

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
Inhaltsverzeichnis .....	7
<b>1            Marken- und Kennzeichenrecht .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1        Bedeutung der Marke als Immaterialgüterrecht .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2        Funktionen der Marke im Unternehmen .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3        Schutzgegenstand des Markenrechts .....</b>	<b>19</b>
1.3.1      Marken .....	20
1.3.2      Geschäftliche Bezeichnungen .....	21
1.3.3      Geographische Herkunftsangaben .....	22
1.3.4      Sonstige Kennzeichen .....	23
<b>1.4        Erscheinungsformen der Marken .....</b>	<b>25</b>
1.4.1      Wortmarken .....	25
1.4.2      Bild- und Kombinationsmarken .....	27
1.4.3      Dreidimensionale Gestaltungen / Formmarken .....	27
1.4.4      Sonstige Aufmachungen / Farbmarken .....	29
1.4.5      Hörmarken .....	32
1.4.6      Tast- und Geruchsmarken .....	33
1.4.7      Werbeslogans .....	33
1.4.8      Kollektivmarken / Verbandszeichen .....	34
<b>1.5        Internationale Marken .....</b>	<b>35</b>
1.5.1      IR-Marke .....	35
1.5.2      Unionsmarke .....	35
1.5.3      Unionsmarken nach dem „BREXIT“ .....	36
<b>1.6        Entstehung des Markenschutzes .....</b>	<b>36</b>
1.6.1      Registermarken .....	37

1.6.1.1	Markenfähigkeit / Unterscheidungskraft .....	38
1.6.1.2	Graphische Darstellbarkeit.....	42
1.6.1.3	Absolute Schutzhindernisse .....	42
1.6.1.4	Relative Schutzhindernisse .....	48
1.6.1.5	Markenanmeldung und Registrierung.....	48
1.6.2	Benutzungsmarken.....	49
1.6.3	Notorietätsmarken.....	51
<b>1.7</b>	<b>Verfahren in Markenangelegenheiten .....</b>	<b>51</b>
1.7.1	Allgemeine Verfahrensregeln .....	52
1.7.2	Anmeldeverfahren .....	53
1.7.2.1	Identität des Anmelders .....	54
1.7.2.2	Wiedergabe der Marke.....	55
1.7.2.3	Klassifikation der Waren- oder Dienstleistungen .....	56
1.7.2.4	Anmeldepriorität und Veröffentlichung.....	56
1.7.3	Prüfungsverfahren.....	57
1.7.4	Widerspruchsverfahren .....	59
1.7.5	Löschungsverfahren.....	61
1.7.5.1	Verzicht des Markeninhabers .....	61
1.7.5.2	Verfall des Markenrechts.....	62
1.7.5.3	Löschung wegen Nichtigkeit .....	63
1.7.5.4	Löschung wegen Bestehens älterer Rechte .....	63
1.7.5.5	Löschung wegen Verfalls der Marke .....	64
1.7.5.6	Löschung wegen absoluter Schutzhindernisse.....	65
1.7.6	Löschungsklage vor den ordentlichen Gerichten .....	66
<b>1.8</b>	<b>Inhalt und Umfang des Markenrechts .....</b>	<b>67</b>
1.8.1	Die Marke als Vermögensgegenstand.....	67
1.8.1.1	Rechtsinhaberschaft und -übergang .....	67
1.8.1.2	Dingliche Rechte an Marken .....	68
1.8.1.3	Lizenzierung von Markenrechten .....	68
1.8.2	Benutzung der Marke im geschäftlichen Verkehr.....	71

