

Inhaltsübersicht

Vorwort zur 3. Auflage	V
Benutzungshinweise	VII
Inhaltsübersicht	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abkürzungen und Literatur	XXV
Internet-Links	XXXI
 Erster Teil Grundlagen	 1
§ 1 Überblick über das Kennzeichenrecht	1
 Zweiter Teil Marken	 21
Erstes Kapitel Erwerb und Erhalt des Markenschutzes	21
§ 2 Markenfähigkeit und verschiedene Arten von Marken	21
§ 3 Inhaberschaft	30
§ 4 Absolute Eintragungshindernisse	33
§ 5 Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen	160
§ 6 Markenschutz ohne Eintragung	167
§ 7 Priorität und Seniorität	172
§ 8 Benutzungszwang	176
§ 9 Schutzdauer und Verlängerung	211
 Zweites Kapitel Reichweite des Markenschutzes	 215
§ 10 Grundlagen	215
§ 11 Identität von Marke und Produkt	243
§ 12 Verwechslungsgefahr	246
§ 13 Schutz der bekannten Marke	387
§ 14 Verjährung, Verwirkung, Koexistenz	406
§ 15 Beschränkung der Wirkungen der Marke	415
§ 16 Erschöpfung	427
 Dritter Teil Geschäftliche Bezeichnungen	 451
Erstes Kapitel Unternehmenskennzeichen	451
§ 17 Begründung und Untergang des Rechts am Unternehmens- kennzeichen	451
§ 18 Reichweite des Schutzes	463
 Zweites Kapitel Titel	 473
§ 19 Begründung und Untergang des Titelrechts	473
§ 20 Reichweite des Schutzes	480
 Vierter Teil Namen, Domains, Geografische Herkunftsangaben	 489
§ 21 Namen	489
§ 22 Domains	497
§ 23 Geografische Herkunftsangaben	511

Fünfter Teil Kennzeichen im Rechtsverkehr	523
§ 24 Marken im Rechtsverkehr	523
§ 25 Geschäftliche Bezeichnungen im Rechtsverkehr	537
Sechster Teil Ergänzende außerkennzeichenrechtliche Ansprüche ...	541
§ 26 Ergänzende wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Ansprüche aus unerlaubter Handlung	541
Siebenter Teil Rechtsfolgen der Verletzung und Überblick über die Verfahrensarten	553
§ 27 Rechtsfolgen der Kennzeichenverletzung	553
§ 28 Verfahren beim Harmonisierungsamt	601
§ 29 Verfahren beim DPMA	641
§ 30 Verfahren der internationalen Registrierung bei der WIPO	654
§ 31 Gerichtliche Verfahren	657
Achter Teil Kennzeichenpraxis	677
§ 32 Kennzeichenkonzeption, -strategie und -bewertung	677
§ 33 Checkliste Kennzeichenpraxis	686
§ 34 Checkliste Verwechslungsgefahr	691
§ 35 Checkliste Verfügungsverfahren	693
§ 36 Checkliste Grenzbeschlagnahme	694
Entscheidungsregister	697
Stichwortverzeichnis	805

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 3. Auflage	V
Benutzungshinweise	VII
Inhaltsübersicht	IX
Inhaltsverzeichnis	XI
Abkürzungen und Literatur	XXV
Internet-Links	XXXI
Erster Teil Grundlagen	1
§ 1 Überblick über das Kennzeichenrecht	1
I. Begriff des Kennzeichenrechts	1
II. Bedeutung von Kennzeichenrechten	1
III. Arten von Kennzeichen	4
1. Marken	4
a) Arten von Marken	5
b) Markenfähigkeit, absolute und relative Schutzhindernisse	6
c) Das Leben der Marke	7
2. Unternehmensbezeichnungen	7
3. Werktitel	8
4. Namensrechte	8
5. Geografische Herkunftsangaben	9
6. Sonstige Kennzeichen	9
IV. Prioritätsprinzip und Territorialitätsprinzip	10
V. Rechtsgrundlagen	10
1. Staatsverträge	11
2. Europarechtliche Vorschriften	12
3. Nationale Vorschriften	13
VI. Ämter und Gerichte	13
VII. Bedeutung des EuGH	14
VIII. Schrifttum und elektronische Hilfsmittel	17
Zweiter Teil Marken	21
Erstes Kapitel Erwerb und Erhalt des Markenschutzes	21
§ 2 Markenfähigkeit und verschiedene Arten von Marken	21
I. Begriff, Rechtsgrundlagen, Voraussetzungen und Marken- formen	21
II. Zeichen	23
III. Grafische Darstellbarkeit	24
IV. Unterscheidungseignung	27
V. Unterarten von Marken	28

