

## Inhaltsübersicht

Vorwort . . . . .	V
Vorwort zur 4. Auflage . . . . .	VII
Abkürzungen . . . . .	LXXIII
Literatur . . . . .	.LXXVII
§ 1 Die Entwicklung des Schutzes der Unternehmenskennzeichen. . . . .	1
A. Einführung . . . . .	2
B. Partikularrecht im Deutschen Bund, ADHGB und Markenschutzgesetz von 1874 . . . . .	3
I. Partikularrecht . . . . .	3
II. Das Allgemeine Deutsche Handelsgesetzbuch vom 31. Mai 1861. . . . .	3
III. Das Reichsgesetz über Markenschutz vom 30. November 1874 . . . . .	5
C. Die Gesetze gegen den unlauteren Wettbewerb von 1896 und 1909 . . . . .	9
I. Das Reichsgesetz zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs vom 27. Mai 1896 . . . . .	9
II. Das Reichsgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 7. Juli 1909. . . . .	11
D. Die Markenrichtlinie und das Markengesetz. . . . .	14
I. Die Markenrichtlinie vom 21. Dezember 1988 und ihre Neufassung vom 16. Dezember 2015 . . . . .	14
II. Die Gemeinschaftsmarkenverordnung vom 20. Dezember 1993 und die Unionsmarkenverordnung vom 16. Dezember 2015 . . . . .	14
III. Das Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen vom 25. Oktober 1994 und seine Modernisierung. . . . .	15
§ 2 Überblick über die verschiedenen Unternehmenskennzeichen und ihre Funktionen . . . . .	23
A. Die Systematik des § 5 MarkenG. . . . .	25
I. Der Schutz der Unternehmenskennzeichen gemäß § 5 Abs. 2 MarkenG . . . . .	25
B. Funktionen und Rechtsnatur der Unternehmenskennzeichen . . . . .	36
I. Die Funktionen der Unternehmenskennzeichen . . . . .	36
II. Die Rechtsnatur der Unternehmenskennzeichen. . . . .	57
III. Vor- und Nachteile von Unternehmenskennzeichen verglichen mit eingetragenen Marken. . . . .	59
C. Schutz ausländischer Unternehmenskennzeichen . . . . .	61
I. Allgemeines . . . . .	61
II. Handelsname und Territorialitätsprinzip. . . . .	61
III. Gebot eines Schutzes im Inland gemäß Art. 8 PVÜ . . . . .	62
§ 3 Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion. . . . .	67
A. Überblick . . . . .	68
B. Die Bezeichnungen des Unternehmensinhabers. . . . .	69
I. Der Name gemäß § 5 Abs. 2 Satz 1 Alt. 1 MarkenG. . . . .	69
II. Die Firma gemäß § 5 Abs. 2 Satz 1 Alt. 2 MarkenG . . . . .	82
III. Der Schutz des schlagwortartigen Namens- und Firmenbestandteils . . . . .	93
C. Die besondere Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs oder eines Unternehmens . . . . .	119
I. Das gesetzgeberische Konzept . . . . .	119
II. Die besondere Geschäftsbezeichnung als Wortzeichen . . . . .	122
III. Die besondere Geschäftsbezeichnung als Objektbezeichnung. . . . .	122
IV. Typische Beispiele für besondere Geschäftsbezeichnungen . . . . .	130
V. Weitere Typen besonderer Geschäftsbezeichnungen. . . . .	133

