

Inhaltsübersicht

Vorwort zur 6. Auflage	V
Benutzungshinweise	VII
Abkürzungen und Literatur	XXV
Internet-Links	XXXI

Erster Teil Grundlagen	1
§ 1 Überblick über das Kennzeichenrecht	1

Zweiter Teil Marken	27
---	----

Erstes Kapitel Erwerb und Erhalt des Markenschutzes	27
---	----

§ 2 Markenfähigkeit und verschiedene Arten von Marken	27
§ 3 Inhaberschaft	39
§ 4 Absolute Eintragungshindernisse	42
§ 5 Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen	216
§ 6 Markenschutz ohne Eintragung	225
§ 7 Priorität und Seniorität	230
§ 8 Benutzungszwang	236
§ 9 Schutzdauer und Verlängerung	288

Zweites Kapitel Reichweite des Markenschutzes	293
---	-----

§ 10 Grundlagen	293
§ 11 Identität von Marke und Produkt	334
§ 12 Verwechslungsgefahr	339
§ 13 Schutz der bekannten Marke	528
§ 14 Verjährung, Verwirkung, Koexistenz	555
§ 15 Beschränkung der Wirkungen der Marke	567
§ 16 Erschöpfung	582

Dritter Teil Geschäftliche Bezeichnungen	611
--	-----

Erstes Kapitel Unternehmenskennzeichen	611
--	-----

§ 17 Begründung und Untergang des Rechts am Unternehmenskennzeichen	611
§ 18 Reichweite des Schutzes	624

Zweites Kapitel Titel	634
---	-----

§ 19 Begründung und Untergang des Titelrechts	634
§ 20 Reichweite des Schutzes	643

Vierter Teil Namen, Domains, Geografische Herkunftsangaben ...	653
--	-----

§ 21 Namen	653
§ 22 Domains	661
§ 23 Geografische Herkunftsangaben	676

Fünfter Teil Kennzeichen im Rechtsverkehr	691
---	-----

§ 24 Marken im Rechtsverkehr	691
---------------------------------------	-----

§ 25	Geschäftliche Bezeichnungen im Rechtsverkehr	707
Sechster Teil Ergänzende außerkennzeichenrechtliche Ansprüche . . .		
§ 26	Ergänzende wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Ansprüche aus unerlaubter Handlung	711
Siebenter Teil Rechtsfolgen der Verletzung und Überblick über die Verfahrensarten		
§ 27	Rechtsfolgen der Kennzeichenverletzung	727
§ 28	Verfahren beim EUIPO	786
§ 29	Verfahren beim DPMA	846
§ 30	Verfahren der internationalen Registrierung bei der WIPO	867
§ 31	Gerichtliche Verfahren	870
Achter Teil Kennzeichenpraxis		
§ 32	Kennzeichenkonzeption, -strategie und -bewertung	897
§ 33	Checkliste Kennzeichenpraxis	908
§ 34	Checkliste Verwechslungsgefahr	913
§ 35	Checkliste Verfügungsverfahren	915
§ 36	Checkliste Grenzbeschlagnahme	917
Entscheidungsregister		921
Stichwortverzeichnis		1027

