

## Inhaltsübersicht

<b>VORWORT</b> .....	<b>VII</b>
<b>INHALTSÜBERSICHT</b> .....	<b>IX</b>
<b>INHALTSVERZEICHNIS</b> .....	<b>XI</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>XXI</b>
<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
Ziel der Untersuchung .....	1
Gang der Untersuchung .....	3
<b>TEIL 1: ENTSTEHUNG DES TRIPS IM RAHMEN DER WTO-GRÜNDUNG</b> .....	<b>7</b>
§ 1 GATT `47 .....	7
§ 2 Uruguay-Runde – 8. Welthandelsrunde .....	10
§ 3 Fortentwicklung des GATT `47 durch die WTO .....	12
§ 4 TRIPS, die dritte Säule der WTO .....	22
§ 5 Zusammenfassung .....	29
<b>TEIL 2: REGELUNGEN DES TRIPS BETREFFEND DEN MARKENSCHUTZ.</b> .....	<b>31</b>
§ 1 Grundsätze und allgemeine Bestimmungen .....	31
§ 2 Markenrechtliche Bestimmungen .....	38
§ 3 Weitere Regelungen .....	46
§ 4 Zusammenfassung .....	50

<b>TEIL 3: VERGLEICH DER REGELUNGEN ZUM SCHUTZ DER MARKE NACH TRIPS MIT DENEN DES DEUTSCHEN MARKENSCHUTZES – UNTERSCHIEDE UND MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN .....</b>	<b>53</b>
§ 1 Grundsätze und allgemeine Bestimmungen .....	53
§ 2 Markenrechtliche Bestimmungen .....	60
§ 3 Weitere Regelungen .....	188
§ 4 Zusammenfassung der Zwischenergebnisse.....	198
<b>TEIL 4: TATSÄCHLICHE AUSWIRKUNGEN DES TRIPS AUF DEN NATIONALEN MARKENSCHUTZ .....</b>	<b>201</b>
§ 1 Unmittelbare Anwendbarkeit der Normen des TRIPS im deutschen Recht.....	202
§ 2 TRIPS-konforme Auslegung .....	225
§ 3 Zusammenfassung der Zwischenergebnisse.....	231
<b>GESAMTERGEBNIS UND SCHLÜBBETRACHTUNG .....</b>	<b>233</b>
<b>ANHANG .....</b>	<b>237</b>
<b>ANHANG 1 - MITGLIEDER DER WTO UND DERZEITIGE BEOBACHTERSTAATEN .....</b>	<b>237</b>
<b>ANHANG 2 - INTERNATIONALE MARKENRECHTS- KONVENTIONEN .....</b>	<b>241</b>
<b>ANHANG 3 - MATERIELLRECHTLICHE VORSCHRIFTEN DES TRIPS IM ÜBERBLICK.....</b>	<b>247</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS.....</b>	<b>251</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>VORWORT</b> .....	<b>VII</b>
<b>INHALTSÜBERSICHT</b> .....	<b>IX</b>
<b>INHALTSVERZEICHNIS</b> .....	<b>XI</b>
<b>ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>XXI</b>
<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>1</b>
Ziel der Untersuchung .....	1
Gang der Untersuchung .....	3
<b>TEIL 1: ENTSTEHUNG DES TRIPS IM RAHMEN DER WTO-GRÜNDUNG</b> .....	<b>7</b>
§ 1 GATT `47 .....	7
A. Entstehungsgeschichte .....	7
B. Entwicklung .....	8
C. Prinzipien .....	9
D. Defizite .....	9
§ 2 Uruguay-Runde – 8. Welthandelsrunde .....	10
A. Ziel der Verhandlungen .....	10
B. Verhandlungsgegenstände .....	11
C. Verhandlungsführung .....	12
§ 3 Fortentwicklung des GATT `47 durch die WTO .....	12
A. Institutionen .....	13
I. Ministerkonferenz und Allgemeiner Rat .....	14
II. Generaldirektor und Sekretariat .....	14
III. Ausschüsse und die Räte für GATT, GATS und TRIPS .....	15
B. Entscheidungsfindung .....	15
C. Streitbeilegung .....	16
I. Konsultationsphase .....	17
II. Panelverfahren .....	17
III. Verfahren des “Appellate Body“ .....	18
IV. Umsetzung der Empfehlungen und Entscheidungen .....	19
D. Struktur .....	20