§ 3	Inhaberschaft	30
	I. Grundsätze	30
	II. Besonderheiten bei Gemeinschaftsmarken und internationalen Registrierungen	31
	III. Kollektivmarken	31
§ 4	Absolute Eintragungshindernisse	33
	I. Überblick über die absoluten Eintragungshindernisse	34
	II. Abgrenzung zu relativen Eintragungshindernissen	36
	III. Gemeinsame Grundsätze absoluter Eintragungshindernisse	36
	1. Produktbezug des Markenrechts	36
	a) Grundsätze	36
	b) Selbständige Würdigung der Produkte im Verfahren	37
	c) Problematik pauschaler Oberbegriffe	40
	d) Keine Bedeutung salvatorischer Einschränkungsversuche pauschaler Begriffe	42
	2. Verkehrsverständnis im Markenrecht	42
	a) Grundsätze	42
	b) Geteiltes Verkehrsverständnis	52
	c) Europäischer Verbraucher und die Bedeutung von Entscheidungen der mitgliedstaatlichen Gerichte und des HABM	55
	3. Wahrnehmungsrichtungen des Verkehrs	58
	4. Gesamteindruck und Marke als solche als Ausgangspunkt der Würdigung	58
	5. Maßgeblicher Zeitpunkt der Prüfung	62
	6. Allgemeininteresse als Grundlage absoluter Eintragungshindernisse	64
	7. Prüfungsumfang und Prüfungsmaßstab im Eintragungsverfahren	65
	IV. Unterscheidungskraft, beschreibende Angaben, übliche Bezeichnung	67
	1. Merkmalsbeschreibende Angaben	69
	a) Gesetzliche Grundlagen und Allgemeininteresse	69
	b) Erforderlicher Grad der Abweichung vom Üblichen, insbesondere Abkürzungen	70
	c) Erfordernis einer gewissen Unmittelbarkeit der Beschreibung	72
	d) Mehrdeutige und unscharfe Zeichen	75
	e) Bedeutung künftiger Verwendungsmöglichkeiten	78
	f) Bedeutungslosigkeit der Verbraucherrelevanz des beschriebenen Merkmals	80
	g) Bedeutungslosigkeit von Synonymen und des Fehlens von Konkurrenten	80
	h) Besonderheiten bei geografischen Angaben und sonstigen Angaben zu Produktions- oder Vertriebsstätte	81
	i) (Keine) Besonderheiten bei dreidimensionalen Marken oder Bildmarken	82

