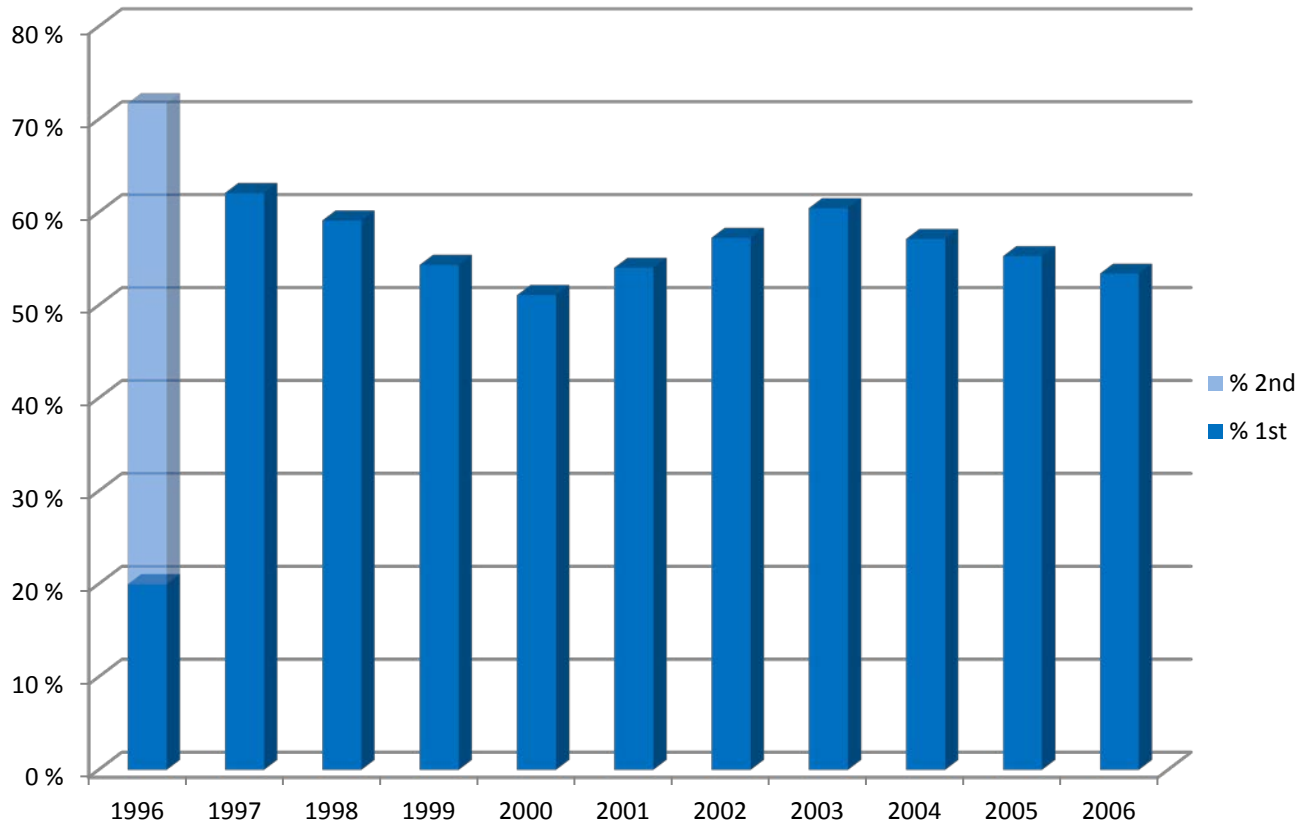
Die Zahl der Löschungen wird mit der Zahl der für jede Klasse bestehenden UM verglichen.

Die Abbildung zeigt die fünf Klassen, für die die meisten (blau) bzw. die wenigsten (rot) Löschungen beantragt werden (relativ gesehen).

