

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	23
<b>A. Anlass der Untersuchung</b>	23
<b>B. Gang und Gegenstand der Untersuchung</b>	29
<i>1. Teil</i>	
<b>Der markenrechtliche Schutz von Gütezeichen in Deutschland</b>	32
<b>A. Historische Entwicklung des Gütezeichenschutzes in Deutschland</b>	32
I. Die Einführung des Verbandszeichens in das Markenrecht	33
II. Die Gründung des RAL	34
III. Die Gütezeichenverordnung	35
IV. Die Wiederbelebung des RAL	35
V. Die Eintragungspraxis des Deutschen Patentamts	37
VI. Die Markenrechtsreform	38
<b>B. Begriffsbestimmung: Gütezeichen und Gewährleistungsmarke</b>	39
<b>C. Der Schutz des Gütezeichens als Kollektivmarke</b>	44
I. Markeninhaber und Markennutzer	44
1. Neutralität des Markeninhabers keine Voraussetzung	45
a) Verkehrserwartung bei Gütezeichen	46
b) Nachweis einer unabhängigen Kontrolle	46
2. Kein Anspruch auf Nutzung der Kollektivmarke aus dem Markenrecht	48
a) Kartellrechtlicher Aufnahmeanspruch in die Gütezeichengemeinschaft	49
aa) Gütezeichengemeinschaft	50
bb) Sachlich nicht gerechtfertigte ungleiche Behandlung	50
cc) Unbillige Benachteiligung	51
b) Aufnahmeanspruch aus dem Lauterkeitsrecht	52
aa) Mitbewerber	52
bb) Gezielte Behinderung und Rechtsfolge	52
c) Aufnahmeanspruch aus dem Bürgerlichen Recht	53
d) Zwischenergebnis	53
3. Freie Übertragbarkeit der Kollektivmarke	54

a)	Die Gefahr der Beeinträchtigung der Garantiefunktion .....	54
b)	Keine präventive Kontrollfunktion des Deutschen Patent- und Markenamts .....	55
c)	Nachträgliche Korrekturmöglichkeiten .....	55
aa)	Unwirksamkeit der Übertragung nach § 134 BGB i. V. m. §§ 3, 5 UWG .....	55
bb)	Nichtigkeit der Marke nach §§ 97 Abs. 2, 50 MarkenG .....	57
cc)	Verfall der Marke nach §§ 97 Abs. 2, 49 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG .....	58
d)	Freie Übertragbarkeit gefährdet die Garantiefunktion .....	59
4.	Zwischenergebnis .....	60
II.	Schutzhindernisse .....	61
1.	Fehlende Unterscheidungskraft .....	61
2.	Rein beschreibende Angaben .....	64
3.	Zwischenergebnis .....	66
III.	Die Markensatzung .....	67
1.	Inhalt der Markensatzung .....	67
a)	Gütebedingungen .....	67
b)	Kontrolle und Sanktionsmechanismen .....	70
2.	Einsichtsrecht .....	71
3.	Änderungen der Markensatzung .....	71
4.	Zwischenergebnis .....	72
IV.	Die Schutzschranke der rechterhaltenden Benutzung .....	72
1.	Die Prüfung des § 26 MarkenG .....	73
2.	Die Anwendung des § 26 MarkenG auf Kollektivmarken .....	74
3.	Benutzung für die Waren oder Dienstleistungen .....	75
a)	Benutzung für zertifizierte Waren oder Dienstleistungen .....	76
b)	Benutzung für die Zertifizierungsdienstleistung .....	77
aa)	Benutzung im Sinne eines Herkunftshinweises .....	77
bb)	Benutzung im Sinne eines Gütezeichens .....	77
4.	Zwischenergebnis .....	79
V.	Die rechtsverletzende Benutzung .....	80
1.	Die Bedeutung der Herkunftsfunktion .....	80
a)	Die geschützten Markenfunktionen unter § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG .....	80
b)	Die geschützten Markenfunktionen unter § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG .....	81
2.	Markenverletzung durch Hinweis auf die Zertifizierungsdienst- leistung .....	82
3.	Klagebefugnis der Nutzungsberechtigten .....	83
4.	Zwischenergebnis .....	84

