

Inhaltsverzeichnis

A. Einleitung	1
B. Gegenstand der Untersuchung	3
I. Kurze Einführung in das Recht der Gleichnamigen	4
II. Neuentwicklungen	5
C. Die Änderungen im Einzelnen	7
I. Änderungen der Gesetzeslage	7
1. Neukodifikation des MarkenG	7
a) Kurzer Überblick zur Entwicklung	7
b) Mögliche Auswirkungen auf das Recht der Gleichnamigen.....	12
2. Reform des HGB.....	15
a) Kurzer Überblick.....	15
b) Mögliche Auswirkungen auf das Recht der Gleichnamigen.....	16
3. Reform des UWG	18
a) Kurzer Überblick.....	18
b) Mögliche Auswirkungen auf das Recht der Gleichnamigen.....	20
aa) Anwendungsvoraussetzung Lauterkeit.....	20
bb) Anwendung im Lauterkeitsrecht	21
4. Rechtliche Umsetzung der Wiedervereinigung Deutschlands	
.....	22
a) Kurzer Überblick zur Entwicklung	22
b) Mögliche Auswirkungen auf das Recht der Gleichnamigen.....	26
5. Rechtsprechung des EuGH	27
a) Kurzer Überblick.....	27
b) Mögliche Auswirkungen auf das Recht der Gleichnamigen.....	30
II. Änderungen tatsächlicher Umstände	32
1. Wiedervereinigung Deutschlands.....	33
a) Kurzer Überblick.....	33
b) Mögliche Auswirkungen auf das Recht der Gleichnamigen.....	35
2. Neues Medium Internet.....	37
D. Dogmatische Einordnung	41
I. Vor Schaffung des MarkenG	42
II. § 15 Abs. 2 MarkenG	43
III. § 23 Nr. 1 MarkenG	45
IV. Versuch dogmatischer Einordnung	52

1. Ausnahme vom Grundsatz der Priorität	52
2. Kennzeichenrechtlicher Sondertatbestand.....	54
3. Ungeschriebene Schranke	55
4. Ergebnis.....	56
E. Kollisionen im geschäftlichen Verkehr	59
I. In Frage kommende markengesetzliche	
Anspruchsgrundlagen	59
1. Zeichenidentität bzw. -ähnlichkeit	61
a) §§ 14 Abs. 2 MarkenG	61
b) § 15 Abs. 2 MarkenG	61
c) § 14 Abs. 2 Nr. 3 bzw. § 15 Abs. 3 MarkenG	61
2. Weitere Tatbestandsvoraussetzungen	62
a) Rechtsverletzende Benutzung.....	62
b) Waren- und Dienstleistungs-, Branchen- bzw. Werknähe.....	67
c) Verwechslungsgefahr	67
d) Schutz bekannter Kennzeichen	70
II. In Frage kommende außermarkengesetzliche	
Anspruchsgrundlagen	70
1. Ausschlusswirkung der markenrechtlichen Normen.....	70
a) BGB.....	72
b) UWG	77
Stellungnahme.....	80
2. Außermarkengesetzliche Normen	85
III. Passender Anknüpfungspunkt	86
1. § 23 Nr. 1 MarkenG, § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG, § 15 Abs.	
3 MarkenG	86
a) Direkte Anwendung	89
b) Entsprechende Anwendung.....	89
2. § 12 BGB „unbefugt“	89
3. Lauterkeitsrechtliches Verhältnismäßigkeitsgebot	90
IV. Lautere Verwendung des Zeichens	90
1. Strohmankonstellation	91
2. Verwechslungsabsicht.....	92
3. Sonstige absichtliche Wettbewerbsverstöße	97
V. Die sich gegenüberstehenden Grundpositionen	98
1. Namensführungsrecht als persönlichkeitsrechtliche	
Komponente.....	99