LÖSCHUNGSANTRÄGE NACH LAND DES UM-INHABERS (2016)



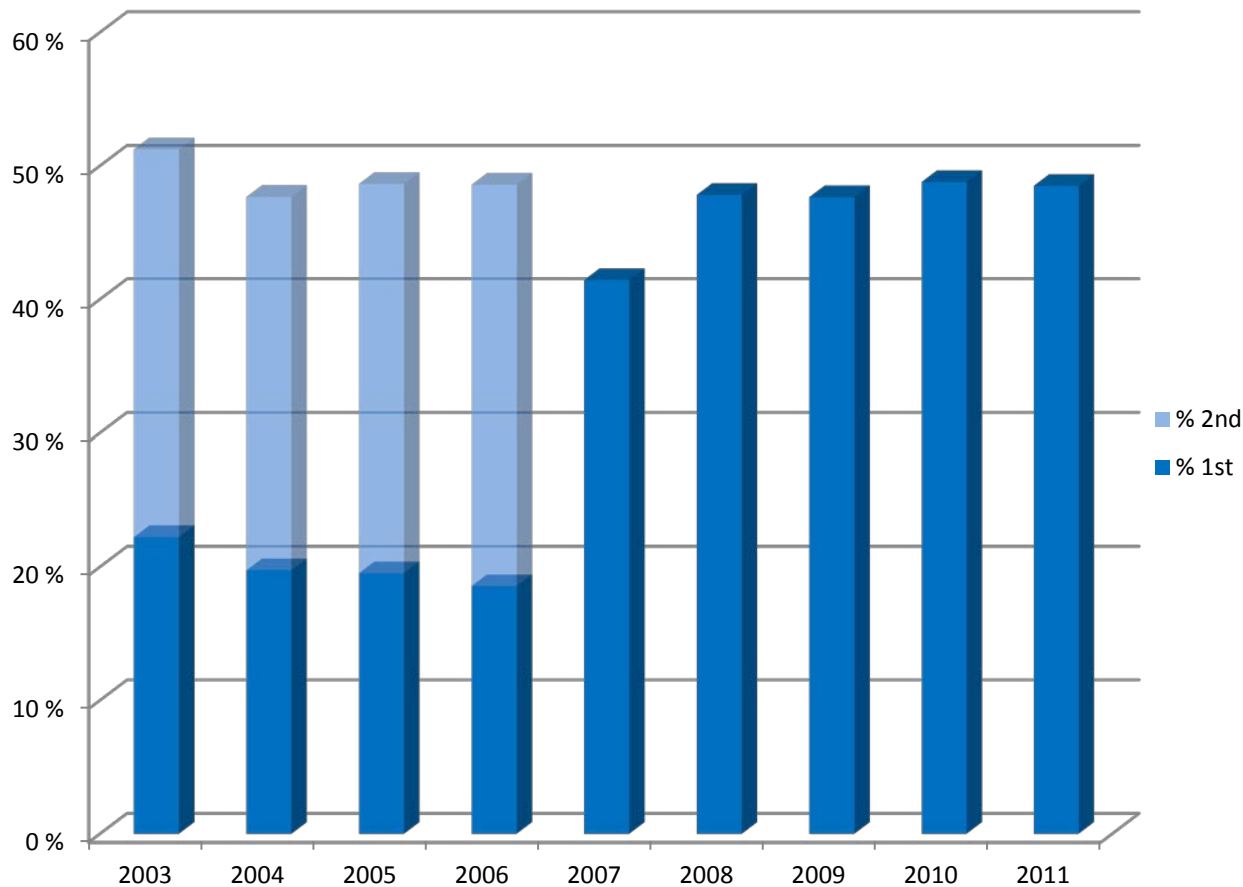
ÜBERSICHT ÜBER DIE VERLÄNGERUNGEN VON UM



UM können alle zehn Jahre nach der ersten Anmeldung verlängert werden.

Von den im Jahr 1996 eingereichten Markenmeldungen, die zehn Jahre später noch in Kraft waren, wurde insgesamt ein Anteil von 72 % verlängert (im Jahr 2006). 2016 wurden 72 % der seit 1996 bestehenden UM ein zweites Mal verlängert.

