

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis .....	XV
Literaturverzeichnis .....	XVII

## 1. Teil. Einleitung

<b>§ 1. Überblick über das Rechtsgebiet .....</b>	<b>1</b>
I. Die Marke im System der Kennzeichenrechte .....	1
II. Schutzrechtsebenen .....	2
1. Nationales Recht .....	2
2. Unionsrecht .....	3
a) Markenrechtsrichtlinie .....	3
b) Gemeinschaftsmarkenverordnung .....	4
c) Reform des europäischen Markenrechts .....	4
3. Internationales Recht .....	5
a) Pariser Verbandsübereinkunft .....	5
b) Madrider Markenabkommen .....	6
c) Protokoll zum Madrider Markenabkommen .....	6
d) Sonstige Abkommen .....	8
<b>§ 2. Geschichte des Markenrechts .....</b>	<b>9</b>
I. Anfänge .....	9
II. Das Markenschutzgesetz von 1874 .....	10
III. Das Gesetz zum Schutz von Warenbezeichnungen von 1894 .....	11
IV. Das Warenzeichengesetz von 1936 .....	11
V. Das Markenrecht nach dem Krieg .....	11

## 2. Teil. Marken

<b>§ 3. Allgemeines .....</b>	<b>13</b>
I. Begriff und Funktionen der Marke .....	13
1. Herkunftsfunktion .....	13
2. Qualitäts- und Werbefunktion .....	13
3. Weitere Funktionen .....	14
II. Rechtsnatur und sachliche Rechtfertigung .....	16
III. Bedeutung .....	19
<b>§ 4. Schutzgegenstand .....</b>	<b>20</b>
I. Markenarten .....	20
1. Die eingetragene Marke, § 4 Nr. 1 MarkenG .....	20
2. Die durch Verkehrsgeltung erlangte Marke, § 4 Nr. 2 MarkenG .....	20
3. Die notorisch bekannte Marke, § 4 Nr. 3 MarkenG .....	21
4. Waren- und Dienstleistungsmarken .....	22
5. Kollektivmarken .....	22

II. Markenfähigkeit, § 3 MarkenG .....	23
1. Selbständigkeit .....	23
2. Einheitlichkeit .....	24
3. Abstrakte Unterscheidungseignung .....	24
4. Ausschlussstatbestände, § 3 Abs. 2 MarkenG .....	25
a) Art der Ware .....	26
b) Technische Erforderlichkeit .....	26
c) Wesentlicher Wert der Ware .....	27
<b>§ 5. Sachliche Schutzvoraussetzungen .....</b>	<b>29</b>
I. Absolute Schutzhindernisse, § 8 MarkenG .....	29
1. Graphische Darstellbarkeit, § 8 Abs. 1 MarkenG .....	29
a) Bisherige Praxis .....	29
b) Reform .....	31
2. Fehlende Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG .....	31
a) Unterscheidungskraft .....	31
b) Unterscheidungskraft und Allgemeininteresse .....	33
c) Verkehrsauffassung .....	34
d) Fallgruppen .....	35
3. Beschreibende Angaben, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG .....	38
4. Übliche Bezeichnungen, § 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG .....	41
5. Täuschende Bezeichnungen, § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG .....	41
6. Öffentliche Ordnung und gute Sitten, § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG .....	42
7. Sonstige Hindernisse .....	43
8. Ausnahmen bei Verkehrsdurchsetzung, § 8 Abs. 3 MarkenG .....	45
II. Relative Schutzhindernisse .....	48
<b>§ 6. Formelle Schutzvoraussetzungen – Das Eintragungsverfahren .....</b>	<b>49</b>
I. Anmeldung .....	49
II. Prüfung und Entscheidung .....	49
III. Widerspruch .....	50
<b>§ 7. Bestand der Marke .....</b>	<b>51</b>
I. Schutzdauer der eingetragenen Marke .....	51
II. Teilung der Marke .....	51
III. Löschung der Marke .....	52
1. Nichtverlängerung .....	52
2. Verzicht, § 48 MarkenG .....	52
3. Widerspruchsverfahren, § 42 MarkenG .....	53
4. Verfallsverfahren, § 49 MarkenG .....	54
5. Nichtigkeitsverfahren, §§ 50, 51 MarkenG .....	55
6. Lauterkeitsrechtlicher Lösungsanspruch .....	57
<b>§ 8. Inhalt des Markenrechts .....</b>	<b>60</b>
I. Allgemeines .....	60
II. Das positive Nutzungsrecht .....	60
1. Vermögensbestandteil .....	61
2. Übertragung .....	61
3. Lizenzierung .....	62
a) Begriff und Arten der Lizenz .....	62