## Inhaltsübersicht

---

§ 4	Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	152
A.	Begriff und gesetzgeberische Konzeption . . . . .	153
I.	Systematik . . . . .	153
II.	Praktische Bedeutung . . . . .	155
III.	Rechtsentwicklung . . . . .	155
IV.	Verhältnis zur Benutzungsmarke gemäß § 4 Nr. 2 MarkenG . . . . .	159
V.	Erfordernis der Bestimmtheit . . . . .	160
VI.	Kein Erfordernis graphischer Darstellbarkeit . . . . .	161
VII.	Kein Erfordernis einer Neuheit oder Eigenart . . . . .	161
B.	Vom Schutz ausgeschlossene Zeichen . . . . .	161
I.	Allgemeingut . . . . .	161
II.	Technisch bedingte Formen und Gestaltungen . . . . .	162
III.	Geschäftsideen . . . . .	163
IV.	Von konkurrierenden Unternehmen benutzte Verbandszeichen . . . . .	163
C.	Die Geschäftsabzeichen gemäß § 5 Abs. 2 Satz 2 Alt. 1 MarkenG . . . . .	164
D.	Sonstige betriebliche Unterscheidungszeichen gemäß § 5 Abs. 2 Satz 2 Alt. 2 MarkenG . . . . .	174
I.	Visuell wahrnehmbare Zeichen . . . . .	174
II.	Nicht visuell wirkende Zeichen . . . . .	180
§ 5	Die namensmäßige Unterscheidungskraft als Schutzvoraussetzung der Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion . . . . .	182
A.	Grundlagen . . . . .	183
I.	Die namensmäßige Unterscheidungskraft als ungeschriebene Schutzvoraussetzung . . . . .	183
II.	Erwerb der namensmäßige Unterscheidungskraft durch Verkehrsgeltung . . . . .	185
III.	Die namensmäßige Unterscheidungskraft als komplexer Rechtsbegriff . . . . .	186
IV.	Die namensmäßige Unterscheidungskraft im Verhältnis zur Unterscheidungskraft in § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG . . . . .	187
B.	Die vier Komponenten der namensmäßigen Unterscheidungskraft . . . . .	191
I.	Die Unterscheidungseignung (Unterscheidungskraft im engeren Sinne) . . . . .	191
II.	Das Freihaltebedürfnis . . . . .	193
III.	Die Sprachüblichkeit . . . . .	197
IV.	Die gerade namensmäßige Unterscheidungskraft . . . . .	198
C.	Die Beurteilung der namensmäßigen Unterscheidungskraft in der Praxis . . . . .	207
I.	Die Beurteilung der namensmäßigen Unterscheidungskraft als Aufgabe des Verle- tzungsrichters . . . . .	207
II.	Zusammenhang von Unterscheidungskraft und Geschäftsgegenstand . . . . .	212
III.	Grundsatz: Nur das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft hindert den Schutz . . . . .	213
IV.	Die Dichotomie von beschreibenden Angaben und Phantasiezeichen . . . . .	213
V.	Fallgruppen . . . . .	214
§ 6	Die Verkehrsgeltung . . . . .	280
A.	Begriff und Voraussetzungen der Verkehrsgeltung . . . . .	281
I.	Die Verkehrsgeltung als Voraussetzung für den Schutz als Unternehmenskennzei- chen . . . . .	281
II.	Die Verkehrsgeltung als traditioneller wettbewerbs- und zeichenrechtlicher Begriff . . . . .	283
III.	Das Verhältnis von Verkehrsgeltung und gesteigerter Kennzeichnungskraft . . . . .	285
IV.	Regional begrenzte Verkehrsgeltung . . . . .	286
V.	Verkehrsgeltung in einer Monopolsituation? . . . . .	287
VI.	Verkehrsgeltung von Zeichenbestandteilen und Teilen von Zeichenkombinationen . . . . .	289
VII.	Verkehrsgeltung bei modernisierten Zeichen . . . . .	289
VIII.	Verkehrsgeltung bei gemeinschaftlicher Zeichennutzung . . . . .	290
IX.	Das Verhältnis von Verkehrsgeltung und Verkehrsdurchsetzung eingetragener Mar- ken . . . . .	291

