

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhalt	XI
Benutzungshinweise	XVII
Abkürzungen	XIX
Markenrechtsrichtlinie	1
Grundsätze	1
1 PVÜ	1
2 TRIPS	2
3 Herkunftsfunktion der Marke	5
4 Maßgebliche Verkehrskreise	6
5 Territorialitätsgrundsatz	13
6 Handelsname	14
7 Verfahrensrecht Gemeinschaftsmarke	14
8 Vorlageverfahren	36
9 Vorläufiger Rechtsschutz	37
Präambel	41
1 Interessenausgleich	43
2 PVÜ	44
Artikel 1 – Anwendungsbereich	45
Artikel 2 – Markenformen	50
1 Grundsätze	50
2 Zeichen	51
3 Grafische Darstellbarkeit	53
4 Unterscheidungseignung	57
Artikel 3 – Eintragungshindernisse – Ungültigkeitsgründe	59
1 Grundsätze	60
2 Nicht eintragungsfähige Zeichen	75
3 Keine Unterscheidungskraft	75
4 Merkmalsbeschreibende Angaben	90
5 Übliche Angaben	95
6 Erwerb von Unterscheidungskraft infolge Benutzung	97
7 Form der Ware	104
8 Täuschungseignung	106
Artikel 4 – Weitere Eintragungshindernisse oder Ungültigkeitsgründe bei Kollision mit älteren Rechten	108
1 Grundsätze	110

Inhaltsübersicht

2	Identität der Marken und Waren oder Dienstleistungen	111
3	Verwechslungsgefahr	112
4	Schutz der bekannten Marke	131
Artikel 5 – Rechte aus der Marke		138
1	Grundsätze	139
2	Relevanter Zeitpunkt	141
3	Geschäftlicher Verkehr	142
4	Beeinträchtigung der Funktionen der Marke	142
5	Import und Durchfuhr	149
6	Verwendung zu anderen Zwecken als der Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen	153
7	Bestehende ältere Rechte	155
8	Verfall	156
9	Rechtsfolgen	158
Artikel 6 – Beschränkung der Wirkungen der Marke		159
1	Grundsätze	159
2	Namensgebrauch	160
3	Beschreibende Angaben	161
4	Bestimmungsangaben	162
5	Anständige Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel	164
Artikel 7 – Erschöpfung des Rechts aus der Marke		168
1	Grundsätze	168
2	Voraussetzungen der Erschöpfung	173
3	Ausnahmen von der Erschöpfung	181
4	Wirkung der Erschöpfung	204
5	Beweislast	205
Artikel 8 – Lizenz		209
Artikel 9 – Verwirkung durch Duldung		210
Artikel 10 – Benutzung der Marke		211
1	Grundsätze	211
2	Ernsthafte Benutzung	212
3	Zeitraum der Benutzung	216
4	Benutzung durch Dritte	218
5	Berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung	218
6	Benutzung in abgewandelter Form	221
7	Beweislast	222
Artikel 11 – Sanktionen in Gerichts- oder Verwaltungsverfahren für die Nichtbenutzung einer Marke		223
Artikel 12 – Verfallsgründe		224
Artikel 13 – Zurückweisung, Verfall oder Ungültigkeit nur für einen Teil der Waren oder Dienstleistungen		226
Artikel 14 – Nachträgliche Feststellung der Ungültigkeit oder des Verfalls einer Marke ...		226

Artikel 15 – Besondere Bestimmungen für Kollektiv-, Garantie- und Gewährleistungsmarken	227
Anhang 1 (Bezug der Gemeinschaftsmarkenverordnung)	229
Anhang 2 (Bezug nationaler Rechtsvorschriften)	230
Anhang 3 (Entscheidungsregister)	234
Sachregister	253

Inhalt

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Benutzungshinweise	XVII
Abkürzungen	XIX
Markenrechtsrichtlinie	1
Grundsätze	1
1 PVÜ	1
2 TRIPS	2
3 Herkunftsfunktion der Marke	5
4 Maßgebliche Verkehrskreise	6
4.1 Ermittlung der maßgeblichen Verkehrskreise	6
4.2 Wahrnehmung	8
4.3 Inländische Verkehrskreise	11
5 Territorialitätsgrundsatz	13
6 Handelsname	14
7 Verfahrensrecht Gemeinschaftsmarke	14
7.1 Eintragung	15
7.2 Widerspruch und Nichtigkeit	16
7.3 Sprachenregelung	17
7.4 Rechtliches Gehör	17
7.5 Begründungspflicht	18
7.6 Dispositionsgrundsatz	19
7.7 Fristen	19
7.8 Höhere Gewalt	20
7.9 Neue Tatsachen und Beweismittel in der Beschwerdeinstanz	20
7.10 Keine funktionale Kontinuität des Gerichts Erster Instanz	24
7.11 Streithilfe	26
7.12 Rechtsmittel zum EuGH	27
7.13 Verletzung	30
8 Vorlageverfahren	36
9 Vorläufiger Rechtsschutz	37