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 6. Auflage	V
Benutzungshinweise	VII
Abkürzungen und Literatur	XXV
Internet-Links	XXXI
Gerichte	XXXI
Entscheidungen	XXXI
Ämter	XXXI
Formulare	XXXI
Markenrecherche	XXXI
Vorschriften	XXXII
Erster Teil Grundlagen	1
§ 1 Überblick über das Kennzeichenrecht	1
I. Begriff des Kennzeichenrechts	1
II. Bedeutung von Kennzeichenrechten	1
III. Arten von Kennzeichen	4
1. Marken	4
a) Arten von Marken	5
b) Markenfähigkeit, absolute und relative Schutzhindernisse	6
c) Das Leben der Marke	7
2. Unternehmensbezeichnungen	9
3. Werktitel	9
4. Namensrechte	9
5. Geografische Herkunftsangaben	10
6. Sonstige Kennzeichen	10
IV. Prioritätsprinzip und Territorialitätsprinzip	11
V. Rechtsgrundlagen	12
1. Staatsverträge	13
2. Europarechtliche Vorschriften	14
3. Nationale Vorschriften	15
VI. Ämter und Gerichte	16
VII. Bedeutung des EuGH	17
VIII. Souveränität der Markensysteme und Rechtskraft	20
IX. Schrifttum und elektronische Hilfsmittel	23
Zweiter Teil Marken	27
Erstes Kapitel Erwerb und Erhalt des Markenschutzes	27
§ 2 Markenfähigkeit und verschiedene Arten von Marken	27
I. Begriff, Rechtsgrundlagen, Voraussetzungen und Markenformen	27
II. Zeichen	29
III. Klar und eindeutig bestimmbare Darstellbarkeit	30

IV. Unterscheidungsseignung	34
V. Kollektivmarken, Gewährleistungs- und Garantimarken	35
§ 3 Inhaberschaft	39
I. Grundsätze	39
II. Besonderheiten bei Unionsmarken und internationalen Registrierungen	40
III. Kollektivmarken	40
§ 4 Absolute Eintragungshindernisse	42
I. Überblick über die absoluten Eintragungshindernisse	42
II. Abgrenzung zu relativen Eintragungshindernissen	45
III. Gemeinsame Grundsätze absoluter Eintragungshindernisse	46
1. Produktbezug des Markenrechts	46
a) Grundsätze	46
b) Selbständige Würdigung der Produkte im Verfahren	47
c) Problematik pauschaler Oberbegriffe	50
d) Keine Bedeutung salvatorischer Einschränkungsversuche pauschaler Begriffe	52
2. Verkehrsverständnis im Markenrecht	53
a) Grundsätze	53
b) Geteiltes Verkehrsverständnis	65
c) Europäischer Verbraucher und die Bedeutung von Entscheidungen der mitgliedstaatlichen Gerichte und des EUIPO	68
3. Wahrnehmungsrichtungen des Verkehrs	70
4. Gesamteindruck und Marke als solche als Ausgangspunkt der Würdigung	71
5. Maßgeblicher Zeitpunkt der Prüfung	76
6. Allgemeininteresse als Grundlage absoluter Eintragungshindernisse	78
7. Prüfungsumfang und Prüfungsmaßstab im Eintragungsverfahren	79
IV. Unterscheidungskraft, beschreibende Angaben, übliche Bezeichnung	82
1. Merkmalsbeschreibende Angaben	83
a) Gesetzliche Grundlagen und Allgemeininteresse	83
b) Erforderlicher Grad der Abweichung vom Üblichen, insbesondere Abkürzungen	85
c) Erfordernis einer gewissen Unmittelbarkeit der Beschreibung	87
d) Mehrdeutige und unscharfe Zeichen	91
e) Bedeutung künftiger Verwendungsmöglichkeiten	95
f) Bedeutungslosigkeit der Verbraucherrelevanz des beschriebenen Merkmals	98
g) Bedeutungslosigkeit von Synonymen und des Fehlens von Konkurrenten	98