2. Übliche Bezeichnungen	83
a) Voraussetzungen des Eintragungshindernisses	83
b) Besonderheiten im Verfallsverfahren	85
3. Sonstiges Fehlen der Unterscheidungskraft	86
a) Gesetzliche Grundlagen	86
b) Herkunftsfunktion	87
c) Allgemeininteresse	88
d) Verhältnis zur abstrakten Unterscheidungseignung im Rahmen der allgemeinen Markenfähigkeit	89
e) Keine Bedeutung der konkreten Benutzung der Marke und des Kennzeichenumfelds	90
f) Für die Unterscheidungskraft erforderlicher Grad der Abweichung vom Branchenüblichen	92
g) Mittelbare Differenzierung der einzelnen Kategorien von Marken aufgrund unterschiedlichen Verkehrsverständnisses	96
h) Wortmarken	98
(1) Ansatz von EuGH und EuG	98
(2) Ansatz des BGH	99
(3) Vage und mehrdeutige Bezeichnungen	101
i) Slogans, Werbeschlagworte und andere Wortfolgen	103
(1) Vorgaben des EuGH	103
(2) Linie des EuG	104
(3) Linie des BGH	106
j) Bildmarken und Wort-/Bildmarken	107
k) Abstrakte Farbmarken	112
l) Formmarken	114
(1) Ansatz von EuGH und EuG	114
(2) Ansatz des BGH	119
(3) Verpackungsformen	122
m) Positionsmarken	123
4. Erwerb von Unterscheidungskraft infolge Benutzung	124
a) Grundsätze	124
b) Feststellung erworbener Unterscheidungskraft im Verfahren	129
V. Form der Ware	133
1. Form durch Art der Ware bedingt	135
2. Form technisch bedingt	136
3. Form wertverleihend	139
VI. Bösgläubige Marken Anmeldung	140
1. Einsatz der Marke gegen inländische Benutzungshandlungen, insbesondere gegen Vorbenutzung durch einen Dritten	143
2. Einsatz der Marke zur Marktabstottung gegenüber dem Ausland	147
3. Marken Anmeldung zu Spekulationszwecken	149
VII. Sonstige Eintragungshindernisse	151
VIII. Telle-quelle-Schutz gemäß Art. 6 ^{quinquies} PVÜ	157

§ 5	Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen	160
	I. Abfassung und Auslegung des Verzeichnisses	160
	II. Nachträgliche Änderung des Verzeichnisses	165
	III. Teilung der Marke	165
§ 6	Markenschutz ohne Eintragung	167
	I. Überblick	167
	II. Markenschutz durch Verkehrsgeltung	168
	III. Markenschutz durch notorische Bekanntheit	170
§ 7	Priorität und Seniorität	172
	I. Priorität	172
	II. Seniorität	174
§ 8	Benutzungszwang	176
	I. Grundsätze	176
	II. Art und Umfang der Benutzung	177
	1. Grundsätze	177
	2. Einzelheiten zur Art der Benutzung	179
	3. Einzelheiten zum Umfang der Benutzung	183
	4. Wechselbeziehung von Art, Umfang und Dauer der Benutzung	184
	III. Ort der Benutzung	185
	IV. Benutzung durch Dritte	187
	V. Abweichungen von Marke und benutzter Form	188
	1. Grundlagen	188
	2. Praxis des EuG	189
	3. Praxis des BGH	191
	VI. Benutzung nur für ein Produktsegment	196
	VII. Berechtigter Grund für die Nichtbenutzung	199
	VIII. Zeitraum der Benutzung und Benutzungsschonfrist	200
	1. Grundsätze der Benutzungsschonfrist	200
	2. Berechnung der Frist in den einzelnen Verfahren	203
	IX. Verfahrensrechtliches, Nachweis und Glaubhaftmachung	205
§ 9	Schutzdauer und Verlängerung	211
	I. Gemeinsame Grundsätze	211
	II. Schutzdauer und Verlängerung der Gemeinschaftsmarke	211
	III. Schutzdauer und Verlängerung der deutsche Marke	212
	IV. Schutzdauer und Verlängerung der internationalen Registrierung	213
Zweites Kapitel Reichweite des Markenschutzes		215
§ 10	Grundlagen	215
	I. Die drei Verletzungstatbestände	215
	II. Vorbemerkung: Unterschiede zwischen Widerspruchs- und Verletzungsverfahren	218
	III. Benutzungshandlungen	219