Präambel	41
1 Interessenausgleich	43
2 PVÜ	44
Artikel 1 – Anwendungsbereich	45
Artikel 2 – Markenformen	50
1 Grundsätze	50
2 Zeichen	51
3 Grafische Darstellbarkeit	53
3.1 Gerüche	54
3.2 Klänge	54
3.3 Farben	56
4 Unterscheidungseignung	57
Artikel 3 – Eintragungshindernisse – Ungültigkeitsgründe	59
1 Grundsätze	60
1.1 Bezug zu Ware oder Dienstleistung	62
1.2 Maßgebliches Publikum	67
1.3 Gesamteindruck	68
1.4 Bildlicher, klanglicher oder begrifflicher Eindruck	70
1.5 Allgemeininteresse	71
1.6 Eingehende und umfassende Prüfung	72
1.7 Maßgeblicher Zeitpunkt	74
2 Nicht eintragungsfähige Zeichen	75
3 Keine Unterscheidungskraft	75
3.1 Grundsätze	75
3.2 Allgemeininteresse	77
3.3 Bedeutungslose Kriterien	79
3.4 Verschiedene Kategorien von Marken	80
3.5 Wortmarken	82
3.6 Wort-/Bildmarken	83
3.7 Slogans	84
3.8 Farbmarken	85
3.9 Formmarken	86
4 Merkmalsbeschreibende Angaben	90
4.1 Grundsätze	90
4.2 Bedeutungslose Kriterien	92
4.3 Insbesondere: geografische Bezeichnungen	93
4.4 Insbesondere: Verpackungsformen	94
4.5 Weitere Beispiele	94

5	Übliche Angaben	95
6	Erwerb von Unterscheidungskraft infolge Benutzung	97
6.1	Grundsätze	97
6.2	Voraussetzungen	98
6.3	Benutzung als Marke	100
6.4	Relevanter Zeitpunkt	101
6.5	Territorium	102
7	Form der Ware	104
8	Täuschungseignung	106
Artikel 4 – Weitere Eintragungshindernisse oder Ungültigkeitsgründe bei Kollision mit älteren Rechten		108
1	Grundsätze	110
2	Identität der Marken und Waren oder Dienstleistungen	111
3	Verwechslungsgefahr	112
3.1	Wechselbeziehung	115
3.2	Durchschnittsverbraucher	118
3.3	Ähnlichkeit im Bild, im Klang und in der Bedeutung	120
3.4	Neutralisierung von Ähnlichkeiten	122
3.5	Marken als Ganzes und selbständig kennzeichnende Stellung	123
3.6	Rein assoziative gedankliche Verbindung	126
3.7	Markenfamilien und Serienmarken	126
3.8	Ähnlichkeit der Waren oder Dienstleistungen	127
3.9	Kennzeichnungskraft	128
3.10	Grundsatz des freien Warenverkehrs	130
3.11	Beweis	130
3.12	Bedeutung eines die Verwechslungsgefahr ausschließenden Hinweises	131
4	Schutz der bekannten Marke	131
4.1	Bekannte Marke	132
4.2	Ähnlichkeit zwischen Marke und Zeichen	134
4.3	Weitere Schutzvoraussetzungen	135
Artikel 5 – Rechte aus der Marke		138
1	Grundsätze	139
2	Relevanter Zeitpunkt	141
3	Geschäftlicher Verkehr	142
4	Beeinträchtigung der Funktionen der Marke	142
4.1	Funktionsbeeinträchtigung bei Identität und Verwechslungsgefahr	142
4.2	Funktionsbeeinträchtigung bei der bekannten Marke	148
5	Import und Durchfuhr	149

6	Verwendung zu anderen Zwecken als der Unterscheidung von Waren oder Dienstleistungen	153
7	Bestehende ältere Rechte	155
8	Verfall	156
9	Rechtsfolgen	158
	Artikel 6 – Beschränkung der Wirkungen der Marke	159
1	Grundsätze	159
2	Namensgebrauch	160
3	Beschreibende Angaben	161
4	Bestimmungsangaben	162
5	Anständige Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel	164
	Artikel 7 – Erschöpfung des Rechts aus der Marke	168
1	Grundsätze	168
1.1	Interessenabwägung	170
1.2	Anwendungsbereich	171
2	Voraussetzungen der Erschöpfung	173
2.1	Inverkehrbringen	173
2.2	Im EWR	176
2.3	Zustimmung	178
3	Ausnahmen von der Erschöpfung	181
3.1	Beeinträchtigung des Originalzustands der Ware	183
3.2	Entfernung von Identifikationsnummern	184
3.3	Umpacken	185
3.4	Neuetikettierung	201
3.5	Ersetzung der Marke	203
4	Wirkung der Erschöpfung	204
5	Beweislast	205
	Artikel 8 – Lizenz	209
	Artikel 9 – Verwirkung durch Duldung	210
	Artikel 10 – Benutzung der Marke	211
1	Grundsätze	211
2	Ernsthafte Benutzung	212
2.1	Grundsätze	212
2.2	Benutzung für bereits vertriebene Waren	215

3	Zeitraum der Benutzung	216
4	Benutzung durch Dritte	218
5	Berechtigte Gründe für die Nichtbenutzung	218
6	Benutzung in abgewandelter Form	221
7	Beweislast	222
	Artikel 11 – Sanktionen in Gerichts- oder Verwaltungsverfahren für die Nichtbenutzung einer Marke	223
	Artikel 12 – Verfallgründe	224
	Artikel 13 – Zurückweisung, Verfall oder Ungültigkeit nur für einen Teil der Waren oder Dienstleistungen	226
	Artikel 14 – Nachträgliche Feststellung der Ungültigkeit oder des Verfalls einer Marke	226
	Artikel 15 – Besondere Bestimmungen für Kollektiv-, Garantie- und Gewährleistungsmarken	227
	Anhang 1 (Bezug der Gemeinschaftsmarkenverordnung)	229
	Anhang 2 (Bezug nationaler Rechtsvorschriften)	230
	Anhang 3 (Entscheidungsregister)	234
	Sachregister	253