

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
Abkürzungsverzeichnis	XV
Kapitel 1: Einführung in die Problemstellung, Gang der Arbeit und begriffliche Systematisierung	1
I. Einführung in die Problemstellung	1
II. Gang der Untersuchung	5
III. Der Benutzungsbegriff	6
Kapitel 2: Die Rechtsnatur der Marke, die Funktionenlehre und alternative, markenrechtliche Grundkonzeptionen	9
I. Die Rechtsnatur der Marke	9
II. Das europäische Markenrechtssystem als elementarer Bestandteil der Binnenmarktordnung	12
III. Die markenrechtliche Funktionenlehre	14
1. Der Begriff der Funktion im Markenrecht	14
2. Überblick über die traditionelle Funktionenlehre	14
3. Kritik und Weiterentwicklung der markenrechtlichen Funktionenlehre	17
Kapitel 3: Die Rechtslage anhand der Markenrichtlinie, des deutschen Markengesetzes und der Gemeinschaftsmarkenverordnung	23
I. Einführung und Überblick über die Entwicklung und Auslegung des Markenrechts in der Europäischen Union und dem Europäischen Wirtschaftsraum	23
	IX

II. Untersuchung des geschriebenen Rechts	27
1. Die Verletzungstatbestände der GMV, MRL und des MarkenG	27
2. Der 10. Erwägungsgrund der MRL und der 8. Erwägungsgrund der GMV	29
3. Art. 5 Abs. 5 MRL	30
4. Aussagegehalt der Schrankenregelungen	32
III. Zwischenergebnis	33
Kapitel 4:	
Die Untersuchung der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union	34
I. EuGH, Rs. C-63/97, Slg. 1999, I-905, BMW ./ Deenik	34
1. Sachverhalt und Verfahren	34
2. Urteil und Schlussanträge	35
3. Kommentar	35
II. EuGH, Rs. C-2/00, Slg. 2002, I-4187, Hölterhoff ./ Freiesleben	36
1. Sachverhalt und Verfahren	36
2. Urteil und Schlussanträge	37
3. Kommentar	38
III. EuGH, Rs. C-206/01, Slg. 2002, I-10273, Arsenal ./ Reed	39
1. Sachverhalt und Verfahren	39
2. Urteil	41
3. Schlussanträge	43
4. Kommentar	46
IV. EuGH, Rs. C-23/01, Slg. 2002 I – 10913, Robeco ./ Robelco	47
1. Sachverhalt und Verfahren	47
2. Urteil und Schlussanträge	47
3. Kommentar	48
V. EuGH, Rs. C-408/01, Slg. 2003, I-12537, Adidas ./ Fitnessworld	49
1. Sachverhalt und Verfahren	49
2. Urteil und Schlussanträge	49
3. Kommentar	51
VI. EuGH, Rs. C-245/02, Slg. 2004, I-1989, Anheuser-Busch	52
1. Sachverhalt und Verfahren	52
2. Urteil und Schlussanträge	53
3. Kommentar	55

VII. EuGH, Rs. C-17/06, Slg. 2007, I-7041, Céline	56
1. Sachverhalt und Verfahren	56
2. Urteil und Schlussanträge	57
3. Kommentar	58
VIII. EuGH, Rs. C-48/05, Slg. 2007, I-1023, Opel ./ Autec	59
1. Sachverhalt und Verfahren	59
2. Urteil	60
3. Schlussanträge	62
4. Kommentar	64
IX. EuGH, Rs. C-533/06, Slg. 2008, I-4231, O2 ./ Hutchison	67
1. Sachverhalt und Verfahren	67
2. Urteil und Schlussanträge	68
3. Kommentar	72
X. EuGH, Rs. C-487/07, Slg. 2009, I-05185, L'Oréal ./ Bellure	74
1. Ausgangsverfahren	74
2. Urteil und Schlussanträge	75
a) Art. 5 Abs. 2 MRL	75
b) Art. 5 Abs. 1 lit. a MRL	78
3. Schlussanträge	80
4. Kommentar	83
XI. EuGH, verbundene Rechtssachen C-236/08, C-237/08, C-238/08, Slg. 2010, I-02417, Google ./ Vuitton	86
1. Ausgangsverfahren	86
a) Überblick über Googles Referenzierungsdienst »AdWords«	87
b) Google France SARL, Google Inc. (Google) ./ Louis Vuitton Malletier SA (Vuitton), C-236/08	87
c) Google France SARL (Google) ./ Viaticum SA (Viaticum), Luteciel SARL, C-237/08	88
d) Google France SARL (Google) ./ Centre national de recherche en relations humaines (CNRRH) SARL, Pierre-Alexis Thonet, Bruno Raboin, Tiger SARL, C-238/08	88
2. Urteil	89
3. Schlussanträge	92
4. Kommentar	96
a) Multifunktionaler Markenschutz im Rahmen des Identitätsschutzes und individueller, tatbestandsbezogener Benutzungsbegriff	97
b) Keyword-Advertising	100

