

# Inhalt

Teil 1 Entstehung und Inhalt des Schutzes von Marken und geschäftlichen Bezeichnungen .....	9
A. Einführung .....	9
B. Marken .....	10
I. Inhaberschaft .....	11
II. Abstrakte Markenfähigkeit.....	12
1. Wortmarken/Buchstabenmarken .....	13
2. Bildmarken .....	13
3. Farbmarken .....	13
4. Dreidimensionale Marken .....	15
5. Weitere Markenformen .....	18
6. Artikel 4 UMV .....	18
III. Absolute Schutzhindernisse i. S. d. § 8 MarkenG .....	19
1. Eintragungshindernisse des § 8 Abs. 2 .....	19
2. Prüfungsmaßstab .....	20
3. Konkrete Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1) .....	21
a) Wortmarken, Wortfolgen, Slogans.....	22
b) Fremdsprachige Zeichen.....	24
c) Zahlen und Buchstaben .....	24
d) Bildmarken .....	25
e) Farbmarken .....	26
f) Dreidimensionale Marken.....	27
4. Freihaltebedürfnis (§ 8 Abs. 2 Nr. 2) .....	29
5. Sonstige Eintragungshindernisse .....	30
5. Absolute Eintragungshindernisse gemäß Art. 7 UMV .....	31
IV. Verfahren.....	31
1. Allgemeines .....	31
2. Prüfung des DPMA .....	32
3. Verfahren, Rechtsschutzmöglichkeiten.....	33

4.	Schutzdauer .....	34
5.	Sonstige Marken .....	34
V.	Löschung der Marke .....	35
1.	Löschung wegen absoluter Schutzhindernisse .....	35
2.	Löschung wegen Verfalls .....	36
a)	Verfahren .....	36
b)	Benutzungszwang .....	36
c)	Rechtserhaltende Benutzung .....	37
3.	Löschung wegen älterer Rechte .....	39
4.	Böswillige Markenmeldung .....	39
VI.	Internationales .....	41
1.	Einführung .....	41
2.	IR-Marke .....	41
a)	Allgemeines .....	41
b)	Unterschied MMA – PMMA .....	42
c)	Abhängigkeit von der Basismarke .....	42
d)	Nationale Regelungen .....	42
3.	Unionsmarke .....	43
a)	Einführung .....	43
b)	Registrierung .....	43
c)	Widerspruch .....	44
d)	Priorität, Seniorität .....	45
e)	Unionsgewährleistungsmarke .....	46
C.	Geschäftliche Bezeichnung .....	47
I.	Unternehmenskennzeichen .....	47
1.	Schutzgegenstand .....	47
2.	Entstehung und Dauer .....	48
II.	Werktitel .....	50
1.	Schutzobjekte .....	50
2.	Entstehung und Dauer .....	50
D.	Zusammenfassung .....	52
	Teil 2 Kennzeichenverletzung .....	53
A.	Überblick .....	53
B.	Markenverletzung .....	54
I.	Allgemeines .....	54
II.	Allgemeine Voraussetzungen .....	55
1.	Bestehender Markenschutz .....	55

2.	Prioritätsvergleich zwischen der Klagemarke und dem angegriffenen Zeichen .....	55
3.	Begehung durch „Dritten“ ohne Zustimmung des Markeninhabers .....	57
4.	Geschäftlicher Verkehr .....	57
5.	Rechtsverletzende Benutzung .....	58
a)	Verwendung als Unternehmenskennzeichnung ....	59
b)	Verwendung als Farbmarke .....	60
c)	Benutzung dreidimensionaler Marken .....	61
III.	Identität, § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG .....	62
1.	Zeichen-/Warenidentität.....	62
2.	Restriktive Auslegung .....	62
3.	Waren-/Dienstleistungsidentität .....	64
IV.	Verwechslungsgefahr, § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG.....	64
1.	Wechselwirkungstheorie .....	64
2.	Kennzeichnungskraft .....	66
3.	Zeichenähnlichkeit .....	67
a)	Einwortzeichen .....	67
b)	Prägetheorie für Mehrwortzeichen bzw. mehrgliedrige Zeichen .....	70
c)	Mehrgliedrige Zeichen mit Unternehmenskennzeichen.....	72
d)	Selbstständigkeitstheorie: .....	74
4.	Waren-/Dienstleistungsähnlichkeit.....	75
V.	Ausnutzung und Beeinträchtigung bekannter Marken, § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG .....	75
1.	Allgemeine Voraussetzungen .....	75
2.	Bekannte Marken.....	76
3.	Vier Eingriffstatbestände .....	77
4.	Unlauterkeitsvorbehalt .....	78
5.	Konkrete Beispiele aus der Rechtsprechung.....	79
C.	Die Verletzung geschäftlicher Bezeichnungen .....	80
I.	Allgemein .....	80
II.	Allgemeine Voraussetzungen.....	80
1.	Prioritätsprinzip .....	80
2.	Geschäftlicher Verkehr .....	81
III.	Unternehmenskennzeichenverletzung .....	82

1.	Verwechslungsgefahr.....	82
2.	Mehrgliedrige Unternehmenskennzeichen.....	83
3.	Kennzeichnungskraft.....	84
4.	Zeichenähnlichkeit .....	84
5.	Branchennähe.....	85
6.	Ausbeutung und Beeinträchtigung bekannter Unternehmenskennzeichen § 15 Abs. 3 MarkenG.....	86
IV.	Titelverletzung .....	86
1.	Verwechslungsgefahr.....	86
a)	Werkbezogene Verwechslungsgefahr .....	86
b)	Unternehmensbezogene Verwechslungsgefahr ...	87
c)	Mehrgliedrige Werktitel .....	87
2.	Wechselwirkungstheorie .....	87
D.	Domainrecht .....	88
I.	Allgemeines .....	88
II.	§ 12 BGB .....	89
III.	§ 14 MarkenG.....	90
IV.	§ 15 MarkenG.....	91
E.	Schranken des Schutzes.....	91
I.	Verwirkung, § 21 MarkenG .....	91
1.	Allgemeines.....	91
2.	Kenntniserlangung .....	91
3.	Koexistenz.....	92
4.	§ 242 BGB.....	92
II.	§ 23 MarkenG (u. a. Zubehörgeschäft) .....	93
III.	Erschöpfung, § 24 MarkenG.....	94
IV.	Einrede der Nichtbenutzung .....	96
F.	Geltendmachung der Rechte.....	98
G.	Internationales .....	101