

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
Vorwort zur 2. Auflage .....	9
Literaturverzeichnis .....	17
<b>§ 1 Rechtsquellen</b> .....	21
A. Die Markenverordnung (MarkenV) .....	21
B. Richtlinien zu den Verfahren in Markenangelegenheiten .....	21
C. Die Gemeinschaftsmarkenverordnung (GMV) .....	22
<b>§ 2 Erscheinungsformen von Marken und ihre begriffliche Bedeutung</b> .....	25
A. Definition .....	25
B. Begleitende Marken .....	25
C. Dachmarken .....	27
D. Event- oder Ereignismarken .....	27
E. Garantiemarke .....	29
F. Handels- oder Eigenmarken .....	30
G. Kombinationsmarken .....	31
H. Notorietätsmarken .....	33
I. Waren- und Dienstleistungsmarken .....	34
I. Warenmarken .....	34
II. Dienstleistungsmarken .....	34
III. Nizza-Klassifikation .....	36
IV. Wiener Klassifikation .....	37
<b>§ 3 Kennzeichenarten und Funktion der Marke</b> .....	39
A. Grundsätzliches .....	39
B. Geschäftliche Bezeichnungen, § 5 MarkenG .....	40
I. Werktitel, § 5 Abs. 3 MarkenG .....	40
1. Schutzrichtung und -umfang .....	40
2. Titelschutzanzeige .....	41
II. Unternehmenskennzeichen, § 5 Abs. 2 MarkenG .....	43
III. Geographische Herkunftsangaben, § 126 MarkenG .....	45
IV. Als Marke schutzfähige Zeichen, § 3 MarkenG .....	47
1. Allgemeine Anforderungen .....	47
2. Wortmarken .....	49

3. Bildmarken .....	50
4. „Neue“ Markenformen .....	54
a) Farbmarke .....	54
b) Hörmarke .....	55
c) Geruchs- oder Duftmarke (olfaktorische Marke) .....	57
d) Dreidimensionale Marke .....	59
e) Positionsmarke .....	61
f) Bewegungsmarke .....	63
g) Tastmarke .....	64
h) Hologrammmarke .....	66
C. Entstehung einer Marke .....	67
I. Benutzungsmarken, § 4 Nr. 2 MarkenG .....	67
II. Eingetragene Marken, § 4 Nr. 1 MarkenG .....	68
III. Wirkungen der Eintragung im Markenregister .....	68
1. Ausschließlichkeitsrecht, § 14 MarkenG .....	68
2. Zeitrang (Prioritätswirkung), § 6 Abs. 1 MarkenG .....	69
3. Bestandsschutz .....	70
4. Publizitätswirkungen .....	71
<b>§ 4 Der Weg zur Registermarke .....</b>	<b>75</b>
A. Vor dem Gang zum Markenamt .....	75
I. Registerfähigkeit (§ 7 MarkenG) – Wer will die Marke schützen? ...	76
II. Erstellung des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses – Was soll die Marke schützen? .....	77
1. Wie finde ich die richtige Waren- oder Dienstleistungsklasse? ...	79
2. Verwendung von Oberbegriffen im Waren- und Dienstleistungsverzeichnis .....	86
3. Dienstleistungsklasse 35 (Werbung, Geschäftsführung, Unternehmensverwaltung und Büroarbeiten) .....	87
4. Schutzerstreckung einer Dienstleistungsmarke auch auf Merchandiseprodukte? .....	88
5. Zu den Anforderungen an die rechtserhaltende Benutzung einer Dienstleistungsmarke .....	89
III. Wiedergabe der Marke .....	91
IV. Absolute Schutzhindernisse – Welche Anforderungen werden an das Markenzeichen gestellt? .....	92
1. Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft für die Waren oder Dienstleistungen, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG, Art. 7 Abs. 1b) GMV .....	92
2. Beschreibende Marken, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG bzw. Art. 7 Abs. 1c) GMV .....	95