h)	Besonderheiten bei geografischen Angaben und sonstigen Angaben zu Produktions- oder Vertriebsstätte	99
i)	(Keine) Besonderheiten bei dreidimensionalen Marken oder Bildmarken.	101
2.	Übliche Bezeichnungen	102
a)	Voraussetzungen des Eintragungshindernisses	102
b)	Besonderheiten im Verfallsverfahren	105
3.	Sonstiges Fehlen der Unterscheidungskraft.	106
a)	Gesetzliche Grundlagen	106
b)	Herkunftsfunktion	107
c)	Allgemeininteresse	108
d)	Verhältnis zur abstrakten Unterscheidungseignung im Rahmen der allgemeinen Markenfähigkeit	109
e)	Bedeutung der konkreten Benutzung der Marke und des Kennzeichenumfelds.	110
f)	Für die Unterscheidungskraft erforderlicher Grad der Abweichung vom Branchenüblichen	113
g)	Mittelbare Differenzierung der einzelnen Kategorien von Marken aufgrund unterschiedlichen Verkehrsverständnisses	117
h)	Wortmarken.	120
(1)	Ansatz von EuGH und EuG	120
(2)	Ansatz des BGH	121
(3)	Vage und mehrdeutige Bezeichnungen	123
i)	Slogans, Werbeschlagworte und andere Wortfolgen.	125
(1)	Vorgaben des EuGH	125
(2)	Linie des EuG	127
(3)	Linie des BGH.	129
j)	Personennamen.	131
k)	Wort-/Bildmarken und Bildmarken	132
l)	Abstrakte Farbmarken	141
m)	Formmarken.	143
(1)	Ansatz von EuGH und EuG	143
(2)	Ansatz des BGH	153
(3)	Verpackungsformen	157
n)	Positionsmarken	159
o)	Hörmarken.	161
4.	Erwerb von Unterscheidungskraft infolge Benutzung.	161
a)	Grundsätze.	161
b)	Feststellung erworbener Unterscheidungskraft im Verfahren	169
V.	Form der Ware oder anderes charakteristisches Merkmal	175
1.	Form oder anderes charakteristisches Merkmal durch Art der Ware bedingt.	178
2.	Form oder anderes charakteristisches Merkmal technisch bedingt	180
3.	Form oder anderes charakteristisches Merkmal wertverleihend	187
VI.	Bösgläubige Marken Anmeldung.	189

1. Einsatz der Marke gegen inländische Benutzungshandlungen, insbesondere gegen Vorbenutzung durch einen Dritten	193
2. Einsatz der Marke zur Marktabschottung gegenüber dem Ausland	199
3. Markenmeldung zu Spekulationszwecken	202
VII. Sonstige Eintragungshindernisse	204
1. Täuschungseignung	204
2. Öffentliche Ordnung	206
3. Verstoß gegen die guten Sitten	207
4. Hoheitszeichen und Ähnliches	209
5. Öffentliches Interesse	211
6. Geografische Angaben	212
7. Traditionelle Lebensmittelbezeichnungen und Sortenschutzbezeichnungen	213
VIII. Telle-quelle-Schutz gemäß Art. 6 ^{quinquies} PVÜ	213
§ 5 Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen	216
I. Abfassung des Verzeichnisses	216
II. Auslegung des Verzeichnisses	221
III. Nachträgliche Änderung des Verzeichnisses	223
IV. Teilung der Marke	224
§ 6 Markenschutz ohne Eintragung	225
I. Überblick	225
II. Markenschutz durch Verkehrsgeltung	226
III. Markenschutz durch notorische Bekanntheit	228
§ 7 Priorität und Seniorität	230
I. Priorität	230
II. Seniorität	232
§ 8 Benutzungszwang	236
I. Grundsätze	236
II. Art und Umfang der Benutzung	237
1. Grundsätze	237
2. Einzelheiten zur Art der Benutzung	240
3. Einzelheiten zum Umfang der Benutzung	246
4. Wechselbeziehung von Art, Umfang und Dauer der Benutzung	248
III. Ort der Benutzung	249
IV. Benutzung durch Dritte	251
V. Abweichungen von Marke und benutzter Form	252
1. Grundlagen	252
2. Praxis des EuG	254
3. Praxis des BGH	261
VI. Benutzung nur für ein Produktsegment	267
VII. Berechtigter Grund für die Nichtbenutzung	272
VIII. Zeitraum der Benutzung und Benutzungsschonfrist	274
1. Grundsätze der Benutzungsschonfrist	274