I. GATT '94 – General Agreement of Tariffs and Trade .....	20
II. GATS – General Agreement on Trade in Services .....	21
III. TRIPS – Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights.....	22
<b>§ 4 TRIPS, die dritte Säule der WTO .....</b>	<b>22</b>
A. Grund für die Aufnahme des TRIPS in das System der WTO .....	22
I. Bedeutung der geistigen Schutzrechte.....	22
II. Neuerung im System des GATT .....	23
III. Handelspolitische Überlegungen und unzureichende Konventionen.....	23
IV. Aufwertung des GATT .....	26
B. Frage der Abschlußkompetenz innerhalb der Europäischen Gemeinschaft.26	
I. Gutachten des EuGH .....	26
II. Resultat .....	28
<b>§ 5 Zusammenfassung.....</b>	<b>29</b>
<b>TEIL 2: REGELUNGEN DES TRIPS BETREFFEND DEN</b>	
<b>    MARKENSCHUTZ. ....</b>	<b>31</b>
<b>§ 1 Grundsätze und allgemeine Bestimmungen .....</b>	<b>31</b>
A. Präambel.....	31
B. Anwendungsbereich, Mindestschutz und Begünstigte – Art. 1 Abs. 1 und 3 TRIPS .....	31
C. Verhältnis zu internationalen Markenrechtskonventionen – Art. 2 Abs. 1 TRIPS.....	33
I. Allgemeines .....	33
II. Pariser Verbandsübereinkunft.....	33
III. MMA, PMMA, TRT und TLT .....	34
D. Priorität – Art. 2 Abs. 1 TRIPS .....	35
E. Grundsatz der Inländerbehandlung – Art. 3 Abs. 1 TRIPS .....	35
F. Grundsatz der Meistbegünstigung – Art. 4 S. 1 TRIPS .....	36
G. Erschöpfung – Art. 6 TRIPS .....	37
H. Ziele – Art. 7 TRIPS.....	37
I. Schutz vor Mißbrauch – Art. 8 Abs. 2 TRIPS.....	38
<b>§ 2 Markenrechtliche Bestimmungen .....</b>	<b>38</b>
A. Gegenstand des Schutzes – Art. 15 TRIPS .....	38
I. Definition der schutzfähigen Zeichen (Abs. 1).....	38
II. Weitere Eintragungsvoraussetzungen (Abs. 2) .....	40
III. Benutzungsabsicht (Abs. 3).....	41
IV. Beschaffenheit (Abs. 4).....	41
V. Veröffentlichung und Löschung (Abs. 5) .....	41
B. Inhalt und Umfang der Rechte aus der Marke – Art. 16 TRIPS.....	42
I. Ausschließliches Recht (Abs. 1) .....	42
II. Schutz notorisch bekannter Marken (Abs. 2 und 3) .....	43

1. Allgemeine Voraussetzungen des Schutzes notorisch bekannter Marken unter Einschluß der Dienstleistungsmarken (Abs. 2).....	43
2. Schutz notorisch bekannter Marken außerhalb des Ähnlichkeits- bereichs (Abs. 3).....	44
C. Ausnahmen vom Markenschutz – Art. 17 TRIPS .....	45
D. Schutzdauer der Marke – Art. 18 TRIPS .....	45
E. Benutzung der Marke – Art. 19 TRIPS.....	45
F. Sonstige Erfordernisse – Art. 20 TRIPS .....	46
G. Markenlizenzen und Markenübertragungen – Art. 21 TRIPS .....	46
<b>§ 3 Weitere Regelungen .....</b>	<b>46</b>
A. Rechtsdurchsetzung – Art. 41 - 61 TRIPS .....	46
B. Erwerb und Aufrechterhaltung der Rechte – Art. 62 TRIPS.....	49
C. Streitvermeidung und -beilegung.....	49
D. Übergangsvorschriften .....	50
E. Institutionelle Vorschriften.....	50
<b>§ 4 Zusammenfassung.....</b>	<b>50</b>

## **TEIL 3: VERGLEICH DER REGELUNGEN ZUM SCHUTZ DER MARKE NACH TRIPS MIT DENEN DES DEUTSCHEN MARKENSCHUTZES – UNTERSCHIEDE UND MÖGLICHE AUSWIRKUNGEN .....**

