

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis.....	XIX
Literaturverzeichnis	XXIII
Einleitung.....	1
Kapitel 1: Grundlagen des Markenschutzes	3
A. Georgien.....	3
I. Stellung und Bedeutung des Markenschutzes im Rechtssystem	3
II. Rechtsquellen des Markenschutzes	4
III. Geschichtliche Entwicklung	6
IV. Das Markengesetz von Georgien	8
B. Deutschland	10
I. Stellung des Markenschutzes im Rechtssystem	10
II. Rechtsquellen des Markenschutzes	11
III. Geschichtliche Entwicklung	13
IV. Das deutsche Markengesetz.....	17
Kapitel 2: Markenfähigkeit. Entstehung des Markenschutzes.....	21
A. Georgien.....	21
I. Markenfähigkeit.....	21
II. Entstehung des Markenschutzes	22
B. Deutschland	35
I. Markenfähigkeit.....	35
II. Entstehung des Markenschutzes	58
C. Zusammenfassung zu Kapitel 2	78
Kapitel 3: Markenschutzhindernisse.....	79
A. Absolute Schutzhindernisse	79
I. Georgien.....	79
II. Deutschland	86
III. Zusammenfassung zu absoluten Schutzhindernissen	104

B. Relative Schutzhindernisse.....	105
I. Georgien	105
II. Deutschland	110
III. Zusammenfassung zu den relativen Schutzhindernissen	118
Kapitel: 4 Markeninhaberschaft. Rechte	
des Markeninhabers	119
A. Markeninhaberschaft	119
I. Georgien	119
II. Deutschland	120
B. Rechte des Markeninhabers.....	120
I. Georgien	120
II. Deutschland	125
C. Ansprüche des Markeninhabers	129
I. Georgien	129
II. Deutschland	130
Kapitel: 5 Umfang des Markenschutzes	133
A. Identitätsschutz.....	133
I. Georgien	133
II. Deutschland	135
III. Zusammenfassung zum Identitätsschutz	143
B. Verwechslungsschutz.....	143
I. Georgien	143
II. Deutschland	158
III. Zusammenfassung zum Verwechslungsschutz.....	171
C. Bekanntheitsschutz.....	172
I. Georgien	173
II. Deutschland	181
III. Abgrenzung des Begriffs „Bekanntheit“	
zum Begriff „guter Ruf“	193
IV. Zusammenfassung zum Bekanntheitsschutz	195
Kapitel 6: Schranken des Markenschutzes	197
A. Verjährung	197
B. Erlaubter Drittgebrauch.....	198
C. Erschöpfung.....	199
D. Benutzungzwang und rechtserhaltende Benutzung	200
E. Verwirkung von Ansprüchen gemäß § 21 MarkenG	203

Kapitel 7: Beendigung des Markenschutzes	205
A. Ablauf der Schutzdauer	205
B. Verzicht und Verfall	206
C. Nichtigkeit	208
Fazit	211

Inhaltsverzeichnis

Einleitung.....	1
Kapitel 1: Grundlagen des Markenschutzes	3
A. Georgien.....	3
I. Stellung und Bedeutung des Markenschutzes im Rechtssystem	3
II. Rechtsquellen des Markenschutzes	4
III. Geschichtliche Entwicklung	6
IV. Das Markengesetz von Georgien.....	8
1. Gesetzesystematik	8
2. Schutzgegenstand.....	9
B. Deutschland	10
I. Stellung des Markenschutzes im Rechtssystem	10
II. Rechtsquellen des Markenschutzes	11
III. Geschichtliche Entwicklung.....	13
IV. Das deutsche Markengesetz.....	17
1. Gesetzesystematik	17
2. Schutzgegenstand.....	18
Kapitel 2: Markenfähigkeit. Entstehung des Markenschutzes.....	21
A. Georgien.....	21
I. Markenfähigkeit.....	21
II. Entstehung des Markenschutzes	22
1. Marke kraft Eintragung	23
a. Registermarke.....	23
aa. Anmeldungsverfahren	23
(1) Anmeldung	23
(2) Formelle Prüfung.....	24
(3) Priorität.....	26
bb. Eintragungs-, Widerspruchsverfahren und Rechtsmittel.....	28
cc. Beschleunigtes Eintragungsverfahren	29
b. IR-Marke	30
c. Verkehrs durchgesetzte Marke	31
2. Notorietätsmarke	32