2. Berechnung der Frist in den einzelnen Verfahren	277
IX. Verfahren	279
X. Nachweis und Glaubhaftmachung	281
1. Verfahren vor dem EUIPO	283
2. Verfahren in Deutschland	287
§ 9 Schutzdauer und Verlängerung	288
I. Gemeinsame Grundsätze	288
II. Schutzdauer und Verlängerung der Unionsmarke	288
III. Schutzdauer und Verlängerung der deutschen Marke	289
IV. Schutzdauer und Verlängerung der internationalen Registrierung	291
Zweites Kapitel Reichweite des Markenschutzes.	293
§ 10 Grundlagen	293
I. Die drei Verletzungstatbestände	293
II. Grundsatz der Bindung des Verletzungsrichters an die eingetragene Marke	294
III. Vorbemerkung: Unterschiede zwischen Widerspruchs- und Verletzungsverfahren	297
IV. Benutzungshandlungen	298
1. Grundsätze	298
2. Insbesondere: Wiederbefüllung gekennzeichneter Behältnisse	300
3. Insbesondere: Besitz von Ware zum Zwecke des Angebots	300
4. Insbesondere: Einfuhr, Ausfuhr und Durchfuhr	301
5. Sachverhalte mit Auslandsbezug	303
6. Erfordernis der Benutzung in der eigenen kommerziellen Kommunikation	305
V. Geschäftlicher Verkehr	307
VI. Keine Zustimmung	309
VII. Funktionswidrigkeit der Benutzung	310
1. Grundsätze	310
2. Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion	312
a) Grundsätze	312
b) Beschreibende Zeichen	314
c) Bestellzeichen	316
d) Herkunftsfunktion bei neuen Markenformen	318
e) Gütezeichen und Testsiegel	322
f) Benutzung als Unternehmenskennzeichen	322
g) Benutzung als Werktitel	326
h) Nutzung als Domain	326
i) Metatags	326
j) AdWords	327
k) Treffer plattforminterner Suchmaschinen	330
l) Koexistenz	331
3. Beeinträchtigung anderer Markenfunktionen	331
a) Werbefunktion	332
b) Investitionsfunktion	333

§ 11 Identität von Marke und Produkt	334
I. Zeichenidentität	334
II. Produktidentität	337
§ 12 Verwechslungsgefahr	339
I. Grundsätze	339
1. Tatbestandsvoraussetzungen	339
2. Unterfälle der Verwechslungsgefahr und Terminologie der Gerichte	346
3. Verkehrsverständnis in der Zeichenkollision.	350
II. Kennzeichnungskraft	356
1. Grundsätze	356
2. Maßgeblicher Zeitpunkt der Beurteilung	360
3. Durchschnittliche Kennzeichnungskraft als Ausgangspunkt der Beurteilung	362
4. Kennzeichnungskraft mindernde Umstände	364
5. Kennzeichnungskraft erhöhende Umstände	368
III. Zeichenähnlichkeit	371
1. Überblick	371
a) Grundzüge	371
b) Prüfungsreihenfolge und Systematisierung nach »Variation« und »Kombination«.	372
2. Wahrnehmungsrichtungen – insbesondere Fallgruppe »Variation«	374
a) Überblick.	374
b) Klangliche Ähnlichkeit	375
(1) Ausspracheregeln	375
(2) Anlehnung an beschreibende Angaben	378
(3) Position von Übereinstimmungen der Zeichen und die Bedeutung des Zeichenbeginns	379
(4) Vokal- und Konsonantenähnlichkeiten	385
(5) Betonung, Silbenzahl und -struktur.	387
c) Bildliche Ähnlichkeit	390
(1) Wortmarke gegen Wortmarke.	391
(2) Wort-/Bildmarke gegen Wortmarke	394
(3) Wort-/Bildmarke gegen Wort-/Bildmarke.	400
(4) Bildmarken.	408
(5) Farbmarken	416
(6) Formmarken.	417
d) Begriffliche Ähnlichkeit	419
e) Gewichtung der einzelnen Wahrnehmungsrichtungen	425
f) Wechselseitiges Neutralisieren von Ähnlichkeiten	427
3. Gesamteindruck.	433
a) Grundsätze.	433
b) Herangehensweise von EuG und BGH.	435
4. Unterscheidungskräfte und dominierende Zeichenelemente	439
a) Grundsätze.	439
b) Prüfungsreihenfolge	445