XII. EuGH, Rs. C-278/08, Slg. 2010, I-02517, Bergspechte ./.	trekking.at	102
1. Ausgangsverfahren		102
2. Urteil		103
3. Kommentar		104
XIII. EuGH, Beschluss vom 25.03.2010, Rs. C-91/09, Eis.de ./.	BBY Vertriebsgesellschaft mbH	104
1. Ausgangsverfahren		104
2. Beschluss und Kommentar		105
XIV. EuGH, Urteil vom 08.07.2010, Rs. C-558/08, noch nicht in der amtlichen Sammlung, Portakabin ./.	Primakabin	106
1. Ausgangsverfahren		106
2. Urteil		107
3. Kommentar		109
XV. Zwischenergebnis		111
1. Funktionales Markenverständnis		112
2. Investitionsschutz als weiterer Schutzzweck des Markenrechts		113
3. Individueller, tatbestandsbezogener Benutzungsbegriff		114

Kapitel 5:

Die Auswirkung der dynamischen Rechtsprechung des EuGH auf die Situation im EU-Mitgliedsstaat Deutschland		115
I. Die Anwendung der verbindlichen Rechtsprechung des EuGH durch den deutschen Bundesgerichtshof		115
II. Das Meinungsspektrum in der deutschen Markenrechtsliteratur		120
1. Der Meinungsstand vor den Urteilen des EuGH in den Rechtssachen Opel ./.	Autec und L'Oréal ./.	Bellure
a) Einheitlich enger Benutzungsbegriff		120
b) Von der Nomenklatur einheitlicher, in der Sache aber aufgespaltener Benutzungsbegriff		121
c) Multifunktionaler Benutzungsbegriff		122
d) Unbeschränkter Benutzungsbegriff		122
2. Reaktionen auf die Urteile Opel ./.	Autec und L'Oréal ./.	Bellure in der Literatur
		123
3. Zwischenergebnis		129
III. Fazit		131

Kapitel 6:	
Die Auswirkungen der dynamischen Interpretation des Benutzungsbegriffs auf den Schutzzumfang der Marke und auf seine Harmonisierung	133
I. Der Schutzzumfang der einzelnen Verletzungstatbestände	133
1. Unterschiedlicher Schutzzumfang	133
2. Reichweite des Schutzzumfangs	135
II. Auswirkungen auf den äusseren Schutzzumfang der Marke und die Harmonisierung des Markenrechts	136
1. Allgemeines	136
2. Die Auswirkung der dynamischen Rechtsprechung des EuGH auf den äusseren Schutzzumfang der Marke und die Harmonisierung anhand von Fallgruppen	136
a) Die Benutzung von Handelsnamen	137
b) Die dekorative Benutzung	138
c) Die referierende Benutzung	141
d) Keyword-Advertising	146
III. Fazit	149
IV. Gesamtfazit und Ausblick: Benutzungsbegriff – quo vadis?	151
1. Harmonisierung und Rechtssicherheit	152
2. Gestaltung des Schutzzumfangs entsprechend den Zielen des europäischen Markenrechts im wirtschaftsrechtlichen Gesamtsystem	154
3. Berücksichtigung ökonomischer Realitäten	155
Literaturverzeichnis	157