B. Deutschland	35
I. Markenfähigkeit	35
1. Kriterien der Markenfähigkeit.....	35
a. Zeichenfähigkeit	35
b. Abstrakte Unterscheidungseignung	36
c. Grafische Darstellbarkeit gemäß § 8 Abs. 1 MarkenG	37
d. Ausschlussgründe der Markenfähigkeit gemäß § 3 Abs. 2 Nr. 1-3 MarkenG	38
2. Markenfähigkeit nichtkonventioneller Markenformen	39
a. Formmarken.....	39
aa. Artbedingte Markenform.....	41
bb. Technisch bedingte Markenform.....	41
cc. Wertbedingte Markenform	43
b. Kennfadenmarken.....	44
c. Hörmarken	44
d. Tastmarken.....	46
e. Geruchsmarken	47
f. Abstrakte Farbmarken	49
g. Sonstige unkonventionellen Markenformen.....	52
aa. Bewegungsmarken	52
bb. Positionsmarken	54
cc. Hologrammmarken.....	56
II. Entstehung des Markenschutzes	58
1. Marke kraft Eintragung	58
a. Registermarke	58
aa. Anmeldungsverfahren	59
(1) Anmelder	59
(2) Anmeldestelle, Wege der Anmeldung und Gebühren.....	60
(3) Anmeldevoraussetzungen	60
(4) Priorität	62
bb. Eintragungsverfahren	62
(1) Formelle Prüfung.....	63
(2) Materielle Prüfung.....	63
(3) Beschleunigte Prüfung.....	65
(4) Markeneintragung und Schutzdauer	65
cc. Rechtsmittelverfahren.....	66
(1) Erinnerung beim DPMA und Beschwerde beim BPatG.....	66
(2) Rechtsbeschwerde beim BGH	67
dd. Widerspruchsverfahren und Eintragungsbewilligungsklage	68

(1) Widerspruchsverfahren.....	68
(2) Eintragungsbewilligungsklage.....	70
b. IR-Marke.....	71
c. Verkehrs durchgesetzte Marke.....	72
2. Notorietätsmarke.....	74
3. Benutzungsmarke	76
C. Zusammenfassung zu Kapitel 2	78
Kapitel 3: Markenschutzhindernisse.....	79
A. Absolute Schutzhindernisse	79
I. Georgien	79
1. Fehlende konkrete Unterscheidungskraft gemäß § 4 Abs. 1 lit. c GeorgMarkenG.....	80
2. Beschreibende Angaben gemäß § 4 Abs. 1 lit. d GeorgMarkenG	81
3. Gattungsbezeichnungen gemäß § 4 Abs. 1 lit. e GeorgMarkenG.....	81
4. Üblich gewordene Bezeichnungen gemäß § 4 Abs. 1 lit. f GeorgMarkenG	82
5. Täuschende Angaben gemäß § 4 Abs. 1 lit. h GeorgMarkenG.....	83
6. Verstoß gegen die nationale Würde, Religion, Traditionen und moralische Werte gemäß § 4 Abs. 1 lit. g GeorgMarkenG	85
7. Kollision mit Hoheitszeichen, amtliche Prüf- und Gewährzeichen und Zeichen zwischenstaatlicher Organisationen gemäß § 4 Abs. 1 lit. i GeorgMarkenG	86
II. Deutschland	86
1. Fehlende konkrete Unterscheidungskraft gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.....	88
2. Beschreibende Angaben gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	91
3. Üblich gewordene Bezeichnungen gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	93
4. Täuschende Angaben gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG.....	94
5. Verstoß gegen die öffentliche Ordnung oder gegen die guten Sitten gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG	96
6. Kollision mit Hoheitszeichen, amtlichen Prüf- und Gewährzeichen und Zeichen zwischenstaatlicher Organisationen gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 6-8 MarkenG	98
7. Verstoß gegen sonstigen Vorschriften im öffentlichen Interesse gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 9 MarkenG	99
8. Bösgläubige Markenanmeldung gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 10 MarkenG.....	101
III. Zusammenfassung zu absoluten Schutzhindernissen.....	104