c)	Erster Schritt: Ermittlung der Eigenschaften von Zeichenelementen	446
(1)	Fantasiebezeichnung	447
(2)	Schutzunfähige, insbesondere beschreibende Bestandteile	449
(3)	Bestandteile mit allgemeiner oder anpreisender Bedeutung und unauffällige Bestandteile	452
(4)	An schutzunfähige Zeichen angelehnte Bestandteile	456
(5)	Bildelemente	458
(6)	Formmarken	471
(7)	Intensive Benutzung eines Zeichenelements	474
d)	Zweiter Schritt: Ermittlung des relativen Gewichts von Zeichenelementen	475
(1)	Ausnahme: Prägung durch schutzunfähige oder schwache Bestandteile?	476
(2)	Bedeutung der Position des Zeichenelements	483
(3)	Namen	484
e)	Spezialfall: Übernahme eines Teils der Bestandteile unter Hinzufügen neuer Bestandteile	487
5.	Selbständig kennzeichnende Stellung eines Elements	487
a)	Selbständig kennzeichnende Stellung neben bekannter Marke oder Unternehmensbezeichnung	489
b)	Selbständig kennzeichnende Stellung bei Zweitmarken	491
c)	Übernahme von Stammbestandteilen von Zeichenserien	497
d)	Übernahme von Unternehmenskennzeichen	501
e)	Sonderfall: Selbständig kennzeichnender Bestandteil trotz schwacher Kennzeichnungskraft	502
f)	Sonderfall: Selbständig kennzeichnender Bestandteil ist variiert	502
g)	Sonderfall: Umkehrung der Prioritätslage	503
IV.	Produktähnlichkeit	505
1.	Grundsätze	505
2.	Einzelfälle	513
V.	Wechselbeziehung	522
§ 13	Schutz der bekannten Marke	528
I.	Begriff der »bekannten Marke«	529
II.	Zeichenähnlichkeit	534
III.	Spezifische Schutzvoraussetzungen	541
1.	Handeln ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise	543
2.	Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft	545
3.	Beeinträchtigung der Wertschätzung	548
4.	Ausnutzung der Unterscheidungskraft oder der Wertschätzung	549
§ 14	Verjährung, Verwirkung, Koexistenz	555
I.	Verjährung	555
II.	Verwirkung und Duldung	556
1.	Duldungstatbestand von MRR und UMV	556

2. Weitergehender nationaler Verwirkungstatbestand	558
3. Kritik des nationalen Sonderwegs	561
III. Koexistenz	562
§ 15 Beschränkung der Wirkungen der Marke	567
I. Überblick	567
II. Gebrauch von Name und Anschrift	569
III. Merkmalsangaben	571
IV. Bestimmungsangaben	574
V. Anständige Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel	576
§ 16 Erschöpfung	582
I. Begriff und Bedeutung	582
II. Voraussetzungen der Erschöpfung (Abs. 1)	583
1. Begriff des Inverkehrbringens	583
2. Inverkehrbringen im EWR	585
3. Ware des Rechtsinhabers oder einer wirtschaftlich verbundenen Person	586
4. Zustimmung des Rechtsinhabers	586
5. Beweislast	588
III. Wirkung der Erschöpfung	589
IV. Ausnahmen von der Erschöpfung (Abs. 2)	591
1. Veränderung oder Verschlechterung des Originalzustands der Ware	592
2. Vertriebsmodalitäten	593
3. Entfernung der Marke	596
4. Entfernung von Kontroll- oder Identifikationsnummern	596
5. Umverpacken und Neuetikettierung	598
a) Insbesondere: Künstliche Abschottung der Märkte und Erforderlichkeit des Umverpackens	600
b) Insbesondere: Beeinträchtigung des Originalzustands der Ware und Qualität der Umverpackung	603
c) Insbesondere: Unterrichts- und Lieferungspflicht	606
d) Insbesondere: Angabe des Umverpackers	607
6. Änderung der Kennzeichnung	608
Dritter Teil Geschäftliche Bezeichnungen	611
Erstes Kapitel Unternehmenskennzeichen	611
§ 17 Begründung und Untergang des Rechts am Unternehmenskennzeichen	611
I. Überblick	611
II. Rechtsbegründung	612
1. Aufnahme der befugten Benutzung eines Unternehmenskennzeichens	613
2. Namensmäßige Unterscheidungskraft	615
3. Besondere Geschäftsbezeichnungen, insbesondere Etablissementbezeichnungen	617
4. Verkehrsdurchsetzung	618