VI. Verfall und Nichtigkeit der Kollektivmarke .....	84
1. Verfall nach § 49 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG .....	85
2. Verfall nach § 105 Abs. 1 Nr. 2, Abs. 2 MarkenG .....	85
VII. Zusammenfassung .....	87
<b>D. Der Schutz des Gütezeichens als Individualmarke .....</b>	<b>87</b>
I. Markeninhaber und Markennutzer .....	89
1. Neutralität des Markeninhabers keine Voraussetzung .....	89
2. Kein Anspruch auf Nutzung der Individualmarke aus dem Markenrecht .....	90
a) Lizenzierungsanspruch aus dem Kartellrecht .....	90
aa) Normadressaten .....	91
bb) Die übrigen Tatbestandsvoraussetzungen .....	92
b) Lizenzierungsansprüche aus dem Lauterkeitsrecht und dem Bürgerlichen Recht .....	92
c) Zwischenergebnis .....	93
3. Freie Übertragbarkeit der Individualmarke .....	93
4. Zwischenergebnis .....	94
II. Schutzhindernisse .....	94
1. Fehlende Unterscheidungskraft .....	94
a) Maßgeblichkeit der Herkunftsfunktion .....	94
b) Bedeutung für den Schutz von Gütezeichen .....	96
2. Rein beschreibende Angaben .....	99
3. Zwischenergebnis .....	99
III. Gütebedingungen .....	100
IV. Die Schutzschränke der rechtserhaltenden Benutzung .....	100
1. Die Markenfunktionen .....	101
a) Die wirtschaftlichen Funktionen der Individualmarke .....	101
aa) Die Herkunftsfunktion .....	101
bb) Die Qualitätsfunktion .....	103
cc) Die Werbefunktion .....	103
b) Die rechtlichen Funktionen der Individualmarke .....	104
aa) Warenzeichengesetz .....	104
bb) Markengesetz .....	105
cc) Die Entscheidung „L'Oréal“ des Europäischen Gerichtshofs .....	106
2. Die Bedeutung der „neuen“ Markenfunktionen für die rechtserhaltende Benutzung .....	107
a) Eigenständige Auslegung der Benutzungsbegriffe .....	107
b) Keine Berücksichtigung weiterer Markenfunktionen im Rahmen der rechtserhaltenden Benutzung .....	109
3. Die funktionsgerechte Benutzung von Gütezeichen .....	111

a)	Die Ansicht der deutschen Rechtsprechung und der Vorlagebeschluss des Oberlandesgerichts Düsseldorf .....	111
b)	Die Auffassung des Amts der Europäischen Union für geistiges Eigentum .....	113
c)	Die Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs zum Vorlageverfahren .....	115
d)	Die Entscheidung des Oberlandesgerichts Düsseldorf .....	117
e)	Die Bedeutung der Entscheidung für als Individualmarken eingetragene Gütezeichen .....	117
4.	Zwischenergebnis .....	118
V.	Die rechtsverletzende Benutzung .....	118
1.	Die Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion .....	119
2.	Klagebefugnis der Lizenznehmer .....	119
VI.	Verfall und Nichtigkeit der Individualmarke .....	120
VII.	Zusammenfassung .....	121
<b>E.</b>	<b>Bedürfnis nach Einführung einer Gewährleistungsmarke</b> .....	122
I.	Anpassung der bisherigen Regelungen .....	122
1.	Anerkennung unterschiedlicher Markenfunktionen .....	123
2.	Abweichende Schutzinteressen stehen der Anpassung entgegen .....	126
II.	Verweis der Gütezeicheninhaber auf die Unionsgewährleistungsmarke ..	128
1.	Die Anzahl und Reichweite von Gütezeichen .....	128
2.	Unionsmarkenrechtlicher Einheitlichkeitsgrundsatz und das Prinzip der Koexistenz .....	129
III.	Gründe für die Einführung einer nationalen Gewährleistungsmarke .....	131
1.	Vervielfachung von Schutzhindernissen und Lösungsgründen .....	131
2.	Aufwendige Markenrecherche und fehlende Umwandlungsfähigkeit .....	132
3.	Höhere Kosten der Unionsgewährleistungsmarke .....	134
4.	Unterschiedliche Marktgegebenheiten in den Mitgliedstaaten .....	135
5.	Vereinfachung des internationalen Markenschutzes .....	135
IV.	Zusammenfassung .....	136
 <i>2. Teil</i> 		
	<b>Der markenrechtliche Schutz von Gütezeichen in Frankreich und im Vereinigten Königreich</b>	138
<b>A.</b>	<b>Frankreich</b> .....	138
I.	Historische Entwicklung des Gütezeichenschutzes in Frankreich .....	139
1.	Das Markengesetz von 1964 .....	140
2.	Das Markengesetz von 1991 .....	142
II.	Definition und Abgrenzung von Kollektivmarke, einfacher Kollektivmarke und Gewährleistungsmarke .....	143