	Seite
b) Rechtsnatur der Markenlizenz .....	63
c) Rechtsnatur, Form und Inhalt des Lizenzvertrages .....	64
d) Markenrechtliche Ansprüche gegen den Lizenznehmer .....	66
e) Ansprüche des Lizenznehmers gegen Dritte .....	67
f) Die Lizenz in der Insolvenz .....	68
g) Abgrenzungsvereinbarungen .....	69
III. Das negative Ausschlussrecht .....	70
1. Inhalt .....	71
2. Schutzbereich .....	71
a) Allgemeine Voraussetzungen .....	71
aa) Wirksame Marke .....	71
bb) Handeln im geschäftlichen Verkehr .....	72
cc) Markenmäßige Benutzung .....	73
b) Identitätsbereich, § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG .....	76
c) Ähnlichkeitsbereich, § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG .....	78
aa) Ähnlichkeit der Zeichen und der Waren bzw. Dienstleistungen .....	78
bb) Publikum .....	79
cc) Verwechslungsgefahr .....	79
(1) Begriff .....	79
(a) Zeichenirrtum .....	81
(b) Inhaberirrtum .....	81
(c) Beziehungsirrtum .....	81
(2) Abgrenzung zur Irreführungsgefahr .....	82
(3) Kriterien .....	82
(a) Wechselwirkung .....	82
(b) Zeichenähnlichkeit .....	83
(aa) Klang .....	84
(bb) Bild .....	85
(cc) Sinn .....	86
(dd) Kollision verschiedener Kennzeichenformen .....	87
(c) Branchennähe .....	87
(d) Kennzeichnungskraft .....	88
(4) Insbesondere: Verwechslungsgefahr bei kombinierten Zeichen („Prägetheorie“) .....	90
(5) Gedankliches Inverbindungbringen .....	93
(a) Inhaberirrtum .....	94
(b) Beziehungsirrtum .....	94
d) Bekanntheitsschutz, § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG .....	95
aa) Allgemeines .....	96
bb) Bekannte Marke .....	96
cc) Markenmäßige Benutzung? .....	97
dd) Ähnlichkeit der Zeichen oder der Waren bzw. Dienstleistungen .....	98
ee) Eingriffstatbestände .....	99
(1) Ausnutzung der Wertschätzung („Rufausbeutung“) .....	99
(2) Ausnutzung der Unterscheidungskraft („Aufmerksamkeitsausbeutung“) .....	100
(3) Beeinträchtigung der Wertschätzung („Rufschädigung“ oder „Verunglimpfung“) .....	100

	Seite
(4) Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft („Verwässerung“) .....	100
ff) Rechtfertigungsgründe .....	101
<b>§ 9. Schranken des Markenrechts</b> .....	<b>103</b>
I. Verjährung, § 20 MarkenG .....	103
II. Verwirkung, § 21 MarkenG .....	104
III. Namen und beschreibende Angaben, § 23 MarkenG .....	105
1. Allgemeines .....	105
2. Bürgerlicher Name .....	106
a) Name und Anschrift .....	106
b) Recht der Gleichnamigen .....	106
3. Beschreibende Angaben .....	107
4. Hinweis auf Bestimmung .....	107
5. Lauterkeitsvorbehalt .....	108
IV. Erschöpfung, § 24 MarkenG .....	109
1. Allgemeines .....	109
2. Territoriale Reichweite .....	110
3. Inverkehrbringen .....	111
4. Umfang .....	111
a) Weitervertrieb .....	111
b) Ankündigungsrecht .....	111
c) Ausnahmen .....	112
5. Beweislast .....	114
V. Benutzungszwang, §§ 25, 26 MarkenG .....	115
1. Zweck .....	115
2. Ernsthafte Benutzung .....	116
3. Abweichende Benutzung .....	118
<b>§ 10. Konkurrenz zum UWG und BGB</b> .....	<b>122</b>
I. Lauterkeitsrecht .....	122
1. Konfliktlagen .....	122
a) Grundsatz des Vorrangs markenrechtlicher Wertungen .....	122
b) Lauterkeitsrechtliche Ansprüche des Kennzeicheninhabers .....	124
c) Lauterkeitsrechtliche Ansprüche Dritter .....	125
2. Keine Konfliktlagen .....	126
a) Kein markenmäßiger Gebrauch .....	126
b) Bösgläubige Markenmeldung .....	126
c) Herabsetzung und Verunglimpfung von Kennzeichen .....	127
d) Vergleichende Werbung .....	127
II. Bürgerliches Recht .....	128
<b>§ 11. Rechtsfolgen</b> .....	<b>129</b>
I. Überblick .....	129
II. Unterlassungsanspruch .....	130
1. Inhalt .....	130
2. Wiederholungs- und Erstbegehungsgefahr .....	131
3. Gläubiger und Schuldner .....	132

	Seite
III. Beseitigungsansprüche .....	135
1. Löschung, § 51 MarkenG .....	135
2. Vernichtung, § 18 MarkenG .....	136
3. Rückruf, § 18 MarkenG .....	137
4. Urteilsbekanntmachung, § 19c MarkenG .....	137
IV. Auskunftsansprüche .....	138
1. Eigenauskunft, § 242 BGB .....	138
2. Drittauskunft, § 19 MarkenG .....	139
3. Vorlage und Besichtigung, § 19a MarkenG .....	140
V. Schadensersatzanspruch .....	140
1. Voraussetzungen .....	140
2. Inhalt .....	141
a) Dreifache Schadensberechnung .....	141
b) Marktverwirrungsschaden .....	143
VI. Bereicherungsanspruch .....	143