5. Eigenständiger Schutz von Zeichenbestandteilen	618
III. Räumlicher Schutzbereich.	620
IV. Untergang des Rechts.	622
§ 18 Reichweite des Schutzes.	624
I. Überblick	624
II. Rechtsverletzende Benutzung im geschäftlichen Verkehr.	624
III. Verwechslungsgefahr	625
1. Kennzeichnungskraft.	626
2. Zeichenähnlichkeit.	627
3. Branchenähnlichkeit	628
4. Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne.	630
IV. Erweiterter Schutz bekannter Unternehmenskennzeichen	631
V. Schranken.	631
Zweites Kapitel Titel.	634
§ 19 Begründung und Untergang des Titelrechts	634
I. Überblick	634
II. Rechtsbegründung	635
III. Zeitrang des Titelrechts und seine Vorverlagerung durch Titel- schutzanzeige.	638
IV. Inhaberschaft	640
V. Untergang des Titelschutzes	641
§ 20 Reichweite des Schutzes.	643
I. Grundsätze.	643
II. Verwechslungsgefahr	644
1. Kennzeichnungskraft.	645
2. Zeichenähnlichkeit.	645
3. Werknähe	647
4. Titelrechtlicher Schutz gegen Marken und Unternehmens- kennzeichen als Ausnahme	648
III. Erweiterter Schutz bekannter Titel	650
IV. Einreden, Einwendungen und Rechtsfolgen	651
Vierter Teil Namen, Domains, Geografische Herkunftsangaben	653
§ 21 Namen	653
I. Überblick und Anwendungsbereich	653
II. Rechtsbegründung, -einräumung, und -beendigung.	655
III. Reichweite des Schutzes	656
1. Namensleugnung.	656
2. Namensanmaßung.	657
3. Namensgebrauch zu Werbezwecken	659
§ 22 Domains	661
I. Überblick.	661
II. Ansprüche gegen Top-Level-Domains »eu«.	662
III. Ansprüche gegen Top-Level-Domains »de«.	664

