

Beiträge zum Europäischen Wirtschaftsrecht

Band 31

**Der Schutz akustischer Marken
nach dem deutschen Markengesetz
und der europäischen
Gemeinschaftsmarkenverordnung**

Von

Stephan Bahner



Duncker & Humblot · Berlin

STEPHAN BAHNER

Der Schutz akustischer Marken nach dem
deutschen Markengesetz und der europäischen
Gemeinschaftsmarkenverordnung

Beiträge zum Europäischen Wirtschaftsrecht

Herausgegeben im Auftrag des Instituts für Europäisches Wirtschaftsrecht
der Universität Erlangen-Nürnberg
durch Professor Dr. Karl Albrecht Schachtschneider

Band 31

Der Schutz akustischer Marken
nach dem deutschen Markengesetz
und der europäischen
Gemeinschaftsmarkenverordnung

Von

Stephan Bahner



Duncker & Humblot · Berlin

Der Fachbereich Rechtswissenschaften der Universität Konstanz
hat diese Arbeit im Jahre 2004 als Dissertation angenommen.

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten

© 2005 Duncker & Humblot GmbH, Berlin
Fremddatenübernahme und Druck:
Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin
Printed in Germany

ISSN 0947-2452
ISBN 3-428-11736-0

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ⊗

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

Meinen Eltern

Vorwort

Das Manuskript dieser Arbeit war im April 2003 fertiggestellt und wurde im Sommersemester 2004 von der Juristischen Fakultät der Universität Konstanz als Dissertation angenommen. Für die Veröffentlichung wurde das Manuskript überarbeitet, wobei Gesetzesänderungen, Literatur und Rechtsprechung bis Februar 2005 berücksichtigt wurden.

Ich danke meinem Doktorvater Herrn Prof. Dr. Karl-Heinz Fezer für die Anregung und Betreuung dieser Arbeit. Herrn Prof. Dr. Rainer Hausmann danke ich für die Erstellung des Zweitgutachtens.

Ganz herzlich danke ich Stefan Rekitt, der in wertvollen Diskussionen sowie durch die kritische und konstruktive Durchsicht des Manuskripts viel zum Gelingen der Arbeit beigetragen hat.

Ebenfalls danke ich Frau Helga Feller-Haag (Regierungsoberamtsrätin beim DPMA in München), Herrn Michael Dickas (Leiter der Dienststelle Formalprüfung beim HABM in Alicante) sowie Frau Kirsten Machelett M.A. und Herrn Dr. Hartmut R. Pfitzinger (Lehrbeauftragte bzw. Wissenschaftlicher Mitarbeiter beim Institut für Phonetik und Sprachliche Kommunikation der Universität München) für ihre hilfreichen Auskünfte.

Der größte Dank gebührt meinen Eltern, die mir durch ihre vorbehaltlose Unterstützung Studium und Promotion überhaupt ermöglicht haben. Ihnen ist diese Arbeit gewidmet.

Karlsruhe, im März 2005

Stephan Bahner

Inhaltsverzeichnis

Einführung	21
<i>Erster Teil</i>	
Akustische Zeichen in der Praxis	24
§ 1 Das akustische Zeichen	24
A. Sprachregelung	24
I. Töne	25
II. Klänge	25
III. Geräusche	26
IV. Ergebnis	26
B. Arten von akustischen Zeichen	26
I. Melodische oder musikalische Hörzeichen	27
II. Geräuschhafte Zeichen	27
III. Sprache	28
IV. Tonmarken	28
V. Zusammengesetzte akustische Zeichen und Kombinationszeichen	29
C. „Positionierung“ von akustischen Zeichen bzw. akustische Zeichen als Bewegungszeichen	29
§ 2 Funktionen und Fähigkeiten von Kennzeichen insbesondere Hörzeichen	30
A. Funktionen von Marken	30
B. Fähigkeiten von akustischen Zeichen	32