<b>1.9</b>	<b>Markenrechtsverletzungen .....</b>	<b>73</b>
1.9.1	Identitätsschutz / Doppelidentität.....	74
1.9.2	Verwechslungsschutz / Verwechslungsgefahr.....	76
1.9.2.1	Kennzeichnungskraft der Marke.....	77
1.9.2.2	Ähnlichkeit des Verletzungszeichens .....	77
1.9.2.3	Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen .....	78
1.9.2.4	Bedeutung der Anmeldepriorität.....	78
1.9.2.5	Gesamtwürdigung aller Beweiselemente .....	79
1.9.2.6	Verbraucherleitbild .....	81
1.9.3	Verwässerungsgefahr.....	82
1.9.3.1	Begriff der im Inland bekannten Marke.....	83
1.9.3.2	Markenidentität oder Markenähnlichkeit.....	84
1.9.3.3	Verletzungstatbestände des Bekanntheitsschutzes.....	85
1.9.3.4	Keine Branchengleichheit oder –ähnlichkeit .....	88
1.9.4	Rechtserhebliche Benutzungshandlungen.....	89
1.9.4.1	Kennzeichnungs- oder Markierungsrecht .....	90
1.9.4.2	Angebots- und Erstvertriebsrecht von Waren .....	90
1.9.4.3	Angebots- und Erbringungsrecht von Dienstleistungen.....	92
1.9.4.4	Ein- und Ausfuhrrecht .....	92
1.9.4.5	Ankündigungs- und Werbehinweisrecht.....	93
1.9.5	Rechtserhebliche Vorbereitungshandlungen.....	94
1.9.5.1	Anbringung der Marke auf Aufmachungen u.a. ....	95
1.9.5.2	Besitz gekennzeichneter Aufmachungen u.a. ....	96
1.9.5.3	Ein- und Ausfuhr gekennzeichneter Aufmachungen u.a. ....	96
<b>1.10</b>	<b>Schranken des Markenrechtsschutzes .....</b>	<b>97</b>
1.10.1	Schutzdauer von Markenrechten.....	97
1.10.2	Erschöpfung des Vertriebsrechts .....	97
1.10.3	Verjährung von Markenrechten .....	99
1.10.4	Verwirkung von Markenrechten .....	100
1.10.5	Bestandskraft von Marken jüngerer Zeitrangs .....	100
1.10.6	Drittgebrauch und Ersatzteilgeschäft .....	101
1.10.7	Auswirkungen mangelhafter Markenbenutzung.....	102

<b>1.11</b>	<b>Schutz geschäftlicher Bezeichnungen.....</b>	<b>102</b>
1.11.1	Unternehmenskennzeichen und Werktitel .....	103
1.11.2	Umfang des Schutzes geschäftlicher Bezeichnungen .....	104
1.11.3	Analoge Anwendung des Markenrechts .....	105
<b>1.12</b>	<b>Schutz geographischer Herkunftsangaben .....</b>	<b>106</b>
1.12.1	Begriff geographischer Herkunftsangaben .....	106
1.12.2	Umfang des Schutzes geographischer Herkunftsangaben .....	107
<b>1.13</b>	<b>Kollision von Marken- und Kennzeichenrechten.....</b>	<b>109</b>
1.13.1	Prioritätsgrundsatz des Markenrechts .....	112
1.13.2	Kollision unterschiedlicher Kennzeichenrechte.....	113
1.13.3	Recht der Gleichnamigkeit .....	114
<b>1.14</b>	<b>Rechtsfolgen von Kennzeichenverletzungen.....</b>	<b>116</b>
1.14.1	Zivilrechtliche Folgen.....	116
1.14.1.1	Unterlassungsanspruch .....	116
1.14.1.2	Schadensersatzanspruch.....	116
1.14.1.3	Vernichtungs- und Rückrufanspruch .....	117
1.14.1.4	Auskunftsanspruch.....	117
1.14.1.5	Vorlage- und Besichtigungsanspruch .....	118
1.14.1.6	Bereicherungsanspruch .....	118
1.14.1.7	Einreden und Einwendungen .....	119
1.14.2	Verwaltungsrechtliche Folgen .....	120
1.14.2.1	Zollrechtliches Verfahren .....	120
1.14.2.2	Bußgeldverfahren.....	121
1.14.3	Strafrechtliche Folgen.....	122
<b>1.15</b>	<b>Internationaler Kennzeichenschutz.....</b>	<b>123</b>
1.15.1	Abkommen zum Markenrecht .....	123
1.15.1.1	Pariser Verbandstübereinkunft (PVÜ) .....	123
1.15.1.2	Trade related intellectual Property Treaty (TRIPS).....	124
1.15.1.3	Madriider System internationaler Registrierung (MMA/PMMA) ...	124
1.15.1.4	Gemeinschafts-/Unionsmarkenverordnung.....	125