1. Kennzeichenrechtliche Ansprüche	665
2. Namensrechtliche Ansprüche.	666
3. Ausnahmekonstellationen beiderseitiger Berechtigung	669
a) Regelfall: kein Anspruch bei beiderseitiger Berechtigung . . .	670
b) Ausnahmsweise: Pflicht zur Rücksichtnahme	671
c) Ganz ausnahmsweise: Löschungsanspruch	672
4. Ansprüche bei bloßer Registrierung.	673
5. Angriffe auf E-Mail-Adressen	674
IV. Ansprüche gegen andere Top-Level-Domains	674
§ 23 Geografische Herkunftsangaben.	676
I. Überblick.	676
II. Schutz von Bezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel nach der Verordnung (EU) 1151/2012	678
1. Anwendungsbereich.	678
2. Eintragungsverfahren.	679
3. Schutzzumfang	681
III. Einfache geografische Herkunftsangaben.	685
IV. Qualifizierte geografische Herkunftsangaben.	688
V. Geografische Herkunftsangaben mit besonderem Ruf	689
Fünfter Teil Kennzeichen im Rechtsverkehr	691
§ 24 Marken im Rechtsverkehr	691
I. Übertragung.	691
1. Grundzüge	691
2. Eintragung des Inhaberwechsels.	692
3. Bedeutung der Eintragung des Inhaberwechsels im Register. . .	693
4. Prozessführung	694
5. Besonderheiten bei Verwertungsgesellschaften	695
6. Besonderheiten bei der Übertragung von Namensmarken	695
II. Lizenz	696
1. Grundsätze	696
2. Inhaltliche Beschränkungen der Lizenz	699
3. Prozessführung	701
4. Sukzessionsschutz	702
III. Gestattung	703
IV. Abgrenzungs- und Vorrechtsvereinbarung	704
V. Zwangsvollstreckung und Insolvenz	706
VI. Markenmeldungen vor Eintragung und Benutzungsmarken	706
§ 25 Geschäftliche Bezeichnungen im Rechtsverkehr	707
I. Unternehmenskennzeichen	707
1. Übertragung	707
2. Lizenz und Gestattung	708
II. Titel	709

Sechster Teil Ergänzende außerkennzeichenrechtliche Ansprüche. . . .	711
§ 26 Ergänzende wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Ansprüche aus unerlaubter Handlung	711
I. Wettbewerbsrechtlicher Schutz der bekannten Marke	714
II. Gezielte Behinderung	715
III. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	717
IV. Irreführungsverbot	721
V. Vergleichende Werbung	723
Siebenter Teil Rechtsfolgen der Verletzung und Überblick über die Verfahrensarten	727
§ 27 Rechtsfolgen der Kennzeichenverletzung	727
I. Unterlassungsanspruch	729
1. Wiederholungsgefahr	731
2. Erstbegehungsgefahr	734
3. Antragsfassung	736
4. Haftung, insbesondere Haftung der Mittelsperson und sogenannte Störerhaftung	741
5. Pflicht zur Störungsbeseitigung und Rückrufanspruch als Teil des Unterlassungsanspruchs	749
II. Löschungsanspruch und Nichtigkeitsanspruch	751
III. Anspruch auf Rücknahme einer Markenmeldung	754
IV. Schadensersatzanspruch	754
1. Voraussetzungen	754
2. Dreifache Schadensberechnung	759
V. Bereicherungsanspruch	764
VI. Auskunftsanspruch	765
1. Auskunftsanspruch nach § 242 BGB zur Vorbereitung von Schadensersatzansprüchen	766
2. Auskunftsanspruch nach § 19 MarkenG über Herkunft und Vertriebsweg der Produkte	767
3. Auskunftsanspruch als Minus des Besichtigungsanspruchs	772
4. Antragsfassung	772
VII. Vorlage- und Besichtigungsanspruch	773
VIII. Vorlageanspruch zur Sicherung von Schadensersatzansprüchen	774
IX. Zurückbehaltungsanspruch an widerrechtlich gekennzeichnete Ware	775
X. Vernichtungs- und Rückrufanspruch	775
XI. Anspruch auf Urteilsveröffentlichung	777
XII. Übertragungsanspruch	778
XIII. Anspruch auf Hinweis in Nachschlagewerken	780
XIV. Strafrecht und Bußgeldvorschriften	780
XV. Grenzbeschlagnahme	781
1. Voraussetzungen und Unterschiede der europäischen und nationalen Regelungen	782
2. Antragsverfahren	783
3. Grenzbeschlagnahmeverfahren	784