B.	Die Beurteilung der Verkehrsgeltung . . . . .	302
I.	Rechtsfrage . . . . .	302
II.	Maßgeblichkeit der Verkehrsauffassung . . . . .	302
III.	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	302
IV.	Maßgeblicher Zeitpunkt . . . . .	302
V.	Beurteilung der Verkehrsauffassung durch das Gericht . . . . .	302
C.	Konkretisierung der Anforderungen an die Verkehrsgeltung beim Unternehmenskennzeichen . . . . .	309
I.	Der Zuordnungsgrad als Kriterium der Verkehrsgeltung . . . . .	309
II.	Der für den »nicht unerheblichen Teil« zu fordernde funktionsspezifische Zuordnungsgrad . . . . .	310
§ 7	Die befugte Benutzung . . . . .	323
A.	Die befugte Benutzung als ungeschriebenes Tatbestandsmerkmal . . . . .	324
I.	Lücke im Gesetzestext . . . . .	324
II.	Ungeschriebenes Tatbestandsmerkmal . . . . .	325
III.	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	326
IV.	Maßgeblicher Zeitpunkt . . . . .	326
V.	Abgrenzung zu anderen Rechtsinstituten . . . . .	327
B.	Die Ausfüllung des ungeschriebenen Tatbestandsmerkmals der befugten Benutzung . . . . .	328
I.	Besonderheiten für Name und Firma . . . . .	328
II.	Allgemeine Regeln für alle Unternehmenskennzeichen . . . . .	353
§ 8	Die Schutzentstehung . . . . .	394
A.	Überblick . . . . .	395
I.	Entstehen des Unternehmenskennzeichens durch tatsächliche Handlungen . . . . .	395
B.	Benutzung als Unternehmenskennzeichen . . . . .	397
I.	Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion und Unterscheidungskraft von Haus aus . . . . .	397
II.	Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion, aber ohne namensmäßige Unterscheidungskraft von Haus aus . . . . .	405
III.	Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	406
C.	Benutzung im geschäftlichen Verkehr im Inland . . . . .	407
I.	Die Benutzung eines Kennzeichens im geschäftlichen Verkehr als gesetzliche Schutzvoraussetzung . . . . .	407
II.	Der Begriff des geschäftlichen Verkehrs . . . . .	408
III.	Abgrenzung von privaten Handlungen . . . . .	410
IV.	Abgrenzung von hoheitlichen Handlungen . . . . .	412
V.	Benutzung für einen konkreten Geschäftsgegenstand . . . . .	414
VI.	Außenwirkung . . . . .	414
VII.	Benutzungsaufnahme durch Unternehmensinhaber . . . . .	418
VIII.	Auf Kontinuität angelegte Benutzung . . . . .	420
IX.	Unabhängigkeit der Benutzungsaufnahme von einer Registereintragung . . . . .	425
X.	Benutzung im Inland . . . . .	428
D.	Benutzung im Zusammenhang mit einem lebenden Unternehmen . . . . .	438
I.	Das Vorhandensein eines Unternehmens als Schutzvoraussetzung . . . . .	438
II.	Der Begriff des Unternehmens . . . . .	441
III.	Die Anforderungen an die organisatorische Selbständigkeit eines selbständig bezeichnungsfähigen Unternehmensteils . . . . .	445