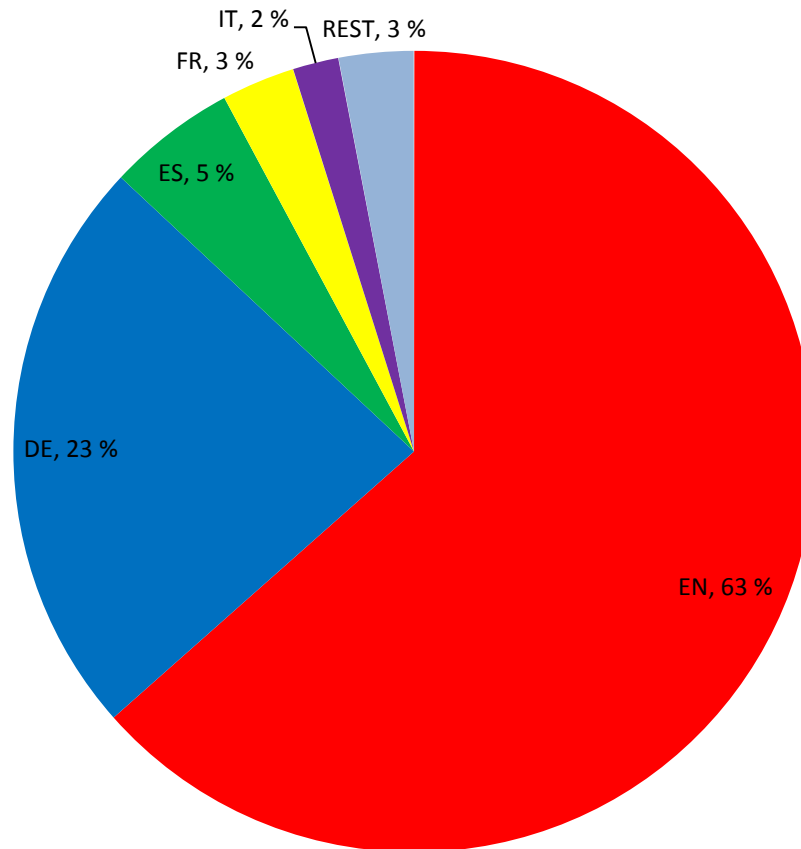
ÜBERSICHT ÜBER DIE VERLÄNGERUNGEN VON GGM



