

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Vorwort zur 2. Auflage	9
Literaturverzeichnis	17
§ 1 Rechtsquellen	21
A. Die Markenverordnung (MarkenV)	21
B. Richtlinien zu den Verfahren in Markenangelegenheiten	21
C. Die Gemeinschaftsmarkenverordnung (GMV)	22
§ 2 Erscheinungsformen von Marken und ihre begriffliche Bedeutung	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
§ 3 Kennzeichenarten und Funktion der Marke	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
§ 4 Der Weg zur Registermarke	75
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
§ 5 Rechte nach Markeneintragung	133
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
§ 6 Bestand und Schranken des Markenrechts	187
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
§ 7 Anhang	203
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
§ 8 Anhang	215
Abbildungen	215
Stichwortverzeichnis	217