

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	XV
Einleitung	1
A. Problemstellung.....	1
B. Gang der Arbeit.....	7
1. Kapitel Einführung in die HCVO.....	17
A. Ziele der HCVO.....	17
I. Schutzrichtungen	17
1. Schutz der Verbraucher.....	17
a) Verbraucherbegriff und Verbraucherleitbild	18
b) Verbraucherschutz in der HCVO.....	20
c) Maßnahmen der Verordnung	21
d) Notwendigkeit des Schutzes	22
e) Zusammenfassung.....	24
2. Schutz des freien Warenverkehrs im Binnenmarkt	25
3. Gleiche Wettbewerbsbedingungen für die Lebensmittelindustrie	26
4. Schutz von Innovationen	27
II. Zusammenfassung	27
B. Lebensmittelrechtliche Vorschriften vor der HCVO.....	27
I. Rechtslage vor Inkrafttreten der HCVO	28
1. Etikettierungsrichtlinie 2000/13/EG	28
a) Regelungsgegenstand	28
b) Verhältnis zur HCVO.....	29
2. Nährwertkennzeichnungsrichtlinie 90/496/EWG	29
a) Regelungsgegenstand	29
b) Verhältnis zur HCVO.....	30
3. Lebensmittelbasisverordnung (EG) Nr. 178/2002	30
a) Regelungsgegenstand	30
b) Verhältnis zur HCVO.....	31
4. Nahrungsergänzungsmittelrichtlinie 2002/46/EG	31
a) Regelungsgegenstand	31
b) Verhältnis zur HCVO.....	31
5. Anreicherungsverordnung (EG) Nr. 1925/2006.....	32
a) Regelungsgegenstand	32

b) Verhältnis zur HCVO	32
6. Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken 2005/29/EG	33
a) Regelungsgegenstand	33
b) Verhältnis zur HCVO	34
7. Irreführungsrichtlinie 2006/114/EG	35
a) Regelungsgegenstand	35
b) Verhältnis zur HCVO	35
8. Sonstige	36
a) Richtlinie über Lebensmittel für eine besondere Ernährung 89/398/EWG	36
b) Richtlinien in Bezug auf Wasser (80/777/EWG, 98/83/EG)	37
II. Neuerungen durch die HCVO	38
III. Zusammenfassung	39
C. Zusammenfassung	39
2. Kapitel Die markenbezogenen Vorschriften der HCVO	41
A. Anwendbarkeit der HCVO auf Marken	41
B. Die einzelnen Vorschriften der HCVO	50
I. Art. 1 Abs. 3 der Verordnung	50
1. Inhalt	50
2. Begriffsbestimmungen	51
a) Eindeutiger Aussagegehalt	52
b) Auslegung	53
aa) Sprachlich-grammatikalische Auslegung	53
bb) Systematische Auslegung	54
cc) Historische Auslegung	54
dd) Teleologische Auslegung	54
ee) Verhältnis der Auslegungskriterien zueinander	55
c) Handelsmarke und Markenname	55
aa) Begriffe	55
bb) Auslegung	56
d) Phantasiebezeichnung	65
aa) Begriff	65
bb) Auslegung	65
e) Kennzeichnung, Aufmachung, Werbung für Lebensmittel	67
aa) Kennzeichnung	67

bb) Aufmachung.....	69
cc) Werbung.....	70
dd) Lebensmittel.....	72
ee) Zusammenfassung	73
f) Nährwert- und gesundheitsbezogene Angabe.....	73
aa) Begriffe.....	73
bb) Auslegung	74
g) Kopplungslösung.....	78
aa) Wortlaut des Gesetzes	78
bb) Anforderungen bei der Anwendung	79
(1) Inhaltlicher Bezug erforderlich?	79
(2) Räumlicher Bezug erforderlich?	87
(3) Beifügen der Angabe in der Werbung?	90
(4) Zusätzliche Angabe nur in Fällen der Irreführung?	91
h) Ohne Zulassungsverfahren.....	94
i) Geltung der materiellen Anforderungen der HCVO für Marken	95
j) „Angabe, die dieser Verordnung entspricht“	100
3. Zusammenfassung	102
4. Tauglichkeit der Norm für die Praxis	102
5. Formulierungsvorschlag für die Norm	108
II. Art. 1 Abs. 4 HCVO	109
1. Inhalt	109
2. Begriff	109
3. Verhältnis zu Art. 1 Abs. 3 HCVO	110
4. Zusammenfassung	114
5. Tauglichkeit der Norm für die Praxis	114
III. Art. 10 Abs. 3 HCVO	115
1. Inhalt	115
2. Begriffe	116
3. Verhältnis zu Art. 1 Abs. 3 HCVO	117
4. Zusammenfassung	123
5. Tauglichkeit der Norm für die Praxis	124
IV. Art. 28 Abs. 2 HCVO	125
1. Inhalt der Übergangsvorschrift	125
2. Auslegung	127