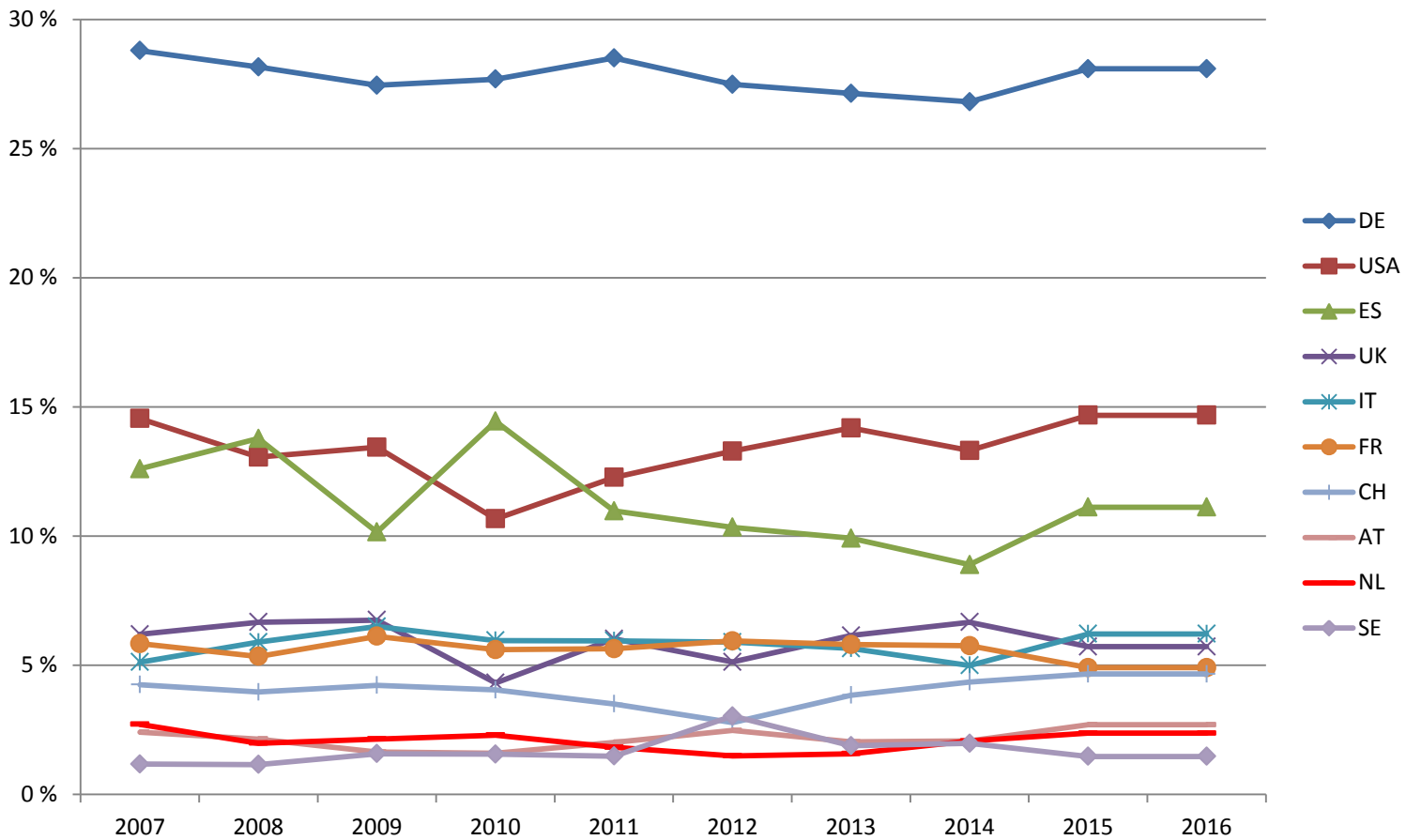
GGM können fünf Jahre nach der ersten Anmeldung für einen weiteren Zeitraum von fünf Jahren bis zu insgesamt 25 Jahren verlängert werden.

Bei insgesamt 68 940 der im Jahr 2006 angemeldeten Geschmacksmuster war 2011 eine Verlängerung möglich. 49 % dieser GGM wurden verlängert. Für 30 % der GGM, die beim ersten Mal verlängert wurden, wurde 2016 erneut eine Verlängerung beantragt.

