

Inhalt

Teil 1 Entstehung und Inhalt des Schutzes von Marken und geschäftlichen Bezeichnungen.....	10
A. Einführung.....	10
I. Nationale Kennzeichen (Markengesetz)	10
II. Unionsmarken (UMV).....	11
III. IR-Marken (MMA/PMMA).....	12
B. Marken	12
I. Inhaberschaft	12
II. Abstrakte Markenfähigkeit.....	13
1. Wortmarken/Buchstabenmarken	14
2. Bildmarken.....	15
3. Farbmarken	15
4. Dreidimensionale Marken	16
5. Weitere Markenformen	20
6. Gewährleistungsmarke	21
a) Nationale Gewährleistungsmarke gemäß § 106a MarkenG	22
b) Unionsgewährleistungsmarke gemäß Art. 83 UMV	23
III. Absolute Schutzhindernisse (§ 8 MarkenG/Art. 7 UMV)	24
1. Eintragungshindernisse (§ 8 Abs. 2 MarkenG/Art. 7 UMV)	25
2. Prüfungsmaßstab	25
3. Konkrete Unterscheidungskraft (§ 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG/Art. 7 Abs. 1b) UMV)	27
a) Wortmarken, Wortfolgen, Slogans.....	28
b) Fremdsprachige Zeichen.....	30
c) Zahlen und Buchstaben	31
d) Bildmarken	31

e) Farbmarken	32
f) Dreidimensionale Marken	34
4. Unterscheidungskraft durch Benutzung (§ 8 Abs. 3 MarkenG/Art. 7 Abs. 3 UMV)	36
5. Freihaltebedürfnis (§ 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG/Art. 7 Abs. 1c) UMV)	37
6. Sonstige Eintragungshindernisse	38
IV. Verfahren national (DPMA)	39
1. Allgemeines	39
2. Prüfung des DPMA	40
3. Verfahren, Rechtsschutzmöglichkeiten	41
4. Schutzdauer	42
5. Nationale Marken durch Verkehrsgeltung/ notorische Bekanntheit	42
V. Löschung der Marke	44
1. Löschung wegen absoluter Schutzhindernisse	44
2. Löschung wegen Verfalls	44
a) Verfahren	44
b) Benutzungszwang	46
c) Rechtserhaltende Benutzung	46
3. Löschung wegen älterer Rechte	49
4. Bösgläubige Markenmeldung	49
VI. Verfahren international (EUIPO/WIPO)	51
1. Einführung	51
2. IR-Marke	51
a) Allgemeines	51
b) Unterschied MMA – PMMA	52
c) Abhängigkeit von der Basismarke	52
d) Nationale Regelungen	53
3. Unionsmarke	53
a) Einführung	53
b) Registrierung	53
c) Widerspruch	54
d) Priorität, Seniorität	55
C. Geschäftliche Bezeichnung	55
I. Unternehmenskennzeichen	56
1. Schutzgegenstand	56

2. Entstehung und Dauer	57
II. Werktitel	59
1. Schutzobjekte	59
2. Entstehung und Dauer	60
D. Zusammenfassung.....	61
Teil 2 Kennzeichenverletzung.....	63
A. Überblick	63
I. Deutsche Marken (MarkenG).....	63
II. Unionsmarke (UMV).....	64
III. IR-Marken	65
B. Markenverletzung.....	65
I. Allgemeines.....	65
II. Allgemeine Voraussetzungen.....	66
1. Bestehender Markenschutz	66
2. Prioritätsvergleich zwischen der Klagemarke und dem angegriffenen Zeichen	67
3. Begehung durch einen „Dritten“ ohne Zustimmung des Markeninhabers	69
4. Geschäftlicher Verkehr	69
5. Rechtsverletzende Benutzung.....	70
a) Verwendung als Unternehmenskennzeichnung	71
b) Verwendung als Farbmarke	72
c) Benutzung dreidimensionaler Marken.....	73
III. Identität	
(§ 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG/Art. 9 Nr. 2a) UMV)	74
1. Zeichen-/Warenidentität.....	74
2. Restriktive Auslegung	75
3. Waren-/Dienstleistungsidentität	76
IV. Verwechslungsgefahr	
(§ 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG/Art. 9 Nr. 2b) UMV)	76
1. Wechselwirkungstheorie	76
2. Kennzeichnungskraft	78
3. Zeichenähnlichkeit	80
a) Einwortzeichen	80
b) Prägetheorie für Mehrwortzeichen bzw. mehrgliedrige Zeichen.....	83

c) Mehrgliedrige Zeichen mit Unternehmenskennzeichen	85
d) Selbstständigkeitstheorie:	86
4. Waren-/Dienstleistungsähnlichkeit	87
V. Ausnutzung und Beeinträchtigung bekannter Marken (§ 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG/ Art. 9 Nr. 2c) UMV)	88
1. Allgemeine Voraussetzungen	88
2. Bekannte Marken	88
3. Vier Eingriffstatbestände	90
4. Unlauterkeitsvorbehalt	91
5. Konkrete Beispiele aus der Rechtsprechung	92
VI. Transit als Markenverletzung (§ 14a MarkenG/Art. 9 Abs. 4 UMV)	93
C. Die Verletzung geschäftlicher Bezeichnungen	94
I. Allgemein	94
II. Allgemeine Voraussetzungen	94
1. Prioritätsprinzip	94
2. Geschäftlicher Verkehr	95
III. Unternehmenskennzeichenverletzung	96
1. Verwechslungsgefahr	96
2. Mehrgliedrige Unternehmenskennzeichen	97
3. Kennzeichnungskraft	98
4. Zeichenähnlichkeit	99
5. Branchennähe	99
6. Ausbeutung und Beeinträchtigung bekannter Unternehmenskennzeichen § 15 Abs. 3 MarkenG...	100
IV. Titelverletzung	100
1. Verwechslungsgefahr	100
a) Werkbezogene Verwechslungsgefahr	100
b) Unternehmensbezogene Verwechslungsgefahr	101
c) Mehrgliedrige Werktitel	101
2. Wechselwirkungstheorie	102
D. Domainrecht	102
I. Allgemeines	102
II. § 12 BGB	103
III. § 14 MarkenG	104

IV. § 15 MarkenG	105
E. Schranken des Schutzes	105
I. Allgemeines.....	105
II. Verwirkung, § 21 MarkenG.....	105
1. Allgemeines	105
2. Kenntniserlangung	106
3. Koexistenz	106
4. § 242 BGB	106
III. § 23 MarkenG/Art. 14 UMV.....	108
IV. Erschöpfung, § 24 MarkenG/Art. 15 UMV.....	110
V. Einrede der Nichtbenutzung.....	112
F. Geltendmachung der Rechte	115
Literaturverzeichnis	118