

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
Abkürzungsverzeichnis	13
Einleitung	17
A. Grundlagen	21
I. Parallelimporte von Markenwaren	21
1. Sachverhaltskonstellation	21
2. Ökonomischer Hintergrund von Parallelimporten	23
a) Währungsschwankungen	24
b) Free-Riding	24
c) Preisdiskriminierung	25
3. Ökonomische Bewertung von Parallelhandel	25
a) Amerikanische Beurteilung	26
b) Europäische Beurteilung	27
c) Weltwirtschaftliche Überlegungen	27
II. Der Erschöpfungsgrundsatz	28
III. Territorialität und Universalität	30
1. Historische Entwicklung	31
2. Auswirkung auf die Erschöpfung	32
3. Amerikanisches Verständnis von Universalität und Territorialität	35
4. Zusammenfassung	38
B. Die Entwicklung der Rechtsprechung zu Parallelimporten	39
I. Deutschland	39
1. Die <i>Maja</i> -Entscheidung	40
a) Inhalt	40
b) Besprechung der Entscheidung	41
c) Abwägungserfordernis	42
d) Zwischenstaatliche Vereinbarungen	43
2. Die <i>Cinzano</i> - und <i>Aqua King</i> -Entscheidung	44

3. Zusammenfassung	46
II. Europäische Union	46
1. Bestand und Ausübung	47
2. Warenverkehrsfreiheit und ihre Grenzen	48
3. Entwicklung der Rechtsprechung des EuGH	51
a) Hoheitliche und privatrechtliche Markenaufspaltung	51
b) Unabhängig voneinander begründete Marken	53
c) Unberechtigtes Kennzeichnen aufgrund von Markendifferenzierung	53
d) Umpacken von Ware	54
4. Parallelimporte aus Drittstaaten in die EU	55
5. Zusammenfassung	55
III. Vereinigte Staaten von Amerika	56
1. Einführung	56
2. Bourjois & Co., Inc. v. Katzel	57
3. Section 526 des Tariff Act von 1930	59
4. Der Lanham Act	61
a) Weil Ceramics and Glass, Inc. v. Dash und NEC Electronics v. CAL Circuit ABCO	62
b) Societe des Produits Nestlé v. Casa Helvetia	64
c) Martin's Herend Imports v. Diamond & Gem Trading USA	67
d) Zusammenfassung	68
IV. Ergebnis	69
 C. Neues europäisches Markenrecht und dessen Umsetzung	71
I. Die Gemeinschaftsmarke	71
II. Die Markenrichtlinie	73
1. Wortlaut von Art. 7 RL	74
2. Entstehungsgeschichte von Art. 7 RL	75
3. Kompetenz des europäischen Gesetzgebers	79
4. Funktionswandel der Marke als Auslegungshilfe zu Art. 7	81
5. Zusammenfassung	85
III. Umsetzung von Art. 7 der Richtlinie ins deutsche Recht	86
IV. Rezeption von Art. 7 RL und § 24 MarkenG in der deutschen Rechtsprechung	89

1.	Entscheidung des OLG Stuttgart, Gefärbte Jeans	89
2.	Adidas-Import	90
3.	GT ALL TERRA	92
4.	Gefärbte Jeans	95
V.	Europäische Rechtsprechung zu Art. 7 der Richtlinie	97
1.	<i>Maglite</i> -Entscheidung des EFTA-Gerichtshofes	97
a)	Sachverhalt	98
b)	Argumente der Parteien	98
c)	Rechtliche Würdigung	98
aa)	Grundsätzliche wirtschaftspolitische Stellungnahme	99
bb)	Funktionswandel der Marke	99
cc)	Wortlaut und Entstehungsgeschichte	100
dd)	Hauptargument der Gegner	100
ee)	Berücksichtigung des TRIPs-Abkommen	101
d)	Zusammenfassung	101
2.	<i>Silhouette</i> -Entscheidung des EuGH	102
a)	Sachverhalt	102
b)	Vorlagefrage	103
c)	Schlußanträge des Generalanwalts Jacobs	103
aa)	Wortlaut von Art. 7 Abs. 1 der Richtlinie	104
bb)	Ziel und Umfang der Richtlinie	105
cc)	Kompetenz gem. Art. 100 a EG-Vertrag	107
dd)	Die Herkunftsfunktion der Marke	108
ee)	Die Gemeinschaftsmarkenverordnung	109
d)	Rechtliche Würdigung durch den EuGH	110
aa)	Wortlaut	110
bb)	Aufbau der Richtlinie	112
cc)	Zweck der Richtlinie	113
dd)	Kompetenz des europäischen Gesetzgebers	115
ee)	Möglichkeit des Abschlusses völkerrechtlicher Verträge	117
e)	Fehlende Bereiche der Auseinandersetzung	118
aa)	Funktion der Marke	118
bb)	Gemeinschaftsmarke und EFTA-Entscheidung	120