a) Inhalt	99
b) Grenzen	101
c) Abgeleitete Befugnis	102
aa) Gestattung.....	102
bb) Übertragung.....	105
Stellungnahme.....	107
2. Eigentumsrecht	111
3. Das Interesse der Allgemeinheit an der Lösung des Konflikts	111
VI. Allgemeine Kriterien der Interessenabwägung	112
1. Wer.....	113
2. Abwägungsrelevante Belange.....	115
a) Auf Seiten des prioritätsälteren Klägers.....	116
aa) Grundrechtspositionen	116
bb) Priorität	116
c) Grad der Verwechslungsgefahr.....	117
aaa) Grad der Kennzeichnungskraft bzw. Verkehrsbekanntheit	117
bbb) Zeichenähnlichkeit.....	119
ccc) Produkt-, Branchen-, Werknähe	119
ddd) Kollision i. S. d. § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	120
dd) Bekanntheit.....	121
ee) Anteil des Goodwill	123
ff) Besitzstand	124
b) Auf Seiten des prioritätsjüngeren Beklagten	124
aa) Namensrecht	124
bb) Priorität	128
cc) Grad der Verwechslungsgefahr.....	128
dd) Besitzstand.....	129
ee) Subjektive Momente bzw. Lauterkeit	131
3. Ob und welche Maßnahmen.....	133
VII. Kollisionsspezifische Aspekte der Interessenabwägung	134
1. Eingetragene Marke als Klagerecht.....	134
a) Kollision mit eingetragener Marke	136
aa) Marke als Name i. S. d. § 23 Nr. 1 MarkenG.....	137
bb) Begrenzung des Namensrechts auf die namensmäßige Verwendung.....	139
Stellungnahme.....	142

cc) Abwägungspunkte	147
aaa) Grundrechte auf Seiten des Klägers	148
bbb) Konkreter Grad an Priorität	149
ccc) Kennzeichnungskraft der Klagemarke.....	149
ddd) Subjektive Momente insbesondere Kenntnis.....	150
eee) Zu berücksichtigende besondere Leistung des Beklagten	152
fff) Ende des zu berücksichtigenden Namensrechts.....	153
dd) Abgrenzungsmaßnahmen	153
b) Kollision mit Unternehmenskennzeichen.....	155
aa) Handelsnamen als Namen i. S. d. § 23 Nr. 1 MarkenG	156
bb) Recherchepflicht.....	159
cc) Abwägungspunkte	161
aaa) Bewusste Verwendung einer Namensfirma.....	161
bbb) Persönlichkeitsrecht des Beklagten.....	164
(1) Verwendung des bürgerlichen Namens als Unternehmenskennzeichen	164
(2) Verwendung einer Phantasiebezeichnung.....	165
ccc) Sonderfall Partnerschaftsgesellschaften	167
ddd) Verwechslungs- und Irreführungsgefahr.....	168
eee) Subjektive Momente insbesondere Kenntnis	169
dd) Abgrenzungsmaßnahmen	170
c) Kollision mit sonstigen Zeichen	172
aa) Zeichen ohne originäre Namensfunktion.....	172
bb) Werktitel.....	173
2. Unternehmenskennzeichen als Klagerecht.....	174
a) Kollision mit Unternehmenskennzeichen.....	174
aa) Kollisionen aufgrund der Wiedervereinigung Deutschlands	175
aaa) Örtlich unbegrenzt geschützte Kennzeichen.....	175
bbb) Örtlich nur begrenzt geschützte Kennzeichen.....	177
ccc) Weitere Vorgabe zur Berücksichtigungsfähigkeit von Interessen des Beklagten.....	178
bb) Recherchepflicht.....	178
cc) Mögliche neue Kollisionen originär nicht kennzeichnungskräftiger Sachfirmen	179
dd) Abwägungspunkte.....	180
aaa) Grundrechte auf Seiten des Klägers	180
bbb) Persönlichkeitsrecht auf Seiten des Beklagten.....	181
b) Kollision mit Marke.....	182

