Bachelorarbeit

Robert Schmidt

Bösgläubige Markenanmeldungen

Sind sie abhängig vom rechtlichen Schutzgrad?

Diplom.de

Bachelor + Master Publishing

Robert Schmidt
Bösgläubige Markenanmeldungen: Sind sie abhängig vom rechtlichen Schutzgrad?
Originaltitel der Abschlussarbeit: Die bösgläubige Anmeldung einer Marke in Abhängigkeit vom Grad ihres rechtlichen Schutzes

ISBN: 978-3-86341-677-5
Herstellung Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2012

Zugl. Hochschule Anhalt, Standort BernburgBernburg, Deutschland, Bachelorarbeit, September 2011

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

© Bachelor + Master Publishing, ein Imprint der Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2012

http://www.diplom.de, Hamburg 2012
Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis **1**

A. Einleitung **5**

B. Markenrechtliche Grundlagen **7**

I. Definition und Funktionen der Marke **7**

II. Die Rechtsgrundlagen des Markenrechts **8**

1. Nationales Markenrecht 8

2. Gemeinschaftsrecht 8

a) Markenrechtliche Verordnungen 8

b) Exkurs: Grundsätze des Gemeinschaftsmarkenrechts 9

3. Internationales Markenrecht 9

III. Die materiellen Schutzvoraussetzungen **10**

1. Markenfähigkeit 10

2. Formen der Marke 10

IV. Hindernisse des markenrechtlichen Schutzerwerbs **11**

1. Absolute Schutzhindernisse 11

2. Relative Schutzhindernisse 12

V. Die Entstehung und Wirkung der Marke **13**

1. Grundlagen und Prinzipien des Markenschutzerwerbs 13

2. Formelle Voraussetzungen der Anmeldung und Eintragung 13

3. Inhalt und Umfang des Markenrechts 14

VI. Die Markenübertragung und Beendigung **15**

C. Die bösgläubige Anmeldung einer Marke und ihr Schutzgrad **17**

I. Die bösgläubige Markenanmeldung **17**

1. Bösgläubigkeit als absolutes Schutzhindernis 17

2. Begriffsauslegung 18

a) Richtlinienkonforme Auslegung und Sprachvergleich 18

b) Einbeziehung der deutschen Rechtssprache 19

aa) Das subjektive Element ... 21
bb) Der maßgebliche Zeitpunkt ... 21
c) Ergebnis ... 22
3. Ausgewählte Entscheidungen zur Konkretisierung der Bösgläubigkeit ... 22
a) Der Beschluss „S100“ ... 22
b) Der Fall „Ivadal“ ... 24
c) Der Osterhasen-Streit ... 26
d) Auswertung ... 28
II. Die Evaluierung eines Prüfungsschemas ... 29
1. Der schutzwürdige Besitzstand ... 29
2. Rechtfertigungsgründe ... 32
a) Prüfung der Merkmale für die Partei Lindt ... 32
b) Die umgekehrte Betrachtung für Hauswirth ... 34
c) Schlussfolgerung ... 35
aa) Die Beurteilung der Interessenlage auf dem gleichen Markt ... 36
(1) Die Verkehrsgeltung ... 38
(2) Die notorische Bekanntheit einer Marke ... 40
(3) Bekannte und berühmte Marken ... 41
(4) Abgrenzung und Fazit ... 41
bb) Die Interessenlage auf verschiedenen Märkten ... 44
3. Das Aufstellen neuer Tatbestandsmerkmale ... 46
III. Fälle unter Berücksichtigung des rechtlichen Schutzgrades ... 46
D. Zusammenfassung ... 49

Rechtsprechungsverzeichnis ... 51
Literaturverzeichnis ... 52
I. Aufsätze, Kommentare, Lehrbücher, Monografien ... 52
II. Internetquellen ... 53

Abkürzungsverzeichnis

Hinsichtlich der nicht aufgeführten Abkürzungen wird auf den *Duden* verwiesen.

3D	Dreidimensional
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
a.F.	alter Fassung
AG	Aktiengesellschaft
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
BGH	Bundesgerichtshof
BPatG	Bundespatentgericht
Bsp.	Beispiel
bspw.	beispielsweise
BT-Drucks	Bundestagsdrucksache
DPMA	Deutsches Patent- und Markenamt
DPMAV	Verordnung des Deutschen Patent- und Markenamtes
EG	Europäische Gemeinschaft
Einl	Einleitung
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EU	Europäische Union
gem.	gemäß
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GMV	Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (Nunmehr: VO (EG) Nr. 207/2009), Gemeinschaftsmarken-Verordnung
GMDV	Verordnung (EG) Nr. 2868/95 der Kommission zur Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates über die Gemeinschaftsmarke
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Zeitschrift

HABM	Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt
HS	Halbsatz
i.d.R.	in der Regel
i.H.v.	in Höhe von
IP	Intellectual Property
IR-Marke	Internationalen Registermarke
i.S.v.	im Sinne von
i.V.m.	in Verbindung mit
lit.	litera
MarkenG	Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen, Markengesetz
MarkenRL	Erste Richtlinie des Rates zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über Marken (89/104/EWG), Marken-Richtlinie
MarkenV	Verordnung zur Ausführung des Markengesetzes, Markenverordnung
MMA	Madrider Markenabkommen
OGH	Oberster Gerichtshof
PMMA	Protokoll zum Madrider Markenabkommen
PVÜ	Pariser Verbandsübereinkunft
Rn.	Randnummer
TRIPS	Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums
URL	Uniform Resource Locator
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis
WTO	Welthandelsorganisation