B. Relative Schutzhindernisse.....	105
I. Georgien	105
1. Kollision aufgrund der Zeichen- und Produktidentität.....	105
2. Kollision aufgrund der Verwechslungsgefahr.....	106
3. Kollision mit notorisch bekannter Marken	107
4. Kollision mit geographischer Herkunftsangaben und Ursprungsbezeichnungen.....	107
5. Kollision mit Geschmacksmuster	108
6. Kollision ohne Verwechslungsgefahr	109
7. Kollision mit Persönlichkeitsrechten	109
8. Kollision mit Denkmalschutzrechten	110
II. Deutschland	110
1. Kollision mit angemeldeten oder eingetragenen Marken gemäß § 9 MarkenG	111
a. Kollision aufgrund der Zeichen- und Produktidentität gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG	112
aa. Zeichenidentität.....	112
bb. Produktidentität.....	113
b. Kollision aufgrund von Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG	114
c. Kollision ohne Verwechslungsgefahr gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG	115
2. Kollision mit notorisch bekannten Marken gemäß § 10 MarkenG	115
3. Kollision aufgrund von Agentenmarken gemäß § 11 MarkenG	116
4. Kollision aufgrund von Benutzungsmarken und geschäftlichen Bezeichnungen gemäß § 12 MarkenG.....	117
5. Kollision aufgrund von sonstigen älteren Rechten gemäß § 13 MarkenG	117
III. Zusammenfassung zu den relativen Schutzhindernissen	118
Kapitel: 4 Markeninhaberschaft. Rechte des Markeninhabers	119
A. Markeninhaberschaft	119
I. Georgien	119
II. Deutschland	120
B. Rechte des Markeninhabers.....	120
I. Georgien	120

1. Ausschließliche Rechte gemäß § 6 Abs. 1 GeorgMarkenG.....	120
2. Rechte in Bezug auf die Wiedergabe der Marke in Nachschlagewerken gemäß § 8 GeorgMarkenG	122
3. Rechte in Bezug auf Markenübertragung und Markenlizenzierung	123
a. Markenübertragung.....	123
b. Markenlizenz	124
II. Deutschland	125
1. Ausschließliche Rechte gemäß § 14 MarkenG.....	125
2. Rechte in Bezug auf die Wiedergabe der Marke in Nachschlagewerken gemäß § 16 MarkenG	127
3. Rechte in Bezug auf Markenübertragung, Markenverwertung und Markenlizenzierung.....	127
a. Markenübertragung.....	127
b. Markenverwertung.....	128
c. Markenlizenzierung	129
C. Ansprüche des Markeninhabers	129
I. Georgien	129
II. Deutschland	130
Kapitel: 5 Umfang des Markenschutzes	133
A. Identitätsschutz.....	133
I. Georgien	133
1. Handeln im geschäftlichen Verkehr.....	134
2. Markenmäßige Benutzung.....	134
3. Zeichen- und Produktidentität	135
II. Deutschland	135
1. Handeln im geschäftlichen Verkehr.....	136
2. Markenmäßige Benutzung.....	137
a. Markenmäßige Benutzung bei produktbeschreibender Verwendung.....	138
b. Markenmäßige Benutzung bei produktgestaltender Benutzung	139
c. Markenmäßige Benutzung bei Farbmarken und Formmarken.....	140
d. Markenmäßige Benutzung von geschäftlichen Bezeichnungen	140
e. Markenmäßige Benutzung im Fall der Markennennung	141
3. Zeichen- und Produktidentität	143
III. Zusammenfassung zum Identitätsschutz	143