3. Gattungsbezeichnungen, § 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG bzw. Art. 7 Abs. 1d) GMV .....	100
4. Täuschungsgefahr, § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG bzw. Art. 7 Abs. 1g) GMV .....	101
5. Verstoß gegen die öffentliche Ordnung oder die guten Sitten, § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG bzw. Art. 7 Abs. 1f) GMV .....	102
6. Hoheitszeichen, Prüfzeichen, Wappen, § 8 Abs. 2 Nr. 6–8 MarkenG .....	102
7. Benutzung kann ersichtlich nach sonstigen Vorschriften im öffentlichen Interesse untersagt werden, § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG ..	103
8. Bösgläubige Markenmeldung, § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG .....	104
9. Überwindung der Schutzhindernisse in § 8 Abs. 2 Nr. 1–3 aufgrund Verkehrsgeltung, § 8 Abs. 3 MarkenG .....	105
10. Vorschläge der EU-Kommission .....	108
V. Relative Schutzhindernisse – Wer könnte etwas gegen die Markeneintragung haben? .....	108
1. Doppelidentität, § 9 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG .....	109
2. Verwechslungsgefahr, § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG .....	110
a) Identität/Ähnlichkeit der Waren und Dienstleistungen .....	110
b) Markenähnlichkeit .....	112
3. Verwässerung oder Rufausbeutung, § 9 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG ..	116
4. Kollisionsmarken finden .....	117
5. Zulässigkeit sog. Markenparodien .....	118
VI. Sonderproblem: Domains und das Markenrecht .....	119
1. Domain zusammen mit der Marke sichern .....	119
2. Kennzeichenschutz und markenmäßige Benutzung von Domainnamen .....	121
B. Der Antrag auf Eintragung der Marke – Ablauf des Eintragungsverfahrens ..	123
I. Deutsches Patent- und Markenamt (DPMA) .....	123
II. Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) .....	127
III. Internationale Erstreckung .....	131
<b>§ 5 Rechte nach Markeneintragung .....</b>	<b>133</b>
A. Marken als Gegenstand des Vermögens .....	133
I. Die Marke im System des nationalen und europäischen Grundrechtsschutzes .....	133
II. Die Marke im Rechtsverkehr .....	134
1. Rechtsübergang unter Lebenden .....	134
a. Rechtsübergang deutscher (Register-)Marken .....	134
b. Rechtsübergang europäischer Marken .....	136
c. Rechtsübergang im Rahmen des Unternehmenskaufs .....	141
d. Teilübertragung .....	141

2. Rechtsübergang von Todes wegen .....	141
3. Lizenzierung von Markenrechten .....	142
a. Lizenzierung deutscher Markenrechte .....	142
b. Lizenzierung europäischer Markenrechte .....	147
4. Die Marke als Sicherungsmittel .....	150
a. Verpfändung von Markenrechten .....	150
b. Nießbrauch an Markenrechten .....	152
c. Sicherungsabtretung von Markenrechten .....	153
5. Zwangsvollstreckung in Markenrechte .....	153
B. Ausschließlichkeitsrechte .....	155
I. Markenwiderspruch .....	155
1. Widerspruchsverfahren im deutschen MarkenG .....	155
2. Widerspruchsverfahren nach der GMV .....	159
II. Löschungsklage .....	162
III. Unterlassungsansprüche .....	164
IV. Auskunft- und Schadenersatz .....	173
1. Der Auskunftsanspruch nach § 19 MarkenG .....	173
a) Auskunftsanspruch gegenüber dem Verletzer .....	173
b) Auskunftsanspruch gegenüber Dritten .....	175
2. Der allgemeine Auskunftsanspruch nach § 242 BGB .....	176
3. Schadenersatz .....	177
V. Sonstige Ansprüche .....	177
VI. Strafrechtliche Flankierung des Markenrechts .....	177
VII. Prozessuales .....	178
1. Erstattungsfähigkeit von außergerichtlichen Patentanwaltskosten .....	178
2. Neues zum Streitgegenstandsbegriff .....	181
VIII. Geplante Neuerungen durch den Vorschlag der EU-Kommission zur Neufassung der Markenrechtsrichtlinie 2008/95/EG .....	184
<b>§ 6 Bestand und Schranken des Markenrechts</b> .....	<b>187</b>
A. Benutzungszwang .....	187
B. Namen und beschreibende Angaben, § 23 MarkenG .....	191
C. Verwirkung, Verjährung und Verzicht .....	198
I. Verwirkung .....	198
II. Verjährung .....	200
III. Verzicht .....	200
<b>§ 7 Anhang</b> .....	<b>203</b>
A. Die Marke im Blick – Verhaltensweisen nach erfolgreicher Markeneintra- gung .....	203
B. Recherchemöglichkeiten .....	204

I. Wo finde ich Entscheidungen zum EU-Markenrecht öffentlich zugänglich? .....	204
II. Wo finde ich Entscheidungen zum deutschen Markenrecht öffentlich zugänglich? .....	205
C. Checkliste Markeneintragung .....	205
D. Muster Markenlizenz- und Vermittlungsvertrag .....	208
<b>§ 8 Anhang</b> .....	215
Abbildungen .....	215
Stichwortverzeichnis .....	217