Zweiter Teil

Kennzeichenrechtlicher Schutz von akustischen Zeichen	36
§ 1 Historischer Überblick über die rechtliche Schutzfähigkeit verschiedener Zeichenformen	36
§ 2 Die Schutzfähigkeit von akustischen Zeichen vor dem 1. Januar 1995	39
§ 3 Die Funktionenlehre im Markenrecht	40
A. Herkunftsfunktion	41
B. Vertrauensfunktion	42
C. Werbefunktion	42
D. Kommunikationsfunktion	43
E. Rechtsprechung des EuGH	43
F. Die Funktionenlehre im Geltungsbereich des MarkenG	44
G. Die Funktionen einer akustischen Kennzeichnung	45
§ 4 Der formale Zeichenschutz von akustischen Zeichen im Geltungsbereich des Markengesetzes von 1995 und der Gemeinschaftsmarkenverordnung	47
A. Markenfähigkeit akustischer Zeichen gemäß § 3 MarkenG	48
I. Abstrakte Unterscheidungsfähigkeit	48
1. Melodische und musikalische Zeichen	52
2. Töne und Tonfolgen	53
3. Klänge und Klangfolgen	53
4. Geräusche	54
5. Menschliche bzw. modulierte Stimme	55
6. Akustische Positions- bzw. Richtungszeichen und Bewegungszeichen	56
a) Begriffsregelung, Positionsmarke	56
b) Akustische Richtungszeichen	58
c) Akustische Bewegungszeichen	60

Inhaltsverzeichnis	11
7. Zusammengesetzte akustische Zeichen und Kombinationszeichen	62
8. Zusammenfassung	62
II. Selbständigkeit	63
1. Waren mit akustischem Gehalt	67
a) Geräusche	68
b) Einzelne Töne, Tonfolgen oder Sweeps	72
c) Melodien oder Akkorde	73
2. Dienstleistungen mit akustischem Gehalt	73
a) Melodien oder Akkorde	74
b) Beispiel für fehlende Selbständigkeit: Gesangssolo	75
c) Geräusche	75
3. Akustische Bewegungszeichen	76
4. Zusammengesetzte akustische Zeichen und Kombinationszeichen	77
5. Zusammenfassung	77
III. Einheitlichkeit	78
1. Pausen im Zeichen	79
2. Zusammengesetzte akustische Zeichen und Kombinationszeichen	80
3. Zeitliche Länge des Zeichens	81
4. Einheitlichkeit bestimmter Geräuscharten	83
IV. Graphische Darstellbarkeit	86
1. Graphische Darstellbarkeit als Kriterium der Markenfähigkeit	86
2. Graphische Darstellbarkeit akustischer Zeichen	87
a) Funktion und Zweckmäßigkeit der graphischen Darstellung	89
aa) Funktion der graphischen Darstellbarkeit	90
bb) Anforderungen an die Form der graphischen Darstellung	92
(1) Graphische Darstellung	92
(2) Bestimmtheit der graphischen Darstellung	97
cc) Zusammenfassung	101

b) Graphische Darstellung akustischer Marken	102
aa) Einreichung einer Notenschrift bzw. eines Sonagramms	103
bb) Zweckmäßigkeit der geforderten graphischen Darstellung akustischer Marken	105
(1) Darstellung durch Notenschrift	106
(2) Darstellung mittels Sonogramm	112
(3) Graphische Darstellung von akustischen Bewegungszeichen	117
(4) Graphische Darstellung von variablen Geräuschzeichen und Stimmen	117
(5) Graphische Darstellung von zusammengesetzten akustischen Zeichen und Kombinationszeichen	120
3. Alternative: Klangliche Darstellung?	120
a) Anmeldungs- und Eintragungsverfahren	122
b) Recherche bestehender akustischer Marken	123
c) Vereinbarkeit mit der MRL bzw. dem MarkenG	124
aa) Klangliche Darstellung als Alternative zur graphischen Darstellung	124
bb) Klangliche Wiedergabe als Wiedergabe i. S. v. § 32 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	126
4. Zusammenfassung	129
 B. Gemeinschaftsmarkenfähigkeit gemäß Art. 4 GMV	131
I. Abstrakte Unterscheidungsfähigkeit	132
II. Selbständigkeit	134
III. Einheitlichkeit	135
IV. Graphische Darstellbarkeit	136
1. Graphische Darstellung akustischer Gemeinschaftsmarken	137
2. Einreichung einer klanglichen Wiedergabe / elektronische Anmeldung	141
a) Anmeldungs- und Eintragungsverfahren, Recherche bestehender Gemeinschaftsmarken	141
b) Alternative oder Ergänzung, Vereinbarkeit mit der GMV	143
V. Zusammenfassung	143