§ 28 Verfahren beim EUIPO	786
I. Eintragungsverfahren Unionsmarke	787
II. Widerspruchsverfahren gegen Unionsmarke oder internationale Registrierung mit Schutz für die EU	790
1. Mögliche Widerspruchsgründe	791
a) Grundsätze	791
b) Widerspruch aus sonstigen Rechten gemäß Art. 8 IV UMV	792
c) Sprachenregelung	796
2. Zulässigkeit und Begründetheit	797
3. Verfahrensverlauf	800
III. Verfalls- und Nichtigkeitsverfahren Unionsmarke oder internati- onale Registrierung mit Schutz für die EU	805
IV. Teilungs- und Umwandlungsverfahren	808
V. Allgemeine Verfahrensgrundsätze	809
1. Fristenregelung, Wiedereinsetzung in den vorigen Stand und Weiterbehandlung	810
2. Widerruf	813
3. Begründungspflicht	814
4. Sonstige Grundsätze	816
5. Aussetzung und Unterbrechung des Verfahrens	820
VI. Rechtsmittel	821
1. Beschwerde	821
2. Klage zum EuG	827
3. Rechtsmittel zum EuGH	837
§ 29 Verfahren beim DPMA	846
I. Allgemeine Grundsätze	846
II. Eintragungsverfahren nationale Marke	848
III. Widerspruchsverfahren gegen nationale Marke oder internatio- nale Registrierung mit Schutz für Deutschland	850
IV. Verzicht	853
V. Amtliche Verfalls- und Nichtigkeitsverfahren gegen nationale Marken oder internationale Registrierungen mit Schutz für Deutschland	853
1. Aktuelle, neue Regelung	854
2. Regelung bis zum 30.4.2020	857
VI. Rechtsmittel	858
1. Erinnerung	858
2. Beschwerde	858
3. Rechtsbeschwerde	860
§ 30 Verfahren der internationalen Registrierung bei der WIPO	867
I. Überblick	867
II. Internationale Registrierung und nachträgliche Schutzerstreckung	868
§ 31 Gerichtliche Verfahren	870
I. Vorprozessuale Strategie	871
II. Verfahren vor den ordentlichen Gerichten	876

1. Gerichtliche Zuständigkeit	876
2. Aussetzung des Verfahrens	880
3. Gegenstandswert und Kosten	882
4. Streitgegenstand	885
III. Andere Hauptsacheverfahren	889
IV. Einstweiliger Rechtsschutz	890
Achter Teil Kennzeichenpraxis	897
§ 32 Kennzeichenkonzeption, -strategie und -bewertung	897
I. Kennzeichenkonzeption	897
II. Recherche- und Überwachungsstrategien	898
1. Recherche	898
2. Überwachung	899
III. Anmeldestrategie	900
1. Wer meldet an?	900
2. Wo und wie wird angemeldet?	900
3. Welche Marke wird angemeldet?	901
4. Für welche Produkte wird angemeldet?	902
5. Ist es besser, ganz auf eine Anmeldung zu verzichten?	903
IV. Internationale Strategien	903
V. Markenführung und Vermarktungsstrategien	905
VI. Kennzeichenbewertung	906
§ 33 Checkliste Kennzeichenpraxis	908
A. Recherche	908
B. Marken Anmeldung	909
C. Markenverwaltung	910
D. Angriff	911
E. Verteidigung	912
§ 34 Checkliste Verwechslungsgefahr	913
A. Voraussetzungen Verwechslungsgefahr	913
B. Bestimmung Zeichenähnlichkeit	913
§ 35 Checkliste Verfügungsverfahren	915
A. Vorfeld des Verfügungsverfahrens	915
B. Vorbereitung des Antrags durch den Antragsteller	915
C. Nach Erlass der Verfügung	915
§ 36 Checkliste Grenzbeschlagnahme	917
A. Die Grenzbeschlagnahme nach der Verordnung (EU) Nr. 608/2013	917
B. Die Grenzbeschlagnahme nach den §§ 146 ff. MarkenG	918
Entscheidungsregister	921
Stichwortverzeichnis	1027