<b>§ 1 Grundsätze und allgemeine Bestimmungen .....</b>	<b>53</b>
A. Allgemeine Betrachtung .....	53
B. Bedeutung des Meistbegünstigungsprinzips – zu Art. 4 S. 1 TRIPS .....	53
I. Mögliche Auswirkungen auf die Frage der Erschöpfung .....	54
II. Würdigung des Ergebnisses.....	58
C. Zwischenergebnis.....	60
<b>§ 2 Markenrechtliche Bestimmungen .....</b>	<b>60</b>
A. Einführung.....	60
B. Mit dem deutschen Markenschutz konforme Regelungen des TRIPS .....	61
I. Dienstleistungsmarke – zu Art. 15 Abs. 1 S. 1 u. 2 TRIPS.....	62
II. Graphische Darstellbarkeit – zu Art. 15 Abs. 1 S. 4 TRIPS .....	62
III. Notorietätsschutz der Dienstleistungsmarken und einzelne Voraussetzungen – zu Art. 16 Abs. 2 TRIPS.....	63
IV. Ausnahme vom Markenschutz – zu Art. 17 TRIPS .....	64
V. Schutzdauer der Marke – zu Art. 18 TRIPS.....	65
VI. Benutzung der Marke – zu Art. 19 TRIPS.....	65
VII. Sonstige Erfordernisse – zu Art. 20 TRIPS.....	65
VIII. Markenlizenzen und Markenübertragungen – zu Art. 21 TRIPS.....	66
C. Mit dem deutschen Markenschutz kollidierende Regelungen des TRIPS.....	67
I. Markenschutz dreidimensionaler Zeichen – zu Art. 15 Abs. 1 und 2 TRIPS .....	67

1. Darstellung des Gegenstands und der Voraussetzungen des Markenschutzes allgemein.....	67
2. Darstellung der Konzeptionen zum Schutz dreidimensionaler Gestaltungen.....	68
a) Schutzfähigkeit dreidimensionaler Markenformen nach § 3 MarkenG.....	68
aa) Anerkennung der Schutzfähigkeit nach § 3 Abs. 1 MarkenG.....	68
(1) Definition des Begriff der dreidimensionalen Gestaltung.....	69
(2) Bildung von Kategorien denkbarer Erscheinungsformen dreidimensionaler Marken.....	70
(a) Abstrakte Formmarken.....	71
(b) Integrale Formmarke.....	71
(c) Warenformmarken.....	71
(d) Warenverpackungsformmarken.....	71
bb) Einschränkungen der Schutzfähigkeit nach § 3 Abs. 2 MarkenG.....	71
b) Schutzfähigkeit dreidimensionaler Markenformen nach Art. 15 Abs. 1 und 2 TRIPS.....	74
aa) Anerkennung der Schutzfähigkeit nach Art. 15 Abs. 1 TRIPS.....	74
bb) Einschränkungen der Schutzfähigkeit nach Art. 15 Abs. 1 u. 2 TRIPS.....	74
(1) Art. 15 Abs. 2 TRIPS i.V.m. Art. 6 <sup>quinquies</sup> B S. 1 Nr. 1 PVÜ.....	75
(2) Art. 15 Abs. 2 TRIPS i.V.m. Art. 6 <sup>quinquies</sup> B S. 1 Nr. 3 PVÜ.....	75
(3) Art. 15 Abs. 2 TRIPS i.V.m. Art. 6 <sup>quinquies</sup> B S. 1 Nr. 2 PVÜ.....	75
3. Unterschiede.....	76
a) Darstellung.....	76
aa) Bedeutung – Beispiel der “telle-quelle“-Marke.....	77
(1) Voraussetzungen des “telle-quelle“-Schutzes.....	78
(2) Wirkung des “telle-quelle“-Schutzes.....	79
(a) Reichweite des “telle-quelle“-Schutzes bezüglich des Inhalts der Marke.....	79
(b) Reichweite des “telle-quelle“-Schutzes bezüglich der Form der Marke.....	80
(c) Ergebnis zur Reichweite des “telle-quelle“-Schutzes.....	81
(3) Ergebnis zur Bedeutung des “telle-quelle“-Schutzes.....	81
bb) Zusammenfassung der Darstellung.....	81
b) Diskussion.....	82
c) Ergebnis der vergleichenden Betrachtung.....	84
4. Auswirkungen.....	84
a) Darstellung.....	84
aa) Schutzzweck des § 3 Abs. 2 MarkenG.....	84
bb) Anwendungsbereich der Ausschlußgründe des § 3 Abs. 2 MarkenG.....	86