1.15.1.5	Grundsatz des freien Warenverkehrs .....	126
<b>2</b>	<b>Ergänzender Nachahmungsschutz .....</b>	<b>127</b>
<b>2.1</b>	<b>Nachahmungsschutz für das Produktdesign .....</b>	<b>128</b>
2.1.1	Inhalt und Umfang des Designschutzes .....	128
2.1.2	Verletzung des Designrechts.....	129
<b>2.2</b>	<b>Lauterkeitsrechtlicher Nachahmungsschutz.....</b>	<b>130</b>
2.2.1	Herabsetzung oder Verunglimpfung eines Kennzeichens .....	130
2.2.2	Unlautere Nachahmung .....	131
2.2.2.1	Gefahr einer vermeidbaren Herkunftstäuschung .....	132
2.2.2.2	Beeinträchtigung der Wertschätzung einer Marke.....	133
2.2.3	Unlautere Behinderung der Mitbewerber.....	134
2.2.4	Irreführende geschäftliche Handlungen .....	135
<b>3</b>	<b>Reduzierung der Risiken von Markenpiraterie .....</b>	<b>135</b>
<b>3.1</b>	<b>Markenmanagement und -administration.....</b>	<b>136</b>
3.1.1	Markenrecherche .....	137
3.1.2	Sicherung der Priorität .....	138
3.1.3	Benutzung der Marke.....	139
3.1.4	Schutzdauerüberwachung .....	140
3.1.5	Kollisionsüberwachung .....	140
3.1.6	Schutzrechtsvermerk.....	141
3.1.7	Eintragung eines Designrechts.....	142
<b>3.2</b>	<b>Gerichtliche und außergerichtliche Maßnahmen .....</b>	<b>142</b>
3.2.1	Zivilrechtliche Maßnahmen .....	142
3.2.1.1	Abmahnung.....	143
3.2.1.2	Einstweilige Verfügung .....	143
3.2.1.3	Zivilklage.....	144
3.2.2	Mediation .....	144

3.2.3	Zollrechtliche Maßnahmen .....	145
3.2.4	Straf- und Bußgeldvorschriften.....	145
<b>3.3</b>	<b>Technische Maßnahmen zum Markenschutz.....</b>	<b>145</b>
3.3.1	Produktkennzeichnungen.....	147
3.3.2	Erstöffnungsnachweis .....	149
3.3.3	Hologramme .....	149
3.3.4	Wasserzeichen .....	150
3.3.5	RFID-Systeme .....	150
3.3.6	Mikroaufdrucke .....	151
3.3.7	Mikrofarbcode-Markierung .....	151
<b>3.4</b>	<b>Organisatorische Maßnahmen zum Markenschutz.....</b>	<b>152</b>
3.4.1	Risikoanalyse und Priorisierung .....	152
3.4.2	Innerbetriebliche Prozesse und Organisation.....	153
3.4.3	Entwurf eines ganzheitlichen Schutzkonzeptes .....	153
3.4.4	Geeignete Maßnahmenauswahl .....	154
3.4.5	Einführung, Monitoring und Evaluation.....	155
3.4.6	Einbindung in zukünftige Unternehmensentwicklung.....	156
<b>4</b>	<b>Studie zur Markenpiraterie .....</b>	<b>158</b>
<b>4.1</b>	<b>Einleitung.....</b>	<b>158</b>
<b>4.2</b>	<b>Unternehmensbefragung.....</b>	<b>159</b>
4.2.1	Durchführung der Umfrage.....	159
4.2.2	Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse .....	160
4.2.3	Die Unternehmensgröße .....	161
4.2.4	Markenportfolio im Unternehmen .....	162
4.2.5	Konkrete Beeinträchtigung durch Markenpiraterie.....	163
4.2.6	Konfrontation mit dem Vorwurf der Markenrechtsverletzung .....	163
4.2.7	Interne Zuständigkeit für den Markenschutz .....	164
4.2.8	Fachwissen für den Markenschutz.....	165
4.2.9	Informationsbeschaffung über Markenrechtsverletzungen.....	166

4.2.10	Einschreiten bei markenrechtlichen Verstößen.....	167
4.2.11	Alternative Verfahren zur Klage.....	168
4.2.12	Erfolgsaussichten im Gerichtsverfahren .....	169
4.2.13	Kein Vorgehen gegen Markenrechtsverstöße .....	170
4.2.14	Wirtschaftlicher Verlust durch Markenrechtsverletzungen .....	171
4.2.15	Schädigung durch Markenrechtsverstöße .....	172
4.2.16	Konkrete Art der Einbußen .....	173
4.2.17	Optimierungsbedarf beim Markenschutz.....	174
4.2.18	Hinderungsgründe für einen effektiven Markenschutz.....	175
<b>4.3</b>	<b>Verbraucherbefragung.....</b>	<b>176</b>
4.3.1	Durchführung der Umfrage.....	176
4.3.2	Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse .....	178
4.3.3	Erwerb nachgeahmter Markenprodukte.....	179
4.3.4	Bereitschaft zum Kauf nachgeahmter Produkte.....	180
4.3.5	Situationsbedingte Käufe .....	181
4.3.6	Einschätzung zur Verbreitung von Plagiaten.....	182
4.3.7	Einschätzungen zur Qualität von Fälschungen .....	183
4.3.8	Fazit .....	185
Abbildungsverzeichnis .....		187
Schrifttumsverzeichnis .....		189
Rechtsprechungsverzeichnis.....		191
Sonstige Quellen.....		200
Anhang: Checkliste zur Risikominimierung der Markenpiraterie.....		201