IV. Geschäftlicher Verkehr	224
V. Keine Zustimmung	226
VI. Funktionswiderigkeit der Benutzung	226
1. Grundsätze	226
2. Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion	228
a) Grundsätze	228
b) Beschreibende Zeichen	230
c) Bestellzeichen	231
d) Herkunftsfunktion bei neuen Markenformen	232
e) Benutzung als Unternehmenskennzeichen	234
f) Benutzung als Werktitel	237
g) Nutzung als Domain	237
h) Metatags	237
i) Adwords	238
j) Langjährige Koexistenz	240
3. Beeinträchtigung anderer Markenfunktionen	240
a) Werbefunktion	241
b) Investitionsfunktion	242
§ 11 Identität von Marke und Produkt	243
I. Zeichenidentität	243
II. Produktidentität	244
§ 12 Verwechslungsgefahr	246
I. Grundsätze	246
1. Tatbestandsvoraussetzungen	246
2. Unterfälle der Verwechslungsgefahr und Terminologie der Gerichte	251
3. Verkehrsverständnis in der Zeichenkollision	254
II. Kennzeichnungskraft	257
1. Grundsätze	257
2. Maßgeblicher Zeitpunkt der Beurteilung	261
3. Durchschnittliche Kennzeichnungskraft als Ausgangspunkt der Beurteilung	263
4. Kennzeichnungskraft mindernde Umstände	264
5. Kennzeichnungskraft erhöhende Umstände	267
III. Zeichenähnlichkeit	270
1. Überblick	270
a) Grundzüge	270
b) Prüfungsreihenfolge und Systematisierung nach »Variation« und »Kombination«	271
2. Wahrnehmungsrichtungen – insbesondere Fallgruppe »Variation«	272
a) Überblick	272
b) Klangliche Ähnlichkeit	273
(1) Ausspracheregeln	274
(2) Anlehnung an beschreibende Angaben	276

(3) Position von Übereinstimmungen der Zeichen und die Bedeutung des Zeichenbeginns	277
(4) Vokal- und Konsonantenähnlichkeiten	281
(5) Betonung, Silbenzahl und -struktur	283
c) Bildliche Ähnlichkeit	286
(1) Wortmarke gegen Wortmarke	286
(2) Wort-/Bildmarke gegen Wortmarke	289
(3) Wort-/Bildmarke gegen Wort-/Bildmarke	294
(4) Bildmarken	297
(5) Farbmarken	300
(6) Formmarken	301
d) Ähnlichkeit des Bedeutungsgehalts	302
e) Gewichtung der einzelnen Wahrnehmungsrichtungen	305
f) Wechselseitiges Neutralisieren von Ähnlichkeiten	307
3. Gesamteindruck	312
a) Grundsätze	312
b) Herangehensweise von EuG und BGH	314
4. Unterscheidungskräfte und dominierende Zeichenelemente	317
a) Grundsätze	317
b) Prüfungsreihenfolge	322
c) Erster Schritt: Ermittlung der Eigenschaften von Zeichenelementen	322
(1) Fantasiebezeichnung	323
(2) Schutzunfähige, insbesondere beschreibende Bestandteile	325
(3) Bestandteile mit allgemeiner oder anpreisender Bedeutung und unauffällige Bestandteile	327
(4) An schutzunfähige Zeichen angelehnte Bestandteile	331
(5) Bildelemente	332
(6) Formmarken	342
(7) Intensive Benutzung eines Zeichenelements	345
d) Zweiter Schritt: Ermittlung des relativen Gewichts von Zeichenelementen	346
(1) Ausnahme: Prägung durch schutzunfähige oder schwache Bestandteile?	347
(2) Bedeutung der Position des Zeichenelements	351
(3) Namen	352
e) Spezialfall: Übernahme eines Teils der Bestandteile unter Hinzufügen neuer Bestandteile	355
5. Selbständig kennzeichnende Stellung eines Elements	355
a) Selbständig kennzeichnende Stellung neben bekannter Marke oder Unternehmensbezeichnung	356
b) Selbständig kennzeichnende Stellung bei Zweitmarken	358
c) Übernahme von Stammbestandteilen von Zeichenserien	363
d) Übernahme von Unternehmenskennzeichen	366
e) Sonderfall: Selbständig kennzeichnender Bestandteil ist kennzeichnungsschwach	367

