

# Inhalt

Vorwort . . . . .	11
Kapitel 1. Einleitung . . . . .	13
A. Der Begriff der Benutzung . . . . .	13
B. Prüfungsmaßstab . . . . .	14
C. Methodisches Vorgehen . . . . .	15
I. Fallgruppen im Markenrecht . . . . .	16
II. Eigener Ansatz . . . . .	17
D. Bedeutung der früheren (nationalen) Rechtslage . . . . .	17
Kapitel 2. Der Benutzungsbegriff des europäischen Markenrechts . . . . .	19
A. Der Richtlinientext . . . . .	20
I. Entwicklung der Verletzungstatbestände . . . . .	21
II. Einheitliche Auslegung des Benutzungsbegriffs . . . . .	22
III. Benutzung für Waren oder Dienstleistungen des Dritten . . . . .	23
IV. Änderungsvorschlag der Kommission . . . . .	24
V. Zwischenergebnis . . . . .	24
B. Die Erwägungsgründe . . . . .	25
I. Die Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen . . . . .	26
1. Bedeutung der unterschiedlichen Formulierung . . . . .	26
2. Bedeutung des Regelungszusammenhangs . . . . .	27
II. Der Zweck des Markenschutzes . . . . .	28
1. Die Herkunftsfunktion . . . . .	28
2. Die Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen . . . . .	29
3. Schlussfolgerung . . . . .	30
III. Zwischenergebnis . . . . .	31
C. Die Markenfunktionen . . . . .	31
I. Begriffsbestimmung . . . . .	32
1. Die warenzeichenmäßige Benutzung . . . . .	32
2. Die markenmäßige Benutzung . . . . .	33

3. Die funktionsbeeinträchtigende Benutzung . . . . .	34
4. Die unterscheidende Benutzung . . . . .	35
II. Bedeutung der Markenfunktionen in der Rechtsprechung des EuGH . . . . .	35
1. Der Benutzungsbegriff im Rahmen des Identitätsschutzes . .	36
a) Phase 1: Die Entwicklung der Funktionenlehre . . . . .	36
aa) Die <i>BMW</i> -Entscheidung . . . . .	37
(1) Entscheidung . . . . .	37
(2) Bewertung . . . . .	38
(a) Benutzung für Waren . . . . .	39
(b) Benutzung für Dienstleistungen . . . . .	42
(c) Schranke des Art. 6 Abs. 1 lit. b MRL 1989 . . . . .	43
(3) Ergebnis . . . . .	43
bb) Die <i>Hölterhoff</i> -Entscheidung . . . . .	44
(1) Entscheidung . . . . .	44
(2) Bewertung . . . . .	45
cc) Die <i>Arsenal</i> -Entscheidung . . . . .	46
(1) Entscheidung . . . . .	47
(2) Bewertung . . . . .	49
dd) Die <i>Anheuser-Busch</i> -Entscheidung . . . . .	50
(1) Entscheidung . . . . .	50
(2) Bewertung . . . . .	51
ee) Die <i>Adam Opel</i> -Entscheidung . . . . .	52
(1) Entscheidung . . . . .	52
(2) Bewertung . . . . .	54
(a) Benutzung für Waren der Kategorie <i>Spielzeug</i> . . . . .	54
(b) Benutzung für Waren der Kategorie <i>Kraftfahrzeuge</i> . . .	56
(c) Schranke des Art. 6 Abs. 1 lit. b MRL 1989 . . . . .	57
(3) Ergebnis . . . . .	59
ff) Die <i>L'Oréal</i> -Entscheidung . . . . .	59
(1) Entscheidung . . . . .	59
(2) Bewertung . . . . .	61
b) Phase 2: Die einzelnen Markenfunktionen . . . . .	62
aa) Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion . . . . .	62
bb) Beeinträchtigung der Qualitätsfunktion . . . . .	64
cc) Beeinträchtigung der Werbefunktion . . . . .	64
dd) Beeinträchtigung der Investitionsfunktion . . . . .	66
c) Phase 3: Die <i>Mitsubishi</i> -Entscheidung . . . . .	67
aa) Entscheidung . . . . .	67
bb) Bewertung . . . . .	69