Inhaltsverzeichnis	13
C. Absolute Schutzhindernisse gemäß § 8 MarkenG	144
I. Graphische Darstellbarkeit, § 8 Abs. 1 MarkenG	144
II. Vorbemerkung zu den absoluten Schutzhindernissen des § 8 Abs. 2 MarkenG	145
III. Fehlende Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	147
1. Melodische und musikalische Zeichen	149
2. Tonfolgen, Klänge und Klangfolgen	156
3. Geräusche	160
4. Menschliche bzw. modulierte Stimme	164
5. Akustische Bewegungsmarke	166
6. Zusammengesetzte akustische Marke und Kombinationsmarke	167
7. Zusammenfassung	167
IV. Tatsächliches Freihaltebedürfnis, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	168
1. Melodische und musikalische Zeichen	172
2. Tonfolgen, Klänge und Klangfolgen	173
3. Geräusche	174
4. Menschliche bzw. modulierte menschliche Stimme	175
5. Akustische Bewegungsmarke	176
6. Zusammengesetzte akustische Marke und Kombinationsmarke	176
7. Zusammenfassung	177
V. Gattungsbezeichnungen, § 8 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	177
1. Melodische und musikalische Zeichen	180
2. Tonfolgen, Klänge und Klangfolgen	182
3. Geräusche	183
4. Menschliche bzw. modulierte Stimme	183
5. Akustische Bewegungsmarke	184
6. Zusammenfassung	184
VI. Verkehrsdurchsetzung gemäß § 8 Abs. 3 MarkenG	185

VII. Verstoß gegen die öffentliche Ordnung, § 8 Abs. 2 Nr. 5 MarkenG	190
1. Werke als akustische Marken	190
2. Menschliche Stimme	194
VIII. Verstoß gegen § 8 Abs. 2 Nr. 6 MarkenG	194
D. Absolute Eintragungshindernisse gemäß Art. 7 Abs. 1 GMV	195
I. Nicht gemeinschaftsmarkenfähige Zeichen, Art. 7 Abs. 1 lit. a) GMV	195
II. Fehlende Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV	195
III. Beschreibende Angaben, Art. 7 Abs. 1 lit. c) GMV	198
IV. Üblich gewordene Bezeichnungen, Art. 7 Abs. 1 lit. d) GMV	203
V. Überwindung der Eintragungshindernisse, Art. 7 Abs. 3 GMV	205
VI. Sonstige Eintragungshindernisse	208
VII. Zusammenfassung	209
E. Relative Eintragungshindernisse gemäß § 9 Abs. 1 MarkenG bzw. Art. 8 GMV	210
I. § 9 Abs. 1 MarkenG	210
II. Art. 8 GMV	210
1. Verwechslungsgefahr gemäß Art. 8 Abs. 1 lit. b) GMV	211
2. Bekanntheitsschutz gemäß Art. 8 Abs. 5 GMV	212
F. Anmeldungs- und Eintragungsverfahren	212
I. Anmeldungs- und Eintragungsverfahren für nationale Marken	213
1. Allgemeines	213
2. Anmeldetag	213
a) Der Begriff der Wiedergabe gem. § 32 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	214
b) Einreichung divergierender graphischer und klanglicher Wieder-gaben	217
II. Anmeldungs- und Eintragungsverfahren für Gemeinschaftsmarken	219
1. Allgemeines	219
2. Wiedergabe der akustischen Gemeinschaftsmarke und Anmeldetag	220

Inhaltsverzeichnis	15
G. Inhalt des Kennzeichenschutzes § 14 MarkenG	222
I. Einführung	222
II. Identitätsschutz gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	223
III. Verwechslungsschutz gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	226
1. Zeichenähnlichkeit	227
a) Musikalische bzw. melodische Marken	229
b) Geräuschhafte Marken	233
c) Akustische Bewegungsmerke	235
d) Zusammengesetzte akustische Marke und Kombinationsmarke	235
2. Kennzeichnungskraft	236
a) Originäre Kennzeichnungskraft akustischer Marken	237
aa) Musikalische bzw. melodische Marken	239
bb) Geräuschhafte Marken	240
(1) Psychoakustische Aspekte	241
(2) Anlehnung an schutzausschließende Gestaltungen	243
cc) Menschliche bzw. modulierte Stimme	245
b) Gesteigerte Kennzeichnungskraft aufgrund von Benutzung der Marke	245
3. Produktidentität oder -ähnlichkeit	247
4. Verwechslungsgefahr	248
5. Zusammenfassung	249
IV. Bekanntheitsschutz gemäß § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	249
V. Unzulässige Benutzungshandlungen	253
VI. Zusammenfassung	258
H. Inhalt des Kennzeichenschutzes gemäß Art. 9 GMV	259
I. Identitätsschutz gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. a) GMV	259
II. Verwechslungsschutz gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. b) GMV	260
1. Regionaler Bezug der Verwechslungsgefahr und der ihr zugrunde liegenden Kennzeichnungskraft der älteren Marke	262
2. Regionale Unterschiede bei der Verwechslungsgefahr zwischen akustischen Marken	264