f) Sonderfall: Selbständig kennzeichnender Bestandteil ist variiert	368
g) Sonderfall: Umkehrung der Prioritätslage	369
IV. Produktähnlichkeit	370
1. Grundsätze	370
2. Einzelfälle	376
V. Wechselbeziehung	383
§ 13 Schutz der bekannten Marke	387
I. Begriff der »bekannten Marke«	389
II. Zeichenähnlichkeit	392
III. Spezifische Schutzvoraussetzungen	395
1. Handeln ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ..	397
2. Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft	399
3. Beeinträchtigung der Wertschätzung	401
4. Ausnutzung der Unterscheidungskraft oder der Wert- schätzung	402
§ 14 Verjährung, Verwirkung, Koexistenz	406
I. Verjährung	406
II. Verwirkung	407
1. Verwirkungstatbestand von MRR und GMV	407
2. Weitergehender nationaler Verwirkungstatbestand	409
3. Kritik des nationalen Sonderwegs	411
III. Koexistenz	412
§ 15 Beschränkung der Wirkungen der Marke	415
I. Überblick	415
II. Gebrauch von Name und Anschrift	417
III. Merkmalsangaben	418
IV. Bestimmungsangaben	421
V. Anständige Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel	423
§ 16 Erschöpfung	427
I. Begriff und Bedeutung	427
II. Voraussetzungen der Erschöpfung (Abs. 1)	428
1. Begriff des Inverkehrbringens	428
2. Inverkehrbringen im EWR	430
3. Ware des Rechtsinhabers oder einer wirtschaftlich verbundenen Person	431
4. Zustimmung des Rechtsinhabers	431
5. Beweislast	433
III. Wirkung der Erschöpfung	434
IV. Ausnahmen von der Erschöpfung (Abs. 2)	435
1. Veränderung oder Verschlechterung des Originalzustands der Ware	435
2. Vertriebsmodalitäten	437
3. Entfernung von Kontroll- oder Identifikationsnummern ..	438

4. Umverpacken und Neuetikettierung	440
a) Insbesondere: Künstliche Abschottung der Märkte und Erforderlichkeit des Umverpackens	442
b) Insbesondere: Beeinträchtigung des Originalzustands der Ware und Qualität der Umverpackung	444
c) Insbesondere: Unterrichts- und Lieferungspflicht	446
d) Insbesondere: Angabe des Umverpackers	448
5. Änderung der Kennzeichnung	449
Dritter Teil Geschäftliche Bezeichnungen	451
Erstes Kapitel Unternehmenskennzeichen	451
§ 17 Begründung und Untergang des Rechts am Unternehmenskennzeichen	451
I. Überblick	451
II. Rechtsbegründung	452
1. Aufnahme der befugten Benutzung eines Unter- nehmenskennzeichens	453
2. Namensmäßige Unterscheidungskraft	454
3. Besondere Geschäftsbezeichnungen, insbesondere Etablissementbezeichnungen	457
4. Verkehrsdurchsetzung	457
5. Eigenständiger Schutz von Zeichenbestandteilen	458
III. Räumlicher Schutzbereich	459
IV. Untergang des Rechts	461
§ 18 Reichweite des Schutzes	463
I. Überblick	463
II. Rechtsverletzende Benutzung im geschäftlichen Verkehr	463
III. Verwechslungsgefahr	464
1. Kennzeichnungskraft	465
2. Zeichenähnlichkeit	466
3. Branchenähnlichkeit	467
4. Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne	468
IV. Erweiterter Schutz bekannter Unternehmenskennzeichen	469
V. Schranken	470
Zweites Kapitel Titel	473
§ 19 Begründung und Untergang des Titelrechts	473
I. Überblick	473
II. Rechtsbegründung	474
III. Zeitrang des Titelrechts und seine Vorverlagerung durch Titel- schutzanzeige	476
IV. Inhaberschaft	478
V. Untergang des Titelschutzes	478
§ 20 Reichweite des Schutzes	480
I. Grundsätze	480
II. Verwechslungsgefahr	481

