

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Abkürzungsverzeichnis	XV
Literaturverzeichnis	XVII

1. Teil. Einleitung

§ 1. Überblick über das Rechtsgebiet	1
I. Die Marke im System der Kennzeichenrechte	1
II. Schutzrechtsebenen	2
1. Nationales Recht	2
2. Gemeinschaftsrecht	3
a) Markenrechtsrichtlinie	3
b) Gemeinschaftsmarkenverordnung	4
3. Internationales Recht	4
a) Pariser Verbandsübereinkunft	4
b) Madrider Markenabkommen	5
c) Protokoll zum Madrider Markenabkommen	6
d) Sonstige Abkommen	7
§ 2. Geschichte des Markenrechts	8
I. Anfänge	8
II. Das Markenschutzgesetz von 1874	9
III. Das Gesetz zum Schutz von Warenbezeichnungen von 1894	10
IV. Das Warenzeichengesetz von 1936	10
V. Das Markenrecht nach dem Krieg	10

2. Teil. Marken

§ 3. Allgemeines	13
I. Begriff und Funktionen der Marke	13
1. Herkunftsfunktion	13
2. Qualitäts- und Werbefunktion	13
3. Weitere „Funktionen“	14
II. Rechtsnatur und sachliche Rechtfertigung	15
III. Bedeutung	17
§ 4. Schutzgegenstand	19
I. Markenarten	19
1. Die eingetragene Marke, § 4 Nr. 1 MarkenG	19
2. Die durch Verkehrsgeltung erlangte Marke, § 4 Nr. 2 MarkenG	19
3. Die notorisch bekannte Marke, § 4 Nr. 3 MarkenG	20
II. Markenfähigkeit, § 3 MarkenG	21
1. Selbständigkeit	21
2. Einheitlichkeit	21
3. Abstrakte Unterscheidungseignung	22

	Seite
4. Ausschlussstatbestände, § 3 Abs. 2 MarkenG	23
a) Art der Ware	23
b) Technische Erforderlichkeit	24
c) Wesentlicher Wert der Ware	24
§ 5. Sachliche Schutzvoraussetzungen	26
I. Absolute Schutzhindernisse, § 8 MarkenG	26
1. Graphische Darstellbarkeit, § 8 Abs. 1 MarkenG	26
2. Fehlende Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	28
a) Unterscheidungskraft	28
b) Unterscheidungskraft und Allgemeininteresse	29
c) Verkehrsauffassung	30
d) Fallgruppen	31
3. Beschreibende Angaben, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	33
4. Übliche Bezeichnungen, § 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	35
5. Täuschende Bezeichnungen, § 8 Abs. 2 Nr. 4 MarkenG	36
6. Öffentliche Ordnung und gute Sitten, § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG	37
7. Sonstige Hindernisse	38
8. Ausnahmen bei Verkehrsdurchsetzung, § 8 Abs. 3 MarkenG	39
II. Relative Schutzhindernisse, § 9 MarkenG	41
§ 6. Formelle Schutzvoraussetzungen – Das Eintragungsverfahren	42
I. Anmeldung	42
II. Prüfung und Entscheidung	42
III. Widerspruch	43
§ 7. Bestand der Marke	44
I. Schutzdauer der eingetragenen Marke	44
II. Teilung der Marke	44
III. Löschung der Marke	45
1. Nichtverlängerung	45
2. Verzicht, § 48 MarkenG	45
3. Widerspruchsverfahren, § 42 MarkenG	46
4. Verfallsverfahren, § 49 MarkenG	47
5. Nichtigkeitsverfahren, §§ 50, 51 MarkenG	48
6. Lauterkeitsrechtlicher Lösungsanspruch	50
§ 8. Inhalt des Markenrechts	52
I. Allgemeines	52
II. Das positive Nutzungsrecht	52
1. Vermögensbestandteil	52
2. Übertragung	52
3. Lizenzierung	53
a) Begriff und Arten der Lizenz	53
b) Rechtsnatur der Markenlizenz	54
c) Form und Inhalt des Lizenzvertrages	55
d) Markenrechtliche Ansprüche gegen den Lizenznehmer	55
e) Die Lizenz in der Insolvenz	56
III. Das negative Ausschlussrecht	56
1. Inhalt	57