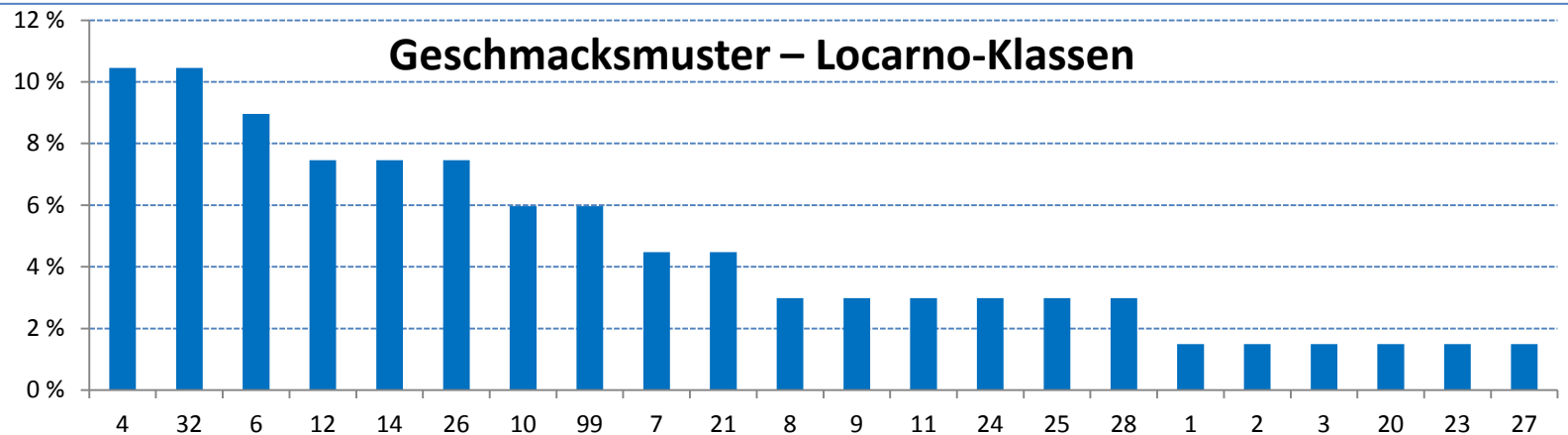
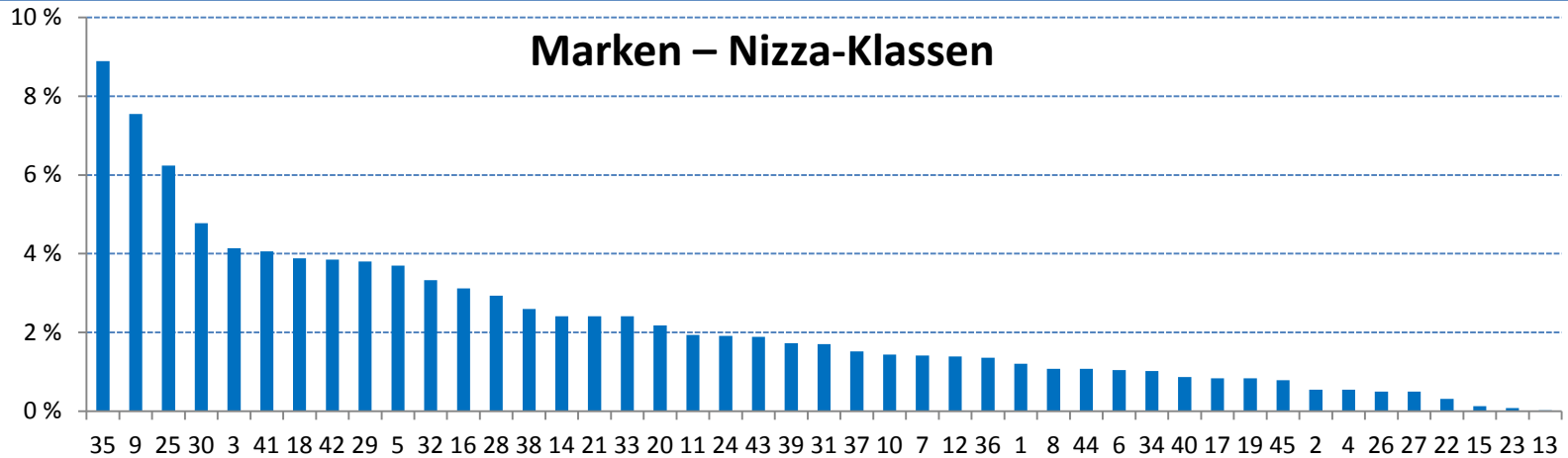
EINGEREICHTE BESCHWERDEN NACH VERFAHRENSSPRACHEN (2016)