1. Kennzeichnungskraft	481
2. Zeichenähnlichkeit	482
3. Werknähe	484
4. Titelrechtlicher Schutz gegen Marken und Unternehmenskennzeichen als Ausnahme	485
III. Erweiterter Schutz bekannter Titel	486
IV. Einreden, Einwendungen und Rechtsfolgen	487
Vierter Teil Namen, Domains, Geografische Herkunftsangaben	489
§ 21 Namen	489
I. Überblick und Anwendungsbereich	489
II. Rechtsbegründung, -einräumung, und -beendigung	491
III. Reichweite des Schutzes	492
1. Namensleugnung	492
2. Namensanmaßung	493
3. Namensgebrauch zu Werbezwecken	494
§ 22 Domains	497
I. Überblick	497
II. Ansprüche gegen Top-Level-Domains »eu«	498
III. Ansprüche gegen Top-Level-Domains »de«	500
1. Kennzeichenrechtliche Ansprüche	501
2. Namensrechtliche Ansprüche	502
3. Ausnahmekonstellationen beiderseitiger Berechtigung	504
a) Regelfall: kein Anspruch bei beiderseitiger Berechtigung	505
b) Ausnahmsweise: Pflicht zur Rücksichtnahme	507
c) Ganz ausnahmsweise: Lösungsanspruch	507
4. Ansprüche bei bloßer Registrierung	508
5. Angriffe auf E-Mail-Adressen	509
IV. Ansprüche gegen andere Top-Level-Domains	509
§ 23 Geografische Herkunftsangaben	511
I. Überblick	511
II. Schutz von Bezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel nach der Verordnung (EU) 1151/2012	513
1. Anwendungsbereich	513
2. Eintragungsverfahren	514
3. Schutzzumfang	515
III. Einfache geografische Herkunftsangaben	517
IV. Qualifizierte geografische Herkunftsangaben	520
V. Geografische Herkunftsangaben mit besonderem Ruf	520
Fünfter Teil Kennzeichen im Rechtsverkehr	523
§ 24 Marken im Rechtsverkehr	523
I. Übertragung	523
1. Grundzüge	523
2. Eintragung des Inhaberwechsels	524
3. Bedeutung der Eintragung des Inhaberwechsels im Register	525

4. Prozessführung	526
5. Besonderheiten bei der Übertragung von Namensmarken	526
II. Lizenz	527
1. Grundsätze	527
2. Inhaltliche Beschränkungen der Lizenz	529
3. Prozessführung	531
4. Sukzessionsschutz	532
III. Gestattung	533
IV. Abgrenzungs- und Vorrechtsvereinbarung	534
V. Zwangsvollstreckung und Insolvenz	535
VI. Markenmeldungen vor Eintragung und Benutzungsmarken	536
§ 25 Geschäftliche Bezeichnungen im Rechtsverkehr	537
I. Unternehmenskennzeichen	537
1. Übertragung	537
2. Lizenz und Gestattung	538
II. Titel	539
Sechster Teil Ergänzende außerkennzeichenrechtliche Ansprüche	541
§ 26 Ergänzende wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Ansprüche aus unerlaubter Handlung	541
I. Wettbewerbsrechtlicher Schutz der bekannten Marke	544
II. Gezielte Behinderung	545
III. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	546
IV. Irreführungsverbot	548
V. Vergleichende Werbung	550
Siebenter Teil Rechtsfolgen der Verletzung und Überblick über die Verfahrensarten	553
§ 27 Rechtsfolgen der Kennzeichenverletzung	553
I. Unterlassungsanspruch	555
1. Wiederholungsgefahr	556
2. Erstbegehungsgefahr	559
3. Antragsfassung	561
4. Haftung, insbesondere Haftung der Mittelsperson und sogenannte Störerhaftung	564
II. Löschungsanspruch	570
III. Anspruch auf Rücknahme einer Markenmeldung	572
IV. Schadensersatzanspruch	573
1. Voraussetzungen	573
2. Dreifache Schadensberechnung	577
V. Bereicherungsanspruch	582
VI. Auskunftsanspruch	582
1. Auskunftsanspruch nach § 242 BGB zur Vorbereitung von Schadensersatzansprüchen	583
2. Auskunftsanspruch nach § 19 MarkenG über Herkunft und Vertriebsweg der Produkte	584
VII. Vorlage- und Besichtigungsanspruch	588