aa) Ausnahmefall Namensmarke.....	183
bb) Kollision nach Wiedervereinigung und vor Erstreckung.....	183
cc) Abwägungspunkte.....	184
aaa) Grundrechte des Beklagten.....	184
bbb) Subjektive Momente.....	185
dd) Abgrenzungsmaßnahmen.....	185
c) Kollision mit Werktitel.....	186
d) Kollision mit Benutzungsmarke.....	186
3. Werktitel als Klagerecht.....	187
a) Kollision mit Werktitel.....	187
aa) Kollision aufgrund der Wiedervereinigung Deutschlands.....	187
bb) Abwägungspunkte.....	188
cc) Abgrenzungsmaßnahmen.....	189
b) Kollision mit Marke oder Unternehmenskennzeichen.....	189
aa) Rechtsverletzende Benutzung.....	189
bb) Abwägungspunkte.....	190
cc) Abgrenzungsmaßnahmen.....	191
4. Benutzungsmarke als Klagerecht.....	191
5. Speziell Kollisionen mit Domainnamen.....	192
a) Kennzeichenrechtliche Einordnung der Domainnamen.....	193
b) Allgemeine Voraussetzungen für einen Unterlassungsanspruch.....	194
aa) Geschäftlicher Verkehr.....	195
bb) Rechtsverletzende Benutzung.....	196
aaa) Klagezeichen kraft Benutzung im Internet entstandenes Kennzeichenrecht.....	196
bbb) Domaininhaber als Anspruchsgegner.....	197
c) Weitere Voraussetzungen.....	199
aa) Vergleich der Zeichen.....	199
bb) Identität oder Ähnlichkeit der Waren / Branchen / Werke.....	199
cc) Sonderfall § 12 BGB.....	200
aaa) Anwendbarkeit.....	200
bbb) Tatbestandliche Voraussetzungen.....	201
d) Anwendung des Rechts der Gleichnamigen.....	202
aa) Eigene Rechte.....	203
bb) Abgeleitete Rechte.....	204
e) Abwägungspunkte.....	205
f) Abgrenzungsmaßnahmen.....	207

aa) Anspruchsgegner Domaininhaber	207
bb) Anspruchssteller Domaininhaber	209
g) Behandlung von E-Mail-Adressen.....	210
6. Bekanntes Kennzeichen als Klagerecht.....	210
a) Kein absichtliches Handeln	211
b) Abgrenzungsmaßnahmen.....	211
VIII. Ausnahme: Pflicht des Älteren sich abzugrenzen.....	212
IX. Gleichgewichtslagen bzw. Koexistenzen.....	215
1. Entstehen von Gleichgewichtslagen	215
a) Ursprüngliche und bewusst herbeigeführte Koexistenzen	215
b) Ergebnis der Interessenabwägung.....	215
2. Eigenarten von Gleichgewichtslagen	216
3. Rechtliche Beurteilung von Störungen	217
a) Nicht hinzunehmende Störungen.....	218
aa) Territoriale Ausdehnung.....	218
bb) Neu auftretende markenmäßige Benutzung	219
cc) Anderweitige Erhöhung der Verwechslungsgefahr.....	220
b) Hinzunehmende Störungen	220
F. Kollisionen im privaten Bereich	223
I. Berühmte Kennzeichen	223
1. Voraussetzungen	223
2. Hauptanwendungsfall Domainnamen	224
II. Ortsnamen	227
III. Berühmte Persönlichkeiten	229
IV. Gebäude.....	230
1. Voraussetzungen	230
2. Abwägung der sich gegenüberstehenden Interessen	231
G. Zusammenfassung und Schlussbemerkung	233
I. Änderungen im geschäftlichen Bereich	233
1. Neukodifikation des MarkenG	233
2. HGB-Reform	234
3. UWG-Reform.....	235
4. Wiedervereinigung Deutschlands.....	235
5. Neues Medium Internet.....	236
II. Änderungen im außergeschäftlichen Bereich.....	236
III. Bedeutung für die Praxis.....	237

1. Mögliche Auswirkungen	237
2. Hilfestellungen.....	238
a) Belange der Interessenabwägung	238
b) Stattfinden einer Interessenabwägung an sich	239
IV. Fazit.....	240