EINGEREICHTE BESCHWERDEN NACH LAND DES BESCHWERDEFÜHRERS

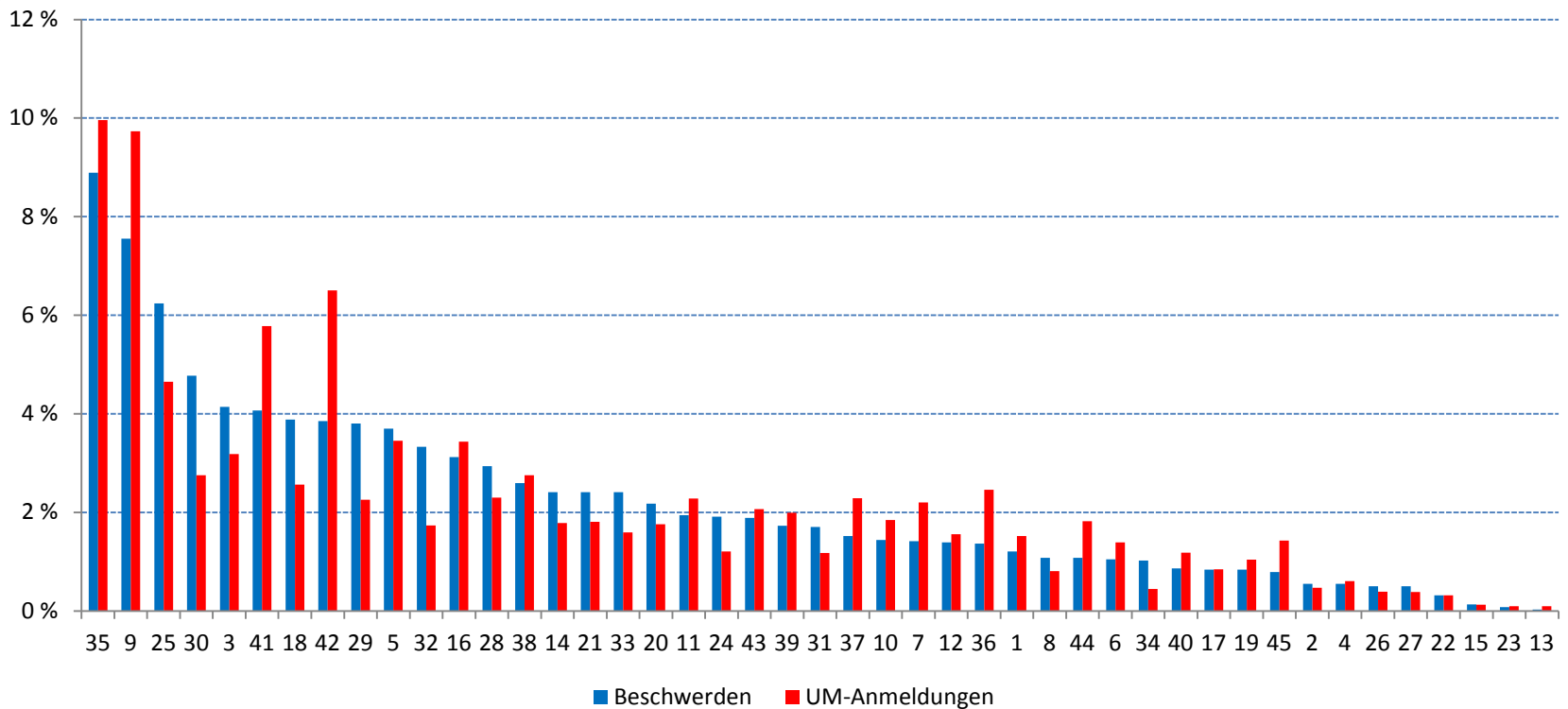


EINGEREICHTE BESCHWERDEN NACH KLASSEN (2016)



Die Klassen werden aufgenommen, wenn sie Teil der ursprünglichen UM-/GGM-Anmeldung waren, unabhängig davon, ob die angefochtene Entscheidung speziell die entsprechende Klasse betrifft.

