

Inhaltsverzeichnis

§ 1. Einleitung	15
A. Die aktuelle Zielsetzung bei Einführung des Benutzungszwangs	15
B. Der Benutzungszwang als warenzeichenrechtliches Grundprinzip	17
C. Ziele der Arbeit	19

1. Kapitel

Die Systematik der gesetzlichen Regelung

§ 2. Konstitutivprinzip und Parteiinitiative	21
§ 3. Das Widerspruchsverfahren	24
A. Das Bestreiten der Benutzung	24
B. Die Glaubhaftmachung der Benutzung	25
C. Die fünfjährige Benutzungsfrist	27
D. Die warenmäßige Erstreckung der Benutzung	30
I. Der Grundsatz des Benutzungsnachweises für die konkrete Ware	30
II. Die Zuordnung eines der Einzelware entsprechenden Oberbegriffs	31
E. Die Zurechnung der Benutzung durch Dritte	34
I. Die begrenzte Funktion der Zurechnungsnorm	34
1. Die allgemeine Bedeutung des § 5 Abs. 7 Satz 2 WZG	34
2. Keine Zurechnung des Geschäftsbetriebs	34
3. Keine fingierte Zurechnung im Rahmen der Kennzeichnungskraft	37
II. Anwendungsbereich der Zurechnungsnorm	38
1. Warenzeichenlizenz und Verpachtung des Geschäftsbetriebs	38
2. Zeichenführung innerhalb eines Konzerns	39
3. Gebrauchshandlungen der nächsten Wirtschaftsstufe	40

4. Abgrenzungsvereinbarungen	41
5. Drittbenutzung mit Willen des Zeicheninhabers	42
III. Die rechtliche Zulässigkeit der Gebrauchsüberlassung	43
IV. Die Zurechnung der Außenseiterbenutzung bei Verbands- zeichen	47
F. Die Prüfung der Benutzungslage	48
§ 4. Das Eintragungsbewilligungsverfahren	51
§ 5. Das Lösungsverfahren	54
A. Die Lösungsklage und die Einrede der Lösungsreife	54
B. Der Einfluß der nachträglichen Inbenutzungnahme auf die Lösungsreife	56
I. Die in der Rechtsprechung entwickelten Grundsätze	56
II. Die den Benutzungszwang betreffenden Vorschriften	60

2. Kapitel

Der Begriff der Benutzung

§ 6. Die einzelne Benutzungshandlung: Das Erfordernis des objektiv herkunftsbestimmenden Gebrauchs	67
A. Gesetzeszweck als Ausgangspunkt und Einordnung in das ge- samte Warenzeichenrecht	67
B. Generelle Kriterien des Begriffs der Benutzung	68
I. Der warenzeichenmäßige Gebrauch	68
1. Die in der Literatur vertretenen Auffassungen	68
2. Das Verhältnis des Verletzungsrechts zum Recht des Be- nutzungszwangs	70
a) Kennzeichnung	70
b) Die Heydtsche Auffassung zu §§ 15, 16 WZG	72
c) Kein Rückgriff auf den Begriff des warenzeichenmäßi- gen Gebrauchs im Sinne des Verletzungsrechts	74
II. Die Bedeutung der Funktionslehre für den Benutzungszwang	75
1. Die grundsätzliche Problematik der Funktionslehre	75
2. Überblick über die Funktionslehre	76
3. Keine Abhängigkeit des Benutzungsbegriffs vom Bereich der rechtlich geschützten Funktionen	77
4. Die Heydtsche Auffassung zur Funktionslehre	78
III. Der herkunftsbestimmende Gebrauch als funktionsgerechte Zeichenbenutzung	79
1. Herkunftsfunktion und Benutzungszwang	79

Inhaltsverzeichnis	9
2. Vertrauensfunktion und Benutzungszwang	79
3. Suggestivfunktion und Benutzungszwang	81
IV. Der objektive Beurteilungsmaßstab	83
1. Eigene Auffassung	83
2. Die Auffassung des BGH in der „Epigran II“-Entscheidung	84
V. Keine weiteren generellen Kriterien des Begriffs der Benutzung	85
1. Erscheinen der Ware auf dem Markt und räumliche Beziehung zur Ware	85
2. Die Außenwirkung der Zeichenverwendung und innerbetrieblicher Gebrauch	87
C. Einzelne Fallbeispiele	89
I. Warenzeichen als Entwertungsvermerk auf Steuerbanderolen	89
II. Der beschreibende Gebrauch	90
III. Der firmenmäßige Gebrauch	90
IV. Der Gebrauch eines Slogans	92
V. Der Zeichengebrauch auf nicht zu kennzeichnenden Gegenständen (Werbegegenstände)	93
VI. Anderweitiger Gebrauch	93
§ 7. Die Gesamtwürdigung des Benutzungssachverhalts: Die Ernsthaftigkeit der Benutzung	94
A. Beurteilungskriterien im Einzelfall	94
B. Die Benutzungsarten als Grundlage des Benutzungssachverhalts	95
I. § 15 WZG als Ausgangspunkt	95
II. Das Versehen der Ware mit dem Zeichen	96
1. Die Kennzeichnung der Ware	96
2. Die Kennzeichnung der Verpackung	98
III. Der Vertrieb der gekennzeichneten Ware	98
1. Schutzverkäufe und echtes Umsatzgeschäft	98
2. Testverkäufe	102
3. Warenmuster und Einzelwaren	102
4. Konzernvertrieb	103
IV. Die urkundliche Zeichenbenutzung, insbesondere der Gebrauch des Zeichens in der Werbung	104
V. Der mündliche Zeichengebrauch	108
§ 8. Die Unzumutbarkeit der Benutzung	109