	Seite
2. Schutzbereich	57
a) Allgemeine Voraussetzungen	57
aa) Wirksame Marke	57
bb) Handeln im geschäftlichen Verkehr	58
cc) Markenmäßige Benutzung	59
b) Identitätsbereich, § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	61
c) Ähnlichkeitsbereich, § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	61
aa) Ähnlichkeit der Zeichen und der Waren bzw. Dienstleistungen	61
bb) Publikum	62
cc) Verwechslungsgefahr	62
aaa) Begriff	62
(1) Zeichenirrtum	63
(2) Inhaberirrtum	63
(3) Beziehungsirrtum	63
bbb) Kriterien	63
(1) Wechselwirkung	63
(2) Zeichenähnlichkeit	64
(a) Klang	65
(b) Bild	65
(c) Sinn	67
(3) Branchennähe	67
(4) Kennzeichnungskraft	68
ccc) Insbesondere: Verwechslungsgefahr bei kombinierten Zeichen („Prägetheorie“)	70
ddd) Gedankliches Inverbindungbringen	72
(1) Inhaberirrtum	73
(2) Beziehungsirrtum	73
d) Bekanntheitsschutz, § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	74
aa) Allgemeines	74
bb) Bekannte Marke	75
cc) Markenmäßige Benutzung?	75
dd) Ähnlichkeit der Zeichen oder der Waren- bzw. Dienstleistungen	76
ee) Eingriffstatbestände	76
aaa) Ausnutzung der Wertschätzung („Rufausbeutung“)	76
bbb) Ausnutzung der Unterscheidungskraft („Aufmerksamkeitsausbeutung“)	77
ccc) Beeinträchtigung der Wertschätzung („Rufschädigung“)	77
ddd) Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft („Verwässerung“)	77
ff) Rechtfertigungsgründe	77
§ 9. Schranken des Markenrechts	79
I. Verjährung, § 20 MarkenG	79
II. Verwirkung, § 21 MarkenG	80
III. Namen und beschreibende Angaben, § 23 MarkenG	81
1. Allgemeines	81

	Seite
2. Bürgerlicher Name	81
a) Name und Anschrift	81
b) Recht der Gleichnamigen	82
3. Beschreibende Angaben	83
4. Hinweis auf Bestimmung	83
5. Lauterkeitsvorbehalt	84
IV. Erschöpfung, § 24 MarkenG	84
1. Allgemeines	84
2. Territoriale Reichweite	85
3. Inverkehrbringen	86
4. Umfang	86
a) Weitervertrieb	86
b) Ankündigungsrecht	86
c) Ausnahmen	87
5. Beweislast	89
V. Benutzungszwang, §§ 25, 26 MarkenG	90
1. Zweck	90
2. Ernsthafte Benutzung	90
3. Abweichende Benutzung	91
§ 10. Konkurrenz zum UWG und BGB	94
I. Lauterkeitsrecht	94
1. Vorrang des MarkenG	94
a) Vorrangthese	94
b) Kein Verwehlungschutz nicht eingetragener Marken	95
c) Kein Rufschutz unbekannter Marken	96
2. Anwendbarkeit des UWG	96
a) Kein markenmäßiger Gebrauch	96
b) Bösgläubige Markenmeldung	97
c) Irreführung der Verbraucher über die betriebliche Herkunft	97
d) Herabsetzung und Verunglimpfung von Kennzeichen	97
e) Vergleichende Werbung	98
II. Bürgerliches Recht	99
§ 11. Rechtsfolgen	100
I. Überblick	100
II. Unterlassungsanspruch	101
1. Inhalt	101
2. Wiederholungs- und Erstbegehungsgefahr	102
3. Gläubiger und Schuldner	103
III. Beseitigungsansprüche	104
1. Löschung, § 51 MarkenG	104
2. Vernichtung, § 18 MarkenG	105
3. Rückruf, § 18 MarkenG	106
4. Urteilsbekanntmachung, § 19 c MarkenG	106
IV. Auskunftsansprüche	107
1. Eigenauskunft, § 242 BGB	107
2. Drittauskunft, § 19 MarkenG	108
3. Vorlage und Besichtigung, § 19 a MarkenG	109

	Seite
V. Schadensersatzanspruch	109
1. Voraussetzungen	109
2. Inhalt	110
a) Dreifache Schadensberechnung	110
b) Marktverwirrungsschaden	112
VI. Bereicherungsanspruch	112