a) „Bestehend“	127
b) Schutz für alle vor dem 1. Januar 2005 auf dem Markt befindlichen Lebensmittel?	131
c) Schutz nur für bereits vor dem 1. Januar 2005 auf dem Markt befindliche Produkte?	132
d) Kommerzielle Mitteilung als Marke	136
e) „In Verkehr gebracht werden dürfen“	137
f) Anwendbarkeit auf ähnliche Marken	139
3. Zusammenfassung	140
4. Praxistauglichkeit der Norm	141
5. Formulierungsvorschlag für die Norm	142
C. Rechtsfolgen eines Verstoßes gegen die HCVO	142
I. Zivilrecht	142
II. Strafrecht	144
III. Verwaltungsrecht	144
IV. Zusammenfassung	145
D. Zusammenfassung	145
3. Kapitel Die Erlangung von Markenschutz unter Berücksichtigung der HCVO	149
A. Überblick	149
I. Prüfung der Anmeldung einer unter die HCVO fallenden Marke	150
1. Absolute Schutzhindernisse	150
a) Fehlende Unterscheidungskraft	151
b) Beschreibende Angabe	151
c) Gattungsbezeichnung	151
d) Täuschende Marke	152
e) Gesetzliche Benutzungsverbote	153
2. Verkehrsdurchsetzung	155
3. Geltung der absoluten Schutzhindernisse für Benutzungsmarken	155
II. Rechte des Markeninhabers	156
B. Zusammenfassung und Bewertung	157
4. Kapitel Das Verhältnis der HCVO und des Markenrechts	161
A. Notwendigkeit der Anwendbarkeit der HCVO auf Marken	161
I. Bestehender Irreführungsschutz durch andere Vorschriften	161
1. Schutz durch Vorschriften aus dem Markenrecht	161
a) MarkenRL und MarkenG	161

aa) Eintragungshindernis wegen Täuschung.....	162
bb) Lösungsverfahren wegen absoluter Schutzhindernisse	165
cc) Löschung wegen Verfalls	167
b) GMV	168
c) Zusammenfassung.....	170
2. Schutz durch andere als markenrechtliche Vorschriften	171
a) EtikettierungsRL.....	171
b) UWG	172
c) LFGB	174
d) Nährwertkennzeichnungsverordnung	175
e) Zusammenfassung.....	176
3. Ergebnis.....	177
II. Weiterreichender Schutz durch die HCVO?	177
III. Ergebnis.....	184
B. Zusammenfassung	186
5. Kapitel Vereinbarkeit der HCVO mit geltendem Recht	189
A. Rechtmäßigkeit der markenrechtlichen Vorschriften der HCVO	189
I. Verstoß gegen geltendes Recht	189
1. Verstoß gegen die Eigentumsfreiheit	190
a) Schutzbereich	190
b) Eingriff in den Schutzbereich	192
c) Rechtfertigung	196
aa) Verhältnismäßigkeit	197
(1) Legitimer Zweck	197
(2) Geeignetheit	198
(3) Erforderlichkeit	199
(4) Angemessenheit.....	200
α) Kopplungslösung	200
β) Nährwertprofile.....	207
γ) Alkoholische Getränke	209
bb) Ergebnis.....	212
2. Verstoß gegen den Vertrauensgrundsatz.....	212
3. Verhältnis der HCVO zu markenrechtlichen Vorschriften.....	214
a) Verhältnis der HCVO zur MarkenRL	214
b) Verhältnis der HCVO zur GMV	215

II. Gesamtergebnis	216
B. Zusammenfassung	217
6. Kapitel Schlussbetrachtung	219
A. Gesamtzusammenfassung und Analyse	219
B. Eigener Lösungsvorschlag	231
Literaturverzeichnis.....	233
Anhang	251
Unternehmensbefragung	251
Abbildungsverzeichnis	257
Befragung DPMA	273
Checkliste Markenüberprüfung.....	277