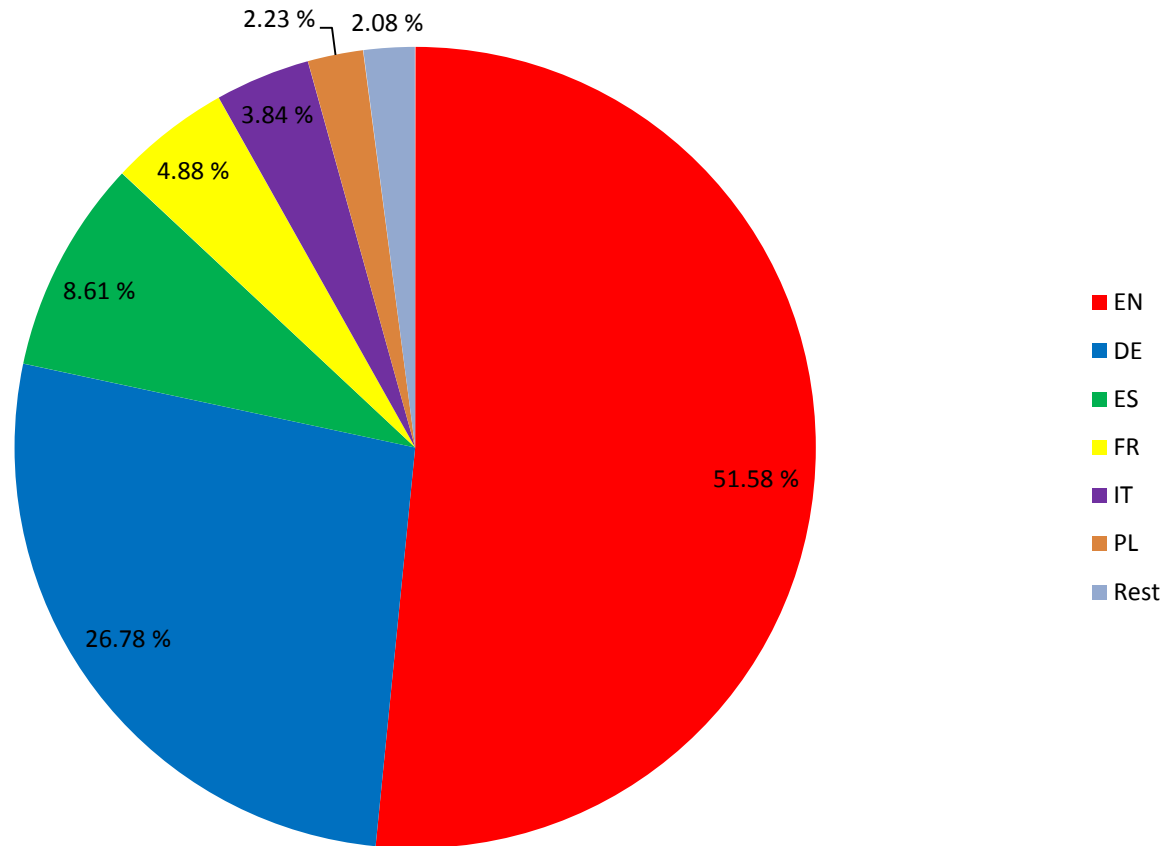
EINGEREICHTE BESCHWERDEN NACH KLASSEN GEGENÜBER ANGEMELDETEN UM NACH KLASSEN (2016)



Die Klassen werden aufgenommen, wenn sie Teil der ursprünglichen UM-Anmeldung waren, unabhängig davon, ob die angefochtene Entscheidung speziell die entsprechende Klasse betrifft.

Der Vergleich erfolgt anhand der im Jahr 2015 eingegangenen UM-Anmeldungen. Dies deckt sich nicht zwangsläufig mit der angefochtenen Entscheidung zu UM über absolute oder relative Eintragungshindernisse.

BEIM GERICHT EINGEREICHTE FÄLLE NACH VERFAHRENSSPRACHEN (2011-2016)





www.euipo.europa.eu



@EU_IPO



EUIPO

Thank you