III. Bekanntheitsschutz gemäß Art. 9 Abs. 1 lit. c) GMV	264
IV. Zusammenfassung	266
I. Rechtserhaltende Benutzung gem. § 26 MarkenG	266
I. Art der Benutzung	267
II. Form der Benutzung	269
1. Grundlagen	270
2. Benutzungsformen akustischer Marken	273
a) Veränderungen innerhalb der Marke	273
b) Hinzufügen oder Weglassen von Bestandteilen	275
c) Formübergreifende Benutzung	276
III. Zusammenfassung	277
J. Rechtserhaltende Benutzung gemäß Art. 15 GMV	278
I. Ernsthaftigkeit und territorialer Bezug der Benutzung	278
II. Form der Benutzung	280
 <i>Dritter Teil</i>	
Schlussbetrachtung	282
Literaturverzeichnis	285
Stichwortverzeichnis	294

Abkürzungsverzeichnis

a.A.	andere Ansicht
ABl.	Amtsblatt
Abs.	Absatz
amtl.	amtlich
Anm.	Anmerkung
BB	Betriebsberater, Zeitschrift
Begr.	Begründung
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BlPMZ	Blatt für Patent- Muster- und Zeichenwesen, Zeitschrift
BPatG	Bundespatentgericht
BPatGE	Entscheidungssammlung des BPatG
BT-Drucks.	Bundestagsdrucksachen
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Entscheidungssammlung des BVerfG
bzw.	beziehungsweise
CTM-Nummer	Anmeldenummer Gemeinschaftsmarke
DE Reg. Nr.	Rollennummer deutsche Marke
ders.	derselbe
d. h.	das heißt
dies.	dieselbe, dieselben
DPMA	Deutsches Patent- und Markenamt
DVO	Durchführungsverordnung
EG	Europäische Gemeinschaft
EGV	Vertrag über die Europäischen Gemeinschaften
Einf.	Einführung
Einl.	Einleitung
ErstrG	Erstreckungsgesetz
EuG	Europäisches Gericht erster Instanz
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EuZW	Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
f.	folgende Seite / Nummer
F.A.Z.	Frankfurter Allgemeine, Zeitung
ff.	folgende Seiten / Nummern
FS	Festschrift

GebrMG	Gebrauchsmustergesetz
gem.	gemäß
GeschmMG	Geschmacksmustergesetz
GMV	Gemeinschaftsmarkenverordnung
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Zeitschrift
GRUR Int.	GRUR Internationaler Teil, Zeitschrift
GRUR RR	GRUR Rechtsprechungsreport, Zeitschrift
HABM	Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt, Marken, Muster und Modelle
HansOLG	Hanseatisches Oberlandesgericht
h.M.	herrschende Meinung
Hz	Hertz
i.V.m.	in Verbindung mit
Kap.	Kapitel
KG	Kammergericht
kHz	Kilohertz
LG	Landgericht
lit.	litera (lateinisch), Buchstabe
MA	Der Markenartikel, Zeitschrift
MarkenG	Markengesetz
MarkenR	Markenrecht, Zeitschrift
MarkenschutzG	Markenschutzgesetz
MarkenV	Markenverordnung
Mitt.	Mitteilungen der deutschen Patentanwälte, Zeitschrift
MRL	Markenrechtsrichtlinie
Nachw.	Nachweise
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
Nr.	Nummer
o.g.	oben genannt
OLG	Oberlandesgericht
PVÜ	Pariser Verbandsübereinkunft
RG	Reichsgericht
RGBI.	Reichsgesetzblatt
RGSt.	Entscheidungssammlung des RG in Strafsachen
Rn	Randnummer
RPA	Reichspatentamt
Rs.	Rechtssache
Rspr.	Rechtsprechung
S.	Seite
sog.	sogenannt
u. a.	unter anderem
UrhG	Urhebergesetz
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb

vgl.	vergleiche
VO	Verordnung
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis
WZG	Warenzeichengesetz
z. B.	zum Beispiel
ZHR	Zeitschrift für das gesamte Handels- und Wirtschaftsrecht