(1) Abstrakte Formmarken .....	86
(2) Integrale Formmarken .....	86
(3) Warenformmarken .....	87
(4) Warenverpackungsformmarken .....	87
(5) Anwendung auf die Warenform- und Warenverpackungs- formmarke .....	90
cc) Zusammenfassung der Darstellung .....	90
b) Einschränkungen – Zwei Fragen zur Relativierung der Auswirkungen.....	91
aa) Zu Frage 1 – Regelungsinhalt des § 3 Abs. 2 MarkenG.....	91
(1) Ausschlußgründe des § 3 Abs. 2 Nr. 1 bis 3 MarkenG im Einzelnen .....	92
(a) § 3 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG – warenbedingte Form .....	92
(b) § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG – technisch bedingte Form.....	92
(c) § 3 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG – wertbedingte Form .....	93
(2) Tatbestandsmerkmal “ausschließlich“ des § 3 Abs. 2 MarkenG .....	94
(3) Ergebnis zur Erschließung des Regelungsinhalts des § 3 Abs. 2 MarkenG .....	96
bb) Zu Frage 2 – Die deutsche Eintragungspraxis.....	98
(1) Auffassung des BPatG .....	98
(a) Fallbeispiel zum “telle-quelle“-Schutz einer Waren- formmarke .....	99
(b) Fallbeispiel zum “telle-quelle“-Schutz einer Waren- verpackungsformmarke .....	101
(c) Zusammenfassung und Würdigung .....	102
(2) Auffassung des BGH.....	103
(a) Richtlinienkonforme Auslegung des § 3 Abs. 2 i. R. d. Art. 6 <sup>quinquies</sup> B PVÜ .....	103
(b) Ablehnung eines strengeren Prüfungsmaßstabs.....	104
(c) Berücksichtigung des Freihaltebedürfnisses i. R. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.....	106
(d) Zusammenfassung und Würdigung .....	109
(3) Auffassung des EuGH.....	110
(a) Kein strengerer Prüfungsmaßstab für die Beurteilung der konkreten Unterscheidungskraft nach § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG .....	110
(b) Andere Qualität der Prüfung des Freihaltebedürfnisses i. R. d. § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG .....	110
(c) Zusammenfassung und Würdigung .....	111
cc) Ergebnis zu den einschränkenden Fragen zur Relativierung der Auswirkungen.....	112

c)	Ergebnis zu den Auswirkungen des Markenschutzes drei- dimensionaler Marken nach Art. 15 Abs. 1 und 2 TRIPS .....	113
II.	Identitätsschutz von Marken – zu Art. 16 Abs. 1 TRIPS .....	114
1.	Darstellung der Konzeptionen .....	114
a)	Identitätsschutz der Marke nach Art. 16 Abs. 1 TRIPS .....	114
b)	Identitätsschutz der Marke nach § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG .....	114
2.	Unterschiede .....	115
a)	Darstellung .....	115
b)	Bedeutung .....	115
aa)	Voraussetzungen der Verwechslungsgefahr nach Art. 16 Abs. 1 TRIPS .....	116
bb)	Relevante Sachverhaltskonstellation .....	117
cc)	Fazit .....	118
3.	Auswirkungen .....	118
a)	Darstellung .....	118
b)	Einschränkungen .....	119
aa)	Anwendbare Auslegungsregeln .....	120
bb)	Einschränkung durch das Argument der abschließenden Regelung in Art. 6 TRIPS .....	122
(1)	Auslegung nach dem Wortlaut .....	122
(2)	Auslegung nach dem Zusammenhang .....	123
(3)	Auslegung nach Sinn und Zweck .....	124
(4)	Ergänzende Auslegung nach der Entstehungsgeschichte .....	124
(5)	Ergebnis der Auslegung .....	127
cc)	Einschränkung durch das Argument des Mindestschutzes aus Art. 1 Abs. 1 S. 2 TRIPS .....	127
(1)	Präambel .....	128
(2)	Art. 7 TRIPS – Ziele .....	130
(3)	Art. 8 TRIPS – Grundsätze .....	131
(4)	Art. 15 TRIPS – Gegenstand des Schutzes .....	131
(5)	Art. 16 TRIPS – Rechte aus der Marke .....	132
(6)	Zusammenfassung .....	132
dd)	Ergebnis zu den einschränkenden Einwänden .....	133
c)	Wertungen des GATT `94 zur Frage der EU-weiten bzw. regio- nalen Erschöpfung .....	133
aa)	Kollisionen .....	135
(1)	Art. I Abs. 1 GATT – Allgemeine Meistbegünstigung .....	135
(2)	Art. III Abs. 4 GATT – Inländerbehandlung .....	135
(3)	Art. XI Abs. 1 GATT – Allgemeine Beseitigung von mengenmäßigen Beschränkungen .....	137
(4)	Zusammenfassung .....	138
bb)	Ausnahmen .....	138
(1)	Art. XXIV GATT – Zollunionen und Freihandelszonen .....	138