3. Teil. Die Gemeinschaftsmarke

§ 12. Allgemeines	113
I. Entstehungsgeschichte	113
II. Grundsätze des Gemeinschaftsmarkenrechts	114
1. Grundsatz der Autonomie	114
2. Grundsatz der Einheitlichkeit	115
3. Grundsatz der Koexistenz	115
4. Grundsatz der Permeabilität	115
III. Weiterer Gang der Darstellung	116
§ 13. Materielles Markenrecht	117
I. Schutzz Voraussetzungen	117
1. Markenformen	117
2. Inhaber	117
3. Erwerb	117
4. Absolute Eintragungshindernisse	118
5. Relative Eintragungshindernisse	118
II. Inhalt, Umfang und Schranken des Schutzes	119
1. Inhalt und Umfang	119
a) Verletzungstatbestände	119
b) Zivilrechtliche Ansprüche	119
2. Schranken	119
a) Namen und beschreibende Angaben, Art. 12 GMVO	119
b) Erschöpfung, Art. 13 GMVO	120
c) Benutzungszwang, Art. 15 GMVO	120
III. Gemeinschaftsmarken als Vermögensgegenstände	121
IV. Dauer und Beendigung des Schutzes	123
§ 14. Verfahrensrecht	125
I. Eintragungsverfahren	125
1. Anmeldung	125
2. Widerspruchsverfahren	127
II. Rechtsmittel	127
III. Kosten und Sprachen	128
IV. Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM)	129
V. Gemeinschaftsmarkengerichte	129

4. Teil. Geschäftliche Bezeichnungen

§ 15. Allgemeines	133
§ 16. Schutzgegenstand	135
I. Unternehmenskennzeichen	135
II. Werktitel	137
§ 17. Entstehung und Erlöschen des Schutzes	138
§ 18. Inhalt des Schutzrechts	142
I. Allgemeines	142
II. Verwechslungsgefahr, § 15 Abs. 2 MarkenG	142
III. Rufausbeutung bzw. Verwässerungsgefahr, § 15 Abs. 3 MarkenG	145
IV. Geschäftliche Bezeichnungen als Vermögensgegenstände	146
1. Positives Benutzungsrecht	146
2. Übertragbarkeit	146
3. Lizenzierung	147

5. Teil. Geografische Herkunftsangaben

§ 19. Überblick	149
§ 20. Schutz nach §§ 126 ff. MarkenG	151
I. Allgemeines	151
II. Schutzgegenstand	152
III. Inhalt des Schutzes	154
1. Irreführung über den Ort	155
2. Irreführung über die Qualität	155
3. Rufschutz	156
§ 21. Schutz nach der Verordnung 510/2006	157
I. Allgemeines	157
II. Anwendungsbereich	157
III. Geschützte Bezeichnungen	158
IV. Das Eintragungsverfahren	160
1. Ablauf	160
2. Spezifikation	161
V. Inhalt des Schutzes	162
VI. Verhältnis zum nationalen Recht	163

6. Teil. Domain-Recht

§ 22. Grundlagen des Domain-Name-Systems	167
I. Technischer Hintergrund	167
II. Vergabeverfahren	168
§ 23. Deutsches Domain-Recht	169
I. Vergabeverfahren für „.de“-Domains	169
II. Kennzeichenschutz für Domains	169
1. Rechtsnatur von Domains	169
2. Kennzeichenerwerb	170

	Seite
III. Verletzung von Marken durch Domains	171
1. Handeln im geschäftlichen Verkehr	171
2. Markenmäßige Benutzung	172
3. Identitätsbereich, § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	174
4. Verwechslungsgefahr, § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	174
5. Bekanntheitsschutz, § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	175
IV. Verletzung von Unternehmenskennzeichen durch Domains	176
V. Verletzung sonstiger Rechtspositionen durch Domains	177
1. Werktitel	177
2. Geografische Herkunftsangaben	178
VI. Lauterkeitsrechtliche Ansprüche	178
1. Gezielte Behinderung, § 4 Nr. 10 UWG	178
2. Irreführung, § 5 UWG	179
VII. Deliktsrechtliche Ansprüche	180
VIII. Domains als Vermögensgegenstände	180
1. Übertragbarkeit	180
2. Zwangsvollstreckung	181
IX. Passivlegitimation	181
Stichwortverzeichnis	183