1.	Die Kollektivmarke als Oberbegriff .....	143
2.	Die einfache Kollektivmarke .....	144
a)	Der Markeninhaber .....	144
b)	Die Markensatzung .....	145
3.	Die Gewährleistungsmarke .....	146
4.	Das Verhältnis der Markenformen .....	147
III.	Markeninhaber und Markennutzer .....	148
1.	Neutralität des Markeninhabers .....	148
2.	Akkreditierung .....	149
a)	Das Konformitätszertifikat für landwirtschaftliche Produkte und Lebensmittel .....	149
b)	Das Konformitätszertifikat nach den Vorschriften des Code de la consommation .....	151
c)	Verhältnis von Gewährleistungsmarken und Konformitätszerti- fikaten .....	152
aa)	Eintragung der Konformitätskennzeichen als Gewährleistungsmarke .....	152
bb)	Beachtung der Vorschriften zur Zertifizierung bei der Eintragung einer Gewährleistungsmarke .....	153
3.	Nutzungsberechtigung .....	154
4.	Eingeschränkte Übertragbarkeit .....	157
5.	Zwischenergebnis .....	157
IV.	Schutzhindernisse .....	158
1.	Fehlende Unterscheidungskraft .....	158
2.	Rein beschreibende Angaben .....	161
3.	Eintragungssperre .....	163
4.	Zwischenergebnis .....	164
V.	Die Markensatzung .....	165
1.	Inhalt der Markensatzung .....	165
2.	Veröffentlichung der Markensatzung .....	167
3.	Änderungen der Markensatzung .....	167
4.	Konsequenz der fehlenden oder mangelhaften Markensatzung .....	168
a)	Die Entscheidung „Palace“ des Cour d’appel Paris vom 13. Januar 2015 .....	168
b)	Die Entscheidung „Logis“ des Cour d’appel Paris vom 13. März 2015 .....	170
c)	Die Problematik der Abgrenzung der Markenformen .....	171
5.	Zwischenergebnis .....	172
VI.	Die Schutzschranke der rechtserhaltenden Benutzung .....	172
1.	Anforderungen an die ernsthafte Benutzung bei Gewährleistungs- marken .....	173

2.	Benutzung für die Waren oder Dienstleistungen .....	173
3.	Rechtsfolge mangelnder Benutzung .....	174
4.	Zwischenergebnis .....	175
VII.	Die rechtsverletzende Benutzung .....	175
1.	Die zivilrechtlichen Verletzungstatbestände und die Beeinträchtigung der Garantiefunktion .....	175
2.	Klagebefugnis der Nutzungsberechtigten .....	176
3.	Die speziellen Straftatbestände für die Gewährleistungsmarke .....	176
4.	Zwischenergebnis .....	177
VIII.	Verfall und Nichtigkeit der Gewährleistungsmarke .....	177
IX.	Zusammenfassung .....	178
<b>B.</b>	<b>Vereinigtes Königreich .....</b>	<b>181</b>
I.	Historische Entwicklung des Gütezeichenschutzes im Vereinigten Königreich .....	181
1.	Passing Off .....	182
2.	Die Einführung der Registermarke und die „standardization trademark“ .....	184
3.	Der Trade Marks Act 1938 .....	185
4.	Der Trade Marks Act 1994 .....	185
II.	Definition und Abgrenzung von Individualmarke, Kollektivmarke und Gewährleistungsmarke .....	186
1.	Die Kollektivmarke .....	186
2.	Die Gewährleistungsmarke .....	188
3.	Verhältnis von Gewährleistungsmarke und Kollektivmarke .....	188
4.	Verhältnis von Gewährleistungsmarke und Individualmarke .....	190
a)	Die Eintragung von Gewährleistungsmarke und Individualmarke für einen Inhaber .....	190
b)	Die Nutzung der Individualmarke wie eine Gewährleistungsmarke .....	192
5.	Zwischenergebnis .....	192
III.	Markeninhaber und Markennutzer .....	193
1.	Neutralität des Markeninhabers .....	193
2.	Kompetenz zur Zertifizierung .....	194
3.	Nutzungsberechtigung .....	195
4.	Übertragbarkeit .....	197
5.	Zwischenergebnis .....	198
IV.	Schutzhindernisse .....	198
1.	Fehlende Unterscheidungskraft .....	198
2.	Rein beschreibende Angaben .....	200
3.	Zwischenergebnis .....	202
V.	Markensatzung .....	202