cc) Berücksichtigung des TRIPs-Abkommens	121
f) Beurteilung der Entscheidung in der Literatur	122
g) Bewertung	123
 D. Zwischenergebnis	129
 E. TRIPs und die Erschöpfung von Markenrechten	131
I. Hintergrund von TRIPs	133
1. Geschichte	134
a) Die Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ)	135
aa) Historische Entwicklung	135
bb) Inhalt	136
cc) Rechtsnatur	137
dd) Verhältnis zum deutschen Recht	137
b) Madrider Markenabkommen (MMA)	137
c) Vertrag über die internationale Registrierung von Marken (Trademark Registration Treaty - TRT)	138
d) Madrider Protokoll zum MMA (PMMA)	140
e) Der Markenrechtsvertrag (Trademark Law Treaty - TLT)	140
f) Ergebnis	141
2. Gründe	142
a) Wirtschaftliche Bedeutung gewerblicher Schutzrechte	142
b) Defizite des traditionellen internationalen Schutzes geistigen Eigentums	144
c) Fragwürdigkeit einseitiger Maßnahmen oder bilateraler Abkommen	147
d) Zusammenfassung	149
3. Zielsetzung	149
4. Ergebnis	151
II. Regelung der Erschöpfung im TRIPs-Abkommen	151
1. Art. 6 TRIPs	152
a) Wortlaut und Systematik	152
b) Entstehungsgeschichte und Zielsetzung	154
c) Ergebnis	155
2. Besondere markenrechtliche Regelungen	156
a) Likelihood of confusion	157

b)	Ausgleichsfunktion der Vermutungsregelung ?	159
c)	Vergleich zu patentrechtlichen Vorschriften	160
3.	Funktion der Marke nach dem TRIPs-Übereinkommen	160
a)	Art. 15 TRIPs	161
b)	Art. 16 TRIPs	161
4.	Abwägungserfordernis	162
a)	Vorschriften des TRIPs-Übereinkommens	164
b)	Spannungsverhältnis TRIPs zu GATT	164
c)	„Verschlechterungsverbot“ des Art. XXIV Abs. 5 a) GATT	166
d)	Fehlen eines Kartellabkommens im Rahmen der WTO	168
e)	Zwischenergebnis	170
5.	Ergebnis Grundsatz der internationalen Erschöpfung ergibt sich aus Art.16 TRIPs und entspricht dem Wesen des GATT-Systems	170
VI.	Die Umsetzung der Vorgaben von TRIPs	172
1.	TRIPs-konforme Auslegung	172
2.	Unmittelbare Anwendbarkeit der TRIPs-Vorschriften	173
a)	Unmittelbare Anwendbarkeit des GATT	174
b)	Veränderungen aufgrund der neuen WTO-Ordnung	177
aa)	Allgemeine Veränderungen	177
bb)	Veränderungen durch die Besonderheiten des TRIPs-Abkommens	179
c)	Zusammenfassung	181
F.	Gesamtergebnis	183
Literaturverzeichnis		187
Stichwortverzeichnis		197