(2) Art. I Abs. 1, XI Abs. 1, XII, XV, XIX GATT – weitere spezielle Ausnahmeregelungen.....	140
(3) Art. XX GATT – Allgemeine Ausnahmen.....	141
(4) Ergebnis – keine rechtfertigende Ausnahme.....	144
cc) Zusammenfassung der Wertungen des GATT `94.....	144
d) Ergebnis zu den Auswirkungen des Identitätsschutzes von Marken nach Art. 16 Abs. 1 TRIPS.....	144
III. Schutz notorisch bekannter Marken – zu Art. 16 Abs. 2 und 3 TRIPS .....	146
1. Der zur Bestimmung der notorischen Bekanntheit maßgebliche Verkehrskreis – Art. 16 Abs. 2 S. 2 TRIPS.....	146
a) Darstellung der Konzeptionen.....	146
b) Unterschiede.....	147
c) Auswirkungen.....	147
2. Schutz notorisch bekannter Marken außerhalb des Produktähnlich- keitsbereichs – zu Art. 16 Abs. 3 TRIPS .....	148
a) Darstellung der Konzeptionen.....	148
aa) Notorietätsschutz außerhalb des Produktähnlichkeitsbereichs nach Art. 16 Abs. 3 TRIPS .....	148
bb) Notorietätsschutz außerhalb des Produktähnlichkeitsbereichs nach Art. 14 Abs. 2 MarkenG .....	150
b) Unterschiede.....	150
aa) Umsetzung der Vorgaben des Art. 16 Abs. 3 TRIPS innerhalb des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG .....	151
(1) Darstellung der Regelung des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG.....	151
(2) Vergleich der Begriffe “Bekanntheit“ und “Notorietät“ .....	154
(a) Qualitative Merkmale zur Feststellung der “Bekanntheit“ und der “Notorietät“ .....	157
(b) Quantitative Merkmale zur Feststellung der “Bekanntheit“ und “Notorietät“ .....	160
(c) Ergebnis des Vergleichs.....	163
(3) Vergleich der Anforderungen an das maßgebliche Territorium .....	164
(4) Vergleich der Anforderungen an den maßgeblichen Verkehrskreis.....	165
(5) Vergleich der Kollisionstatbestände.....	166
(a) Bestimmung des Kollisionstatbestands des Art. 16 Abs. 3 TRIPS .....	167
(b) Verhältnis zu den Kollisionstatbeständen des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG.....	174
(c) Ergebnis des Vergleichs.....	179
(6) Ergebnis zur Frage der Umsetzbarkeit der Vorgaben des Art. 16 Abs. 3 TRIPS innerhalb des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG.....	179