Einführung

Gegenstand dieser Arbeit sind solche Marken, die allein einen auditiven Eindruck vermitteln, und nicht wie die große Mehrheit herkömmlicher Kennzeichnungen visuell wahrnehmbar sind. Schon frühzeitig wurde das Potenzial einer Kennzeichnung von Produkten mit einem akustischen Zeichen auch in der juristischen Literatur erkannt bzw. anerkannt.¹ Dennoch blieb solchen Zeichen aufgrund der Gesetzeslage der Schutz als Marke verwehrt. Mit dem Erlass des Markengesetzes von 1995² wurde nach über hundertjährigem Bestehen der Regelungen des nationalen Markenrechts ein in vielerlei Hinsicht neues Markenrechtssystem geschaffen, das mit den Markenrechtssystemen der anderen Mitgliedstaaten der Europäischen Union weitestgehend harmonisiert ist.³ Auf materieller Ebene ist insbesondere hervorzuheben, dass im Gegensatz etwa zur Regelung des Warenzeichengesetzes nunmehr ein liberales Verständnis der schutzfähigen Markenformen gefunden wurde. Damit besteht die Möglichkeit solche Kennzeichen als Marke zu schützen, denen bisher markenrechtlicher Schutz versagt werden musste. Auf der Grundlage des neuen MarkenG steht dem Schutz des akustischen Zeichens als Marke im Prinzip nichts mehr entgegen. Ob das wirklich so ist, soll in dieser Arbeit ausführlich untersucht werden. Mit der Erweiterung des Schutzes auf neue Markenformen, zu denen die akustische Marke gezählt werden muss, entstehen gleichsam denknotwendig auch neue Probleme. Dies zeigen das Vorabentscheidungsersuchen des BPatG zur Riechmarke⁴ und das Vorabentscheidungsersuchen des *Hoge Raad der Nederlanden*⁵ zur akustischen Marke. In beiden Ersuchen geht es um die graphische Darstellbarkeit der jeweiligen Marken, die gemäß Art. 2 MRL eine Markenfähigkeitsvoraussetzung darstellt. Die Probleme dieser beiden neuen Markenformen beginnen damit ersichtlich schon bei einer der ersten Grundvoraussetzungen für die Zuerkennung markenrechtlichen Schutzes. Dass darüber hinaus weitergehende neuartige Probleme etwa im Kollisionsfall zweier neuer Markenformen entstehen können, liegt auf der Hand.

¹ Vgl. die Beiträge von *Elster* GRUR 1930, 496 und *Aron* GRUR 1930, 1017.

² BGBl. I. 1994 S. 3082.

³ Das MarkenG wurde aufgrund der Ersten Richtlinie des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken erlassen, (89/104/EWG), ABl. EG Nr. L 40 vom 11. Februar 1989, S. 1.

⁴ BPatGE 43, 67, 73 – *Riechmarke*; vom EuGH am 12. Dezember 2002 entschieden: EuGH GRUR Int. 2003, 145 – *Sieckmann*.

⁵ *Hoge Raad der Nederlanden* Entscheidung vom 13. Juli. 2001 *Shield Mark B.V. / Joost Kist, trading as Memex*, ABl. EG Reihe C Nr. 275 vom 29. September. 2001 S. 7; vom EuGH am 27. November 2003 entschieden: GRUR Int. 2004, 126 – *Shield Mark B.V. / Joost Kist*.

Die Probleme, die akustische Marken in formeller und materieller Hinsicht schaffen, finden sich nicht nur auf der Ebene des harmonisierten nationalen Markenrechts, sondern gleichermaßen auch im neuen Gemeinschaftsmarkenrecht. Die entscheidenden Vorschriften der Gemeinschaftsmarkenverordnung⁶ sind mit denen der MRL größtenteils gleichlautend.⁷ Gegenüber dem nationalen Markenrecht gibt es allerdings gemeinschaftsmarkenrechtliche Besonderheiten auch gerade in Bezug auf die akustische Marke.