(1) Benutzung eines Zeichens . . . . .	69
(2) Vergleich zwischen benutztem Zeichen und eingetragener Marke . . . . .	70
(3) Beeinträchtigung der Investitionsfunktion . . . . .	71
(4) Beeinträchtigung der Werbefunktion . . . . .	73
cc) Ergebnis . . . . .	73
d) Zwischenergebnis . . . . .	74
2. Der Benutzungsbegriff im Rahmen des Verwechslungsschutzes . . . . .	74
a) Die <i>Arsenal</i> -Entscheidung . . . . .	75
b) Die <i>Anheuser-Busch</i> -Entscheidung . . . . .	75
c) Die <i>O2</i> -Entscheidung . . . . .	76
d) Die <i>L'Oréal</i> -Entscheidung . . . . .	76
e) Zwischenergebnis . . . . .	77
3. Der Benutzungsbegriff im Rahmen des Bekanntheitsschutzes .	77
a) Entwicklung der Rechtsprechung . . . . .	79
b) Zwischenergebnis . . . . .	79
4. Zusammenfassung . . . . .	80
III. Bedeutung der Markenfunktionen in der Literatur . . . . .	81
1. Markenmäßige Benutzung und alleiniger Schutz der Herkunftsfunktion . . . . .	82
2. Unterscheidung zwischen den Verletzungstatbeständen . . . .	83
3. Unterscheidung zwischen horizontalen und vertikalen Benutzungen . . . . .	85
4. Keine markenmäßige Benutzung und Schutz aller Funktionen . . . . .	86
5. Bewertung . . . . .	88
a) Unterscheidung zwischen horizontalen und vertikalen Benutzungen . . . . .	89
b) Rückschlüsse von den besonderen Tatbestandsmerkmalen auf den Schutzzweck einzelner Verletzungstatbestände . . . . .	89
c) Unterscheidung zwischen ökonomischen und rechtlich geschützten Funktionen einer Marke . . . . .	90
d) Einfluss der Markenfunktionen auf die Verletzungstatbestände . . . . .	91
aa) Die spezifischen Interessen des Markeninhabers . . . . .	92
(1) Die Markenfunktionen . . . . .	93
(2) Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen . . . . .	93

bb) Alleiniger Schutz der Unterscheidungsfunktion und Verhältnis zur Herkunftsfunktion . . . . .	94
IV. Zwischenergebnis . . . . .	94
D. Die Systematik . . . . .	96
I. Verhältnis zu Art. 3 MRL 2015 . . . . .	96
1. Unterscheidung zwischen einem Zeichen und einer Marke . .	96
2. Unterscheidung zwischen Schutzvoraussetzung und Schutzumfang . . . . .	97
3. Zwischenergebnis . . . . .	98
II. Verhältnis zu Art. 10 Abs. 3 MRL 2015 . . . . .	98
III. Verhältnis zu Art. 10 Abs. 6 MRL 2015 . . . . .	99
IV. Verhältnis zu Art. 14f. MRL 2015 . . . . .	100
1. Zum deklaratorischen Charakter einer Norm . . . . .	101
2. Überprüfung der Schrankenregelungen anhand der verschiedenen Auslegungsmöglichkeiten des Benutzungsbegriffs . . . . .	102
a) Benutzung für Waren oder Dienstleistungen des Dritten .	102
b) Markenmäßige Benutzung . . . . .	104
c) Funktionsbeeinträchtigende Benutzung . . . . .	105
aa) Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion . . . . .	105
(1) Berücksichtigung der Schranken-Schranken . . . . .	106
(2) Die spezifischen und die berechtigten Interessen des Markeninhabers . . . . .	107
bb) Berücksichtigung aller Funktionen . . . . .	108
d) Unterscheidende Benutzung . . . . .	109
3. Schlussfolgerung . . . . .	109
V. Verhältnis zu Art. 27ff. MRL 2015 . . . . .	111
1. Rückschlüsse auf den Benutzungsbegriff . . . . .	112
2. Die <i>Baumwollblüte</i> -Entscheidung des EuGH . . . . .	112
a) Entscheidung . . . . .	113
b) Bewertung . . . . .	114
VI. Zwischenergebnis . . . . .	115
E. Ergebnis . . . . .	116
Kapitel 3. Der Benutzungsbegriff des MarkenG . . . . .	119
A. Auslegung des MarkenG unter Berücksichtigung der Vorgaben der MRL 2015 . . . . .	120
I. Der Gesetzestext . . . . .	122
II. Die Gesetzesbegründung . . . . .	122
III. Die Markenfunktionen . . . . .	123

IV. Die Systematik . . . . .	124
V. Zwischenergebnis . . . . .	124
B. Abweichende Auslegung für Benutzungsmarken? . . . . .	124
C. Inanspruchnahme von Art. 10 Abs. 6 MRL 2015? . . . . .	126
D. Ergebnis . . . . .	128
Kapitel 4. Zusammenfassung . . . . .	129
Literaturverzeichnis . . . . .	133