bb) Umsetzung der Vorgaben des Art. 16 Abs. 3 TRIPS innerhalb des § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG .....	180
cc) Umsetzung der Vorgaben des Art. 16 Abs. 3 TRIPS innerhalb des Sonderschutzes der berühmten Marke aus §§ 823 Abs. 1, 1004 BGB .....	184
dd) Ergebnis der vergleichenden Betrachtung .....	185
c) Auswirkungen .....	185
3. Zusammenfassung der Ergebnisse zum Schutz der notorisch bekannten Marke nach Art. 16 Abs. 2 und 3 TRIPS .....	186
D. Zwischenergebnis .....	186
<b>§ 3 Weitere Regelungen .....</b>	<b>188</b>
A. Vorläufiger Rechtsschutz – zu Art. 50 TRIPS .....	188
I. Darstellung der Regelungen .....	188
1. Vorläufiger Rechtsschutz nach Art. 50 TRIPS .....	188
2. Vorläufiger Rechtsschutz nach §§ 935 ff. ZPO .....	189
II. Unterschiede .....	190
1. Beweissicherungsverfahren – zu Art. 50 Abs. 1 lit. b) TRIPS .....	190
a) Beweissicherungsverfahren nach §§ 485 ZPO .....	191
b) Besichtigungsanspruch nach § 809 BGB .....	192
c) Einsicht in Urkunden nach § 810 BGB /Auskunftsanspruch nach § 19 MarkenG .....	194
d) Anton-Piller-Orders .....	194
e) Zusammenfassung .....	196
2. Rechtsbehelf – Art. 50 Abs. 6 TRIPS .....	196
3. Ergebnis der vergleichenden Betrachtung .....	196
III. Auswirkungen .....	197
B. Unionspriorität – zu Art. 62 Abs. 3 TRIPS .....	197
C. Zwischenergebnis .....	197
<b>§ 4 Zusammenfassung der Zwischenergebnisse .....</b>	<b>198</b>
<b>TEIL 4: TATSÄCHLICHE AUSWIRKUNGEN DES TRIPS AUF DEN NATIONALEN MARKENSCHUTZ .....</b>	<b>201</b>
<b>§ 1 Unmittelbare Anwendbarkeit der Normen des TRIPS im deutschen Recht .....</b>	<b>202</b>
A. Rechtsordnung der Bundesrepublik .....	202
I. Allgemeine Geltung .....	203
II. Individuelle Geltung .....	205
1. Materielle rechtliche Vorschriften des Teil II TRIPS .....	205
2. Verfahrensrechtliche Vorschriften des Teil III TRIPS .....	207
3. Individuelle Geltung der materiell- und verfahrensrechtlichen Vorschriften .....	209

III. Unmittelbare Anwendbarkeit des TRIPS in der deutschen Rechtsordnung.....	209
<b>B. Rechtsordnung der EU .....</b>	<b>209</b>
I. Allgemeine Geltung.....	210
II. Gesamtwürdigung des Vertrages .....	211
1. Auffassung des Rates und des EP .....	212
2. Auffassung des EuGH .....	213
a) Entwicklung der Rechtsprechung des EuGH.....	214
aa) Rechtsprechung zum GATT `47.....	214
bb) Rechtsprechung zu den WTO-Übereinkommen .....	216
b) Zusammenfassung der Rechtsprechung des EuGH.....	218
3. Fazit zur Rechtsauffassung des Rates, des EP und des EuGH.....	219
III. Keine unmittelbare Anwendbarkeit des TRIPS in der Rechtsordnung der EU.....	219
<b>C. Kompetenz .....</b>	<b>219</b>
<b>D. Zwischenergebnis.....</b>	<b>220</b>
<b>E. Würdigung .....</b>	<b>220</b>
I. Kritische Betrachtung der EuGH-Rechtsprechung .....	221
1. Zu Erstens – Eigenverantwortlichkeit in der Umsetzung der WTO-Normen.....	221
2. Zu Zweitens – Mangel an Gegenseitigkeit .....	222
3. Ergebnis der Betrachtung .....	224
II. Ergebnis der Würdigung.....	224
<b>§ 2 TRIPS-konforme Auslegung .....</b>	<b>225</b>
A. Anerkennung .....	225
B. Grenzen.....	228
I. Art. 15 Abs. 1 und 2 TRIPS .....	228
II. Art. 16 Abs. 1 TRIPS .....	229
III. Art. 16 Abs. 3 TRIPS .....	229
IV. Art. 16 Abs. 2 TRIPS .....	230
V. Ergebnis zu den Grenzen der TRIPS-konformen Auslegung .....	230
C. Zwischenergebnis.....	230
<b>§ 3 Zusammenfassung der Zwischenergebnisse.....</b>	<b>231</b>
<b>GESAMTERGEBNIS UND SCHLUBBETRACHTUNG.....</b>	<b>233</b>
<b>ANHANG .....</b>	<b>237</b>
<b>ANHANG 1 - MITGLIEDER DER WTO UND DERZEITIGE             BEOBACHTERSTAATEN .....</b>	<b>237</b>
<b>ANHANG 2 - INTERNATIONALE MARKENRECHTS-             KONVENTIONEN .....</b>	<b>241</b>

<b>ANHANG 3 - MATERIELLRECHTLICHE VORSCHRIFTEN DES TRIPS IM ÜBERBLICK.....</b>	<b>247</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS .....</b>	<b>251</b>