Bei akustischen Marken entstehen Eigenheiten, wie die Untersuchung zeigt, insbesondere aufgrund der Tatsache, dass es sich, wie auch bei der olfaktorischen Marke, um eine nicht visuell wahrnehmbare Markenform handelt. Hier entstehen hauptsächlich spezifische Probleme bei der Zuerkennung formellen Markenschutzes. Andererseits kann man sich dem Einfluss von visuell wahrnehmbaren Marken durch Augenschließen oder wegsehen entziehen. Sich auditiven Eindrücken zu entziehen, ist dagegen deutlich schwieriger. Das Ohr lässt sich nicht verschließen und ein Weghören ist nicht möglich; es bleibt vielmehr nur die Flucht oder, wenn die Möglichkeit besteht, die Reizquelle abzuschalten. Aufgrund dieser besonderen Fähigkeit entstehen mit der akustischen Kennzeichnung sicherlich neue Möglichkeiten, insbesondere in werbpsychologischer Hinsicht, deren ausführliche Darstellung allerdings nicht Gegenstand dieser rechtswissenschaftlichen Arbeit sein soll. Psychologische, Physikalische und Marketingaspekte werden aber, soweit für eine juristische Auseinandersetzung mit dem Thema nötig, in dieser Arbeit berücksichtigt werden.

Bis heute wurden etwa 300 akustische Marken beim DPMA zur Eintragung angemeldet; eingetragen sind etwa 160. Beim HABM sind bis jetzt etwa 40 Anmeldungen akustischer Gemeinschaftsmarken eingegangen, von denen bisher 16 eingetragen sind. Es zeigt sich, dass die akustische Marke bis jetzt verhältnismäßig wenig verbreitet ist. Dies dürfte sicherlich auch darauf zurückzuführen sein, dass vor allem in juristischer Hinsicht kaum Erfahrungen mit dieser neuen Kennzeichnungsform bestehen. Aus diesem Grunde versucht die vorliegende Arbeit die hörmarkenspezifischen Probleme aufzuzeigen und Lösungen für diese zu finden. Die Praxis wird letztlich zeigen, welche Besonderheiten relevant werden und welche Probleme gelöst werden müssen. Es ist zu wünschen, dass mithilfe dieser Arbeit die Bewältigung vereinfacht wird. Für die gerichtliche Praxis hat sowohl für die hier bearbeiteten Vorschriften des MarkenG gemäß Art. 234 EGV und für die Auslegung der GMV als letzte Instanz der EuGH das letzte Wort.⁸

⁶ Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke, ABl. EG Nr. L 11 vom 14. Januar 1994, S. 1. Zu den weiteren Rechtsquellen im Gemeinschaftsmarkenrecht vgl. Ingerl S. 19 ff.

⁷ Zur Entstehung der GMV: Ingerl S. 15 ff und die Einführung bei v. Mühlendahl/Ohlgart jeweils mit weiteren Nachw.

⁸ Einen kurzen Überblick über die akustische Marke in den lateinamerikanischen Ländern gibt Leguizamón GRUR Int. 2003, 397 ff.

Der Gang der Untersuchung beginnt im ersten Teil mit einer von einer juristischen Würdigung losgelösten Betrachtung akustischer Zeichen. Sodann folgt am Anfang des zweiten Teils ein kurzer historischer Überblick über die Schutzfähigkeit verschiedener Zeichenformen (§ 1), im Speziellen die Schutzfähigkeit akustischer Zeichen vor der Schaffung des MarkenG (§ 2) und überblicksartig eine Darstellung der Lehre der Markenfunktionen (§ 3). § 4 befasst sich dann ausführlich mit dem formalen Zeichenschutz akustischer Marken in der aktuellen Rechtslage. Die Untersuchung orientiert sich in ihrer Prüfungsreihenfolge an den Vorschriften der jeweiligen Gesetze. Die Erörterung der jeweiligen Vorschriften der GMV erfolgt direkt im Anschluss an die Bearbeitung des entsprechenden Paragraphen des MarkenG. Weil die Voraussetzungen der jeweiligen Vorschriften größtenteils identisch sind, kann bezüglich nicht gemeinschaftsmarkenspezifischer Probleme häufig auf die Ausführungen zum MarkenG verwiesen werden. Die Bearbeitung direkt im Anschluss an die jeweilige Vorschrift erleichtert die Übersichtlichkeit.