3. Kapitel**Ausgewählte Einzelprobleme**

§ 9. Der Gebrauch des Zeichens in abgewandelter Form	115
A. Allgemeine Problematik	115
B. Die Maßgeblichkeit der eingetragenen Zeichenform	116
C. Die Berücksichtigung abgewandelter Benutzungsformen	118
I. Die Auffassungen in der Literatur	118
1. Überblick	118
2. Die am Schutzbereich orientierte Auffassung	119
3. Kritik dieser Auffassung	120
II. Die Zeichenabwandlung im Identitätsbereich	124
III. Die „Cheri“-Entscheidung des BGH	125
D. Beurteilung einzelner Zeichenarten	129
I. Wortzeichen	129
II. Bildzeichen	130
III. Wiedergabe des Zeichens in anderen Zeichenformen	131
IV. Serienzeichen	131
V. Zusammengesetzte Zeichen und Mischzeichen	132
§ 10. Mehrfachkennzeichnung und Mehrfacheintragung	134
A. Mehrfachkennzeichnung	134
I. Abgrenzung des Problems	134
II. Beurteilung der Mehrfachkennzeichnung	135
1. Objektiv herkunftsbestimmender Gebrauch	135
2. Sachliche Angemessenheit der Mehrfachkennzeichnung ..	136
B. Mehrfacheintragung	137
I. Der Grundsatz der rechtlichen Selbständigkeit mehrfach eingetragener Warenzeichen	137
II. Die Voraussetzungen der Mehrfacheintragung	139
1. Das Problem des Rechtsschutzbedürfnisses	139
1. Der Nachweis des Benutzungswillens	140
III. Die Beschränkung der Geltendmachung von Rechten im Einzelfall	142
§ 11. Inländischer Gebrauch und Berücksichtigung ausländischer Sachverhalte	144
A. Der Grundsatz von der Maßgeblichkeit inländischen Gebrauchs ..	144
I. Das Territorialitätsprinzip	144

II. Die dem Benutzungszwang angemessene Ausgestaltung des Grundsatzes	145
B. Die Berücksichtigung ausländischen Zeichengebrauchs im einzelnen	148
I. Staatsverträge	148
II. Internationale Sachverhalte, insbesondere Exportzeichen	148
III. Basismarken	151
§ 12. Defensivzeichen und Defensivwaren, Vorratszeichen und Vorratswaren	153
A. Defensivzeichen und Benutzungswille	153
B. Defensivwaren	157
C. Vorratszeichen	158
D. Vorratswaren	160
§ 13. Die Handelsmarke als möglicher Umgehungstatbestand	162
§ 14. Die Problematik der begleitenden Marke innerhalb des Benutzungszwangs	165
§ 15. Zum Rechtsschutz der berühmten Marke innerhalb des Benutzungszwangs	170
A. Die berühmte Marke im Widerspruchsverfahren	170
B. Die berühmte Marke im Lösungsverfahren	172
C. Die berühmte Marke im Eintragungsverfahren	177
I. Das Verhältnis von § 4 Abs. 2 Nr. 4 2. Alt. und Nr. 5 WZG	177
II. Der Anwendungsbereich dieser absoluten Versagungsgründe	179
1. Der Anwendungsbereich des § 4 Abs. 2 Nr. 5 WZG	179
2. Der Anwendungsbereich des § 4 Abs. 2 Nr. 4 2. Alt. WZG ..	180
a) Die Bedeutung des Irrtums über die betriebliche Herkunft	181
b) Die berühmte Marke als Qualitätszeichen	184
c) Konkretisierung der Wertschätzung und das Problem der wirtschaftlichen Warennähe	184
d) Die Ersichtlichkeit des Sachverhalts	190
Literaturverzeichnis	192