### 3. Teil. Die Gemeinschaftsmarke

§ 12. Allgemeines .....	145
I. Entstehungsgeschichte .....	145
II. Grundsätze des Gemeinschaftsmarkenrechts .....	146
1. Grundsatz der Autonomie .....	146
2. Grundsatz der Einheitlichkeit .....	147
3. Grundsatz der Koexistenz .....	148
4. Grundsatz der Permeabilität .....	148
III. Weiterer Gang der Darstellung .....	148
§ 13. Materielles Markenrecht .....	149
I. Schutzzusammenfassungen .....	149
1. Markenformen .....	149
2. Inhaber .....	149
3. Erwerb .....	149
4. Absolute Eintragungshindernisse .....	150
5. Relative Eintragungshindernisse .....	150
II. Inhalt, Umfang und Schranken des Schutzes .....	151
1. Inhalt und Umfang .....	151
a) Verletzungstatbestände .....	151
b) Zivilrechtliche Ansprüche .....	151
2. Schranken .....	152
a) Namen und beschreibende Angaben, Art. 12 GMVO .....	152
b) Erschöpfung, Art. 13 GMVO .....	152
c) Benutzungszwang, Art. 15 GMVO .....	153
III. Gemeinschaftsmarken als Vermögensgegenstände .....	154
IV. Dauer und Beendigung des Schutzes .....	156
§ 14. Verfahrensrecht .....	158
I. Eintragungsverfahren .....	158
1. Anmeldung .....	158
2. Widerspruchsverfahren .....	160

	Seite
II. Rechtsmittel .....	160
III. Kosten und Sprachen .....	161
IV. Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) .....	162
V. Gemeinschaftsmarkengerichte .....	162
<b>4. Teil. Geschäftliche Bezeichnungen</b>	
§ 15. Allgemeines .....	165
§ 16. Schutzgegenstand .....	167
I. Unternehmenskennzeichen .....	167
II. Werktitel .....	169
§ 17. Entstehung und Erlöschen des Schutzes .....	171
§ 18. Inhalt des Schutzrechts .....	176
I. Allgemeines .....	176
II. Verwechslungsgefahr, § 15 Abs. 2 MarkenG .....	177
III. Rufausbeutung bzw. Verwässerungsgefahr, § 15 Abs. 3 MarkenG .....	180
IV. Das Recht der Gleichnamigen als Schranke nach § 23 Nr. 1 MarkenG ....	181
V. Geschäftliche Bezeichnungen als Vermögensgegenstände .....	183
1. Positives Benutzungsrecht .....	183
2. Übertragbarkeit .....	183
3. Lizenzierung .....	184
<b>5. Teil. Geographische Herkunftsangaben</b>	
§ 19. Überblick .....	187
§ 20. Schutz nach §§ 126 ff. MarkenG .....	189
I. Allgemeines .....	189
II. Schutzgegenstand .....	190
III. Inhalt des Schutzes .....	192
1. Irreführung über den Ort .....	193
2. Irreführung über die Qualität .....	194
3. Rufschutz .....	194
§ 21. Schutz nach der Verordnung 1151/2012 .....	196
I. Allgemeines .....	196
II. Anwendungsbereich .....	196
III. Geschützte Bezeichnungen .....	197
IV. Das Eintragungsverfahren .....	199
1. Ablauf .....	199
2. Produktspezifikation .....	200
V. Inhalt des Schutzes .....	201
VI. Verhältnis zum nationalen Recht .....	202
<b>6. Teil. Domain-Recht</b>	
§ 22. Grundlagen des Domain-Name-Systems .....	207
I. Technischer Hintergrund .....	207
II. Vergabeverfahren .....	209

	Seite
§ 23. Deutsches Domain-Recht .....	210
I. Vergabeverfahren für „.de“-Domains .....	210
II. Kennzeichenschutz für Domains .....	211
1. Rechtsnatur von Domains .....	211
2. Kennzeichenerwerb .....	211
III. Verletzung von Marken durch Domains .....	212
1. Handeln im geschäftlichen Verkehr .....	213
2. Markenmäßige Benutzung .....	213
3. Identitätsbereich, § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG .....	215
4. Verwechslungsgefahr, § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG .....	215
5. Bekanntheitsschutz, § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG .....	216
IV. Verletzung von Unternehmenskennzeichen durch Domains .....	217
V. Verletzung sonstiger Rechtspositionen durch Domains .....	219
1. Werktitel .....	219
2. Geographische Herkunftsangaben .....	219
VI. Lauterkeitsrechtliche Ansprüche .....	220
1. Gezielte Behinderung, § 4 Nr. 10 UWG .....	220
2. Irreführung, § 5 UWG .....	221
VII. Deliktsrechtliche Ansprüche .....	222
VIII. Anspruch auf Übertragung oder Löschung einer Domain? .....	222
IX. Domains als Vermögensgegenstände .....	224
1. Übertragbarkeit .....	224
2. Zwangsvollstreckung .....	224
X. Passivlegitimation .....	224
Stichwortverzeichnis .....	227