1. Inhalt der Markensatzung .....	203
2. Einsichtsrecht .....	204
3. Änderungen der Markensatzung .....	205
4. Konsequenzen bei fehlender oder mangelhafter Markensatzung ....	205
5. Zwischenergebnis .....	206
VI. Die Schutzschränke der rechtserhaltenden Benutzung .....	206
1. Anforderungen an die ernsthafte Benutzung bei Gewährleistungsmarken .....	206
2. Benutzung für die Waren oder Dienstleistungen .....	207
VII. Die rechtsverletzende Benutzung .....	208
1. Die Beeinträchtigung der Garantiefunktion .....	208
2. Klagebefugnis der Nutzungsberechtigten .....	208
VIII. Verfall und Nichtigkeit der Gewährleistungsmarke .....	209
IX. Zusammenfassung .....	209

### 3. Teil

#### **Die nationale Gewährleistungsmarke in Deutschland** 213

<b>A. Grundlagen für die Erarbeitung der Vorschriften zur Gewährleistungsmarke</b> .....	213
I. Die Garantiefunktion und die Verortung des Gütezeichenschutzes im Markenrecht .....	214
II. Der Rechtsvergleich als Erkenntnisquelle .....	215
III. Die Markenrechtsrichtlinie als Rahmen .....	215
IV. Die Unionsmarkenverordnung .....	217
V. Zusammenfassung .....	218
<b>B. Die Regelungen im Einzelnen</b> .....	218
I. Definition der Gewährleistungsmarke und Abgrenzung zu den anderen Markenformen .....	219
1. Definition der Gewährleistungsmarke .....	219
2. Verbindlichkeit der Markenform .....	221
3. Maßnahmen zur Abgrenzung der Markenformen und deren Durchsetzung .....	222
a) Abgrenzung der Markenformen .....	223
b) Kennzeichnung der Gewährleistungsmarke .....	224
c) Besondere Schutzhindernisse .....	225
d) Verfallsgründe .....	227
4. Umgang mit eingetragenen Gütezeichen .....	228
5. Gleichzeitige Eintragung von Gewährleistungsmarke und Kollektiv- oder Individualmarke .....	228

II. Markeninhaber und Markennutzer .....	230
1. Person des Markeninhabers .....	230
a) Keine Verbandsstruktur erforderlich .....	230
b) Vorgaben der Markenrechtsrichtlinie .....	232
2. Neutralität und Unabhängigkeit .....	233
a) Ausschluss der gewerblichen Tätigkeit des Gewährleistungs-	
markeninhabers .....	234
b) Umfang des Ausschlusses der gewerblichen Tätigkeit .....	235
aa) Rechtliche oder wirtschaftliche Trennung .....	235
(1) Verbände .....	236
(2) Wirtschaftlich verbundene Unternehmen .....	236
bb) Art der gewerblichen Tätigkeit .....	238
c) Verbot der Gewinnorientierung .....	239
d) Absicherung der Neutralität und Unabhängigkeit .....	240
3. Kompetenz zur Zertifizierung .....	241
4. Nutzungsberechtigung .....	242
5. Übertragbarkeit, dingliche Rechte und Zwangsvollstreckung .....	245
a) Einschränkung der Übertragbarkeit .....	245
b) Ausschluss dinglicher Rechte und der Zwangsvollstreckung .....	247
III. Schutzhindernisse .....	247
1. Fehlende Unterscheidungskraft .....	248
2. Rein beschreibende Angaben .....	250
3. Eintragungssperre .....	252
IV. Die Markensatzung .....	255
1. Inhalt der Markensatzung .....	255
a) Angaben zum Markeninhaber und zur Gewährleistungsmarke .....	256
b) Nutzungsberechtigte .....	256
c) Die gewährleisteten Eigenschaften .....	257
d) Kontrolle und Sanktionsmechanismen .....	259
e) Gebühren .....	259
f) Streitschlichtungsmechanismus .....	260
2. Veröffentlichung der Markensatzung .....	260
3. Änderungen der Markensatzung .....	261
V. Die Schutzschranke der rechtserhaltenden Benutzung .....	263
1. Die funktionsgerechte Benutzung der Gewährleistungsmarke .....	263
2. Benutzung für die Waren oder Dienstleistungen .....	263
VI. Die rechtsverletzende Benutzung .....	264
1. Die Beeinträchtigung der Garantiefunktion .....	265
2. Klagebefugnis der Nutzungsberechtigten .....	266
3. Spezielle Straftatbestände .....	267

Inhaltsverzeichnis	17
VII. Verfall und Nichtigkeit .....	268
1. Zweck der besonderen Löschungstatbestände .....	268
2. Inhalt der besonderen Löschungstatbestände .....	269
VIII. Zusammenfassung .....	270
<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>274</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>279</b>
<b>Sachwortregister</b> .....	<b>290</b>