VIII.	Vorlageanspruch zur Sicherung von Schadensersatzansprüchen	590
IX.	Zurückbehaltungsanspruch an widerrechtlich gekennzeichnete Ware	590
X.	Vernichtungs- und Rückrufanspruch	590
XI.	Anspruch auf Urteilsveröffentlichung	592
XII.	Übertragungsanspruch	593
XIII.	Anspruch auf Hinweis in Nachschlagewerken	594
XIV.	Strafrecht und Bußgeldvorschriften	595
XV.	Grenzbeschlagnahme	595
	1. Voraussetzungen und Unterschiede der europäischen und nationalen Regelungen	596
	2. Antragsverfahren	597
	3. Grenzbeschlagnahmeverfahren	598
§ 28	Verfahren beim Harmonisierungsamt	601
	I. Eintragungsverfahren Gemeinschaftsmarke	602
	II. Widerspruchsverfahren gegen Gemeinschaftsmarke oder internationale Registrierung mit Schutz für die EU	604
	1. Mögliche Widerspruchsgründe	605
	2. Zulässigkeit und Begründetheit	608
	3. Verfahrensverlauf	611
	III. Nichtigkeitsverfahren Gemeinschaftsmarke oder internationale Registrierung mit Schutz für die EU	615
	IV. Teilungs- und Umwandlungsverfahren	616
	V. Allgemeine Verfahrensgrundsätze	616
	1. Fristenregelung, Wiedereinsetzung in den vorigen Stand und Weiterbehandlung	617
	2. Widerruf	620
	3. Begründungspflicht	620
	4. Sonstige Grundsätze	622
	5. Aussetzung	625
	VI. Rechtsmittel	626
	1. Beschwerde	626
	2. Klage zum EuG und EuGH	630
§ 29	Verfahren beim DPMA	641
	I. Eintragungsverfahren nationale Marke	641
	II. Widerspruchsverfahren gegen nationale Marke oder internationale Registrierung mit Schutz für Deutschland	643
	III. Amtliche Lösungsverfahren gegen nationale Marken oder internationale Registrierungen mit Schutz für Deutschland	645
	IV. Rechtsmittel	647
	1. Erinnerung	647
	2. Beschwerde	647
	3. Rechtsbeschwerde	649
§ 30	Verfahren der internationalen Registrierung bei der WIPO	654
	I. Überblick	654

II. Internationale Registrierung und nachträgliche Schutz- erstreckung	655
§ 31 Gerichtliche Verfahren	657
I. Vorprozessuale Strategie	658
II. Verfahren vor den ordentlichen Gerichten	661
1. Gerichtliche Zuständigkeit	662
2. Aussetzung des Verfahrens	665
3. Gegenstandswert und Kosten	665
4. Streitgegenstand	667
III. Andere Hauptsacheverfahren	669
IV. Einstweiliger Rechtsschutz	671
Achter Teil Kennzeichenpraxis	677
§ 32 Kennzeichenkonzeption, -strategie und -bewertung	677
I. Kennzeichenkonzeption	677
II. Recherche- und Überwachungsstrategien	678
1. Recherche	678
2. Überwachung	679
III. Anmeldestrategie	679
1. Wer meldet an?	679
2. Welche Marke wird angemeldet?	680
3. Für welche Produkte wird angemeldet?	681
IV. Internationale Strategien	681
V. Markenführung und Vermarktungsstrategien	683
VI. Kennzeichenbewertung	684
§ 33 Checkliste Kennzeichenpraxis	686
A. Recherche	686
B. Marken Anmeldung	687
C. Markenverwaltung	688
D. Angriff	689
E. Verteidigung	690
§ 34 Checkliste Verwechslungsgefahr	691
A. Voraussetzungen Verwechslungsgefahr	691
B. Bestimmung Zeichenähnlichkeit	691
§ 35 Checkliste Verfügungsverfahren	693
A. Vorfeld des Verfügungsverfahrens	693
B. Vorbereitung des Antrags durch den Antragsteller	693
C. Nach Erlass der Verfügung	693
§ 36 Checkliste Grenzbeschlagnahme	694
A. Die Grenzbeschlagnahme nach der Verordnung (EU) Nr. 608/2013 ..	694
B. Die Grenzbeschlagnahme nach den §§ 146 ff. MarkenG	695

Entscheidungsregister	697
Stichwortverzeichnis	805