B. Verwechslungsschutz.....	143
I. Georgien	143
1. Voraussetzungen der Verwechslungsgefahr.....	144
a. Handeln im geschäftlichen Verkehr.....	145
b. Markenmäßige Benutzung.....	145
c. Zeichenähnlichkeit.....	145
aa. Besonderheiten der Prüfung von Wortmarken auf Zeichenähnlichkeit.....	146
bb. Klangliche und visuelle Ähnlichkeit.....	148
(1) Klangliche Ähnlichkeit.....	148
(2) Visuelle Ähnlichkeit.....	150
cc. Ähnlichkeit im Sinngehalt.....	152
d. Produktähnlichkeit	153
2. Besonderheiten der Prüfung von Wortmarken auf Verwechslungsgefahr	155
3. Entscheidungspraxis in Bezug auf Verwechslungsgefahr	156
II. Deutschland	158
1. Begriff und Feststellung der Verwechslungsgefahr	159
2. Arten der Verwechslungsgefahr	160
3. Voraussetzungen des Verwechslungsschutzes	162
a. Handeln im geschäftlichen Verkehr	162
b. Markenmäßige Benutzung	162
c. Identität oder Ähnlichkeit von Zeichen und Produkten	163
aa. Kennzeichnungskraft der älteren Marke und die Wechselbeziehung	163
(1) Kennzeichnungskraft der älteren Marke	163
(2) Wechselbeziehung	165
bb. Zeichenähnlichkeit	165
cc. Produktähnlichkeit	169
III. Zusammenfassung zum Verwechslungsschutz.....	171
C. Bekanntheitsschutz	172
I. Georgien	173
1. Geschichtlicher Überblick	173
2. Voraussetzungen des § 6 Abs. 2 lit. d GeorgMarkenG	174
a. Handeln im geschäftlichen Verkehr	175
b. Markenmäßige Benutzung	175
c. Bekanntheit einer Marke gemäß § 6 Abs. 2 lit. d GeorgMarkenG.....	175

aa. Marke i. S. d. § 6 Abs. 2 lit. d GeorgMarkenG	175
bb. Bekanntheit i. S. d. § 6 Abs. 2 lit. d GeorgMarkenG	176
(1) Begriff „Bekanntheit“	176
(2) Feststellung der Bekanntheit	176
d. Beeinträchtigung des guten Rufes oder der Unterscheidungskraft und Rufausbeutung gemäß § 6 Abs. 2 lit. d GeorgMarkenG	180
e. Kein Rechtfertigungsgrund gemäß § 6 Abs. 2 lit. d GeorgMarkenG.....	181
II. Deutschland	181
1. Geschichtlicher Überblick	181
2. Voraussetzungen des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	183
a. Handeln im geschäftlichen Verkehr.....	184
b. Markenmäßige Benutzung.....	184
c. Identität oder Ähnlichkeit der kollidierenden Zeichen.....	184
d. Bekannte Marke i. S. d. § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	185
aa. Marke i. S. d. § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	185
bb. Bekanntheit i. S. d. § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG.....	185
(1) Begriff „Bekanntheit“	185
(2) Feststellung der Bekanntheit.....	186
e. Beeinträchtigung oder Ausnutzung der Unterscheidungskraft oder der Wertschätzung gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	189
aa. Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft.....	191
bb. Beeinträchtigung der Wertschätzung	191
cc. Ausnutzung der Unterscheidungskraft.....	192
dd. Ausnutzung der Wertschätzung.....	192
f. Unlauterkeit und Rechtfertigungsgründe gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	193
III. Abgrenzung des Begriffs „Bekanntheit“	193
zum Begriff „guter Ruf“	193
IV. Zusammenfassung zum Bekanntheitsschutz	195
Kapitel 6: Schranken des Markenschutzes	197
A. Verjährung	197
B. Erlaubter Drittgebrauch.....	198
C. Erschöpfung.....	199
D. Benutzungzwang und rechtserhaltende Benutzung	200
E. Verwirkung von Ansprüchen gemäß § 21 MarkenG	203

Kapitel 7: Beendigung des Markenschutzes	205
A. Ablauf der Schutzdauer.....	205
B. Verzicht und Verfall.....	206
C. Nichtigkeit.....	208
Fazit.....	211