## Inhaltsübersicht

§ 9 Die Priorität . . . . .	453
A. Begriff und Bedeutung der Priorität . . . . .	453
I. Grundsatz des Vorrangs des älteren Rechts . . . . .	453
II. Deckung markenmäßiger Verwendung durch Priorität als Name, Firma und Firmenbestandteil . . . . .	456
III. Keine Deckung einer firmen- oder sonst unternehmenskennzeichenmäßiger Verwendung durch Priorität als Marke . . . . .	457
IV. Deckung einer Nutzung als Firmenkern durch Priorität als besondere Geschäftsbezeichnung . . . . .	458
B. Die Bestimmung des Prioritätszeitpunkts . . . . .	458
I. Maßgeblichkeit des Rechtserwerbs . . . . .	458
II. Priorität bezogen auf den räumlichen Schutzbereich . . . . .	462
III. Priorität und Prioritätsverschiebungen beim sachlichen Schutzgegenstand . . . . .	462
C. Priorität und Prioritätserhalt des schlagwortartigen Firmenbestandteils . . . . .	466
I. Priorität entspricht der Firma . . . . .	466
II. Prioritätserhalt bei Änderung der Firma unter Beibehaltung des schlagwortartigen Firmenbestandteils . . . . .	466
III. Aufgabe des Firmenbestandteils und Weiternutzung als besondere Geschäftsbezeichnung . . . . .	467
D. Kein Prioritätserhalt bei Aufgabe eines Unternehmenskennzeichens, Weiternutzung als Marke und Aufrücken zu Unternehmenskennzeichen . . . . .	468
E. Prioritätserhalt bei Übertragung des Unternehmenskennzeichens . . . . .	468
I. Grundsatz . . . . .	468
II. Übertragung des Unternehmenskennzeichens . . . . .	469
F. Prioritätserhalt bei Rechtsformwechsel . . . . .	469
G. Prioritätserhalt bei Aufspaltung und Abspaltung . . . . .	469
H. Die Berufung auf eigene Rechte zum Zwecke der Verteidigung im Zeichenkonflikt. . . . .	470
I. Einredeweise Geltendmachung . . . . .	470
II. Rechte, auf welche die Einrede gestützt werden kann . . . . .	471
I. Die Berufung auf die Priorität von Rechten Dritter . . . . .	472
I. Allgemeines . . . . .	472
II. Dogmatische Fundierung – §§ 1004 Abs. 2, 986 Abs. 1 BGB analog . . . . .	473
III. Reichweite . . . . .	474
§ 10 Das Schutzende . . . . .	476
A. Grundlagen . . . . .	476
B. Beendigung des Gebrauchs des Zeichens . . . . .	478
I. Endgültige Aufgabe . . . . .	478
II. Vorübergehende Nichtbenutzung . . . . .	485
III. Weiterbenutzung durch Repräsentanten . . . . .	486
C. Aufgabe des Unternehmens . . . . .	486
I. Endgültige Einstellung der geschäftlichen Tätigkeit . . . . .	486
II. Vorübergehende Unterbrechung der geschäftlichen Tätigkeit . . . . .	493
III. Wiederaufleben der ursprünglichen Priorität eines »berühmten« Unternehmenskennzeichens . . . . .	502
D. Trennung des Unternehmenskennzeichens vom Unternehmen . . . . .	503
E. Wegfall des Rechtsträgers . . . . .	504
I. Allgemeines . . . . .	504
II. Juristische Personen . . . . .	504
III. Personengesellschaften . . . . .	504
IV. Künstlerensembles . . . . .	505
V. Natürliche Personen . . . . .	505
F. Verlust der Benutzungsbefugnis . . . . .	506
G. Verlust der Unterscheidungskraft . . . . .	506
I. Allgemeines . . . . .	506
II. Einzelheiten . . . . .	507

H.	Verlust der Verkehrsgeltung . . . . .	512
I.	Grundsatz . . . . .	512
II.	Konstellationen des Verlusts der Verkehrsgeltung . . . . .	512
III.	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	514
IV.	Rechtsmißbräuchliche Berufung auf den Wegfall der Verkehrsgeltung . . . . .	514
§ 11	Das subjektive Recht gemäß § 15 Abs. 1 MarkenG, sein sachlicher Gegenstand und seine räumliche Reichweite . . . . .	515
A.	Absolutes Recht . . . . .	515
I.	Allgemeines . . . . .	515
II.	Negatives Verbotungsrecht . . . . .	516
III.	Strafrechtlich geschütztes Rechtsgut . . . . .	516
IV.	Relatives Schutzhindernis bzw. Löschungsgrund . . . . .	516
B.	Positives Benutzungsrecht? . . . . .	516
I.	Streitstand . . . . .	516
II.	Positives Benutzungsrecht für bürgerlichen Namen, Firma und Firmenbestandteil . . . . .	517
III.	Kein allgemeines positives Benutzungsrecht . . . . .	517
C.	Der sachliche Schutzgegenstand . . . . .	518
I.	Die Unterscheidung zwischen Schutzzumfang und Schutzgegenstand . . . . .	518
II.	Der Geschäftsgegenstand als sachlicher Schutzgegenstand . . . . .	518
D.	Der räumliche Schutzbereich . . . . .	520
I.	Grundlagen . . . . .	520
II.	Kennzeichen mit namensmäßiger Unterscheidungskraft von Haus aus . . . . .	521
III.	Nur kraft Verkehrsgeltung geschützte Unternehmenskennzeichen . . . . .	534
§ 12	Die allgemeinen Voraussetzungen der Verletzungstatbestände . . . . .	536
A.	Überblick . . . . .	537
B.	Benutzung im geschäftlichen Verkehr . . . . .	538
I.	Allgemeines . . . . .	538
II.	Fallgruppen . . . . .	540
C.	Die unbefugte Benutzung . . . . .	548
I.	Allgemeines . . . . .	548
II.	Abgrenzung zur Erschöpfung . . . . .	550
III.	Unbefugte Benutzung als Benutzung ohne erforderliche Zustimmung des Zeicheninhabers . . . . .	550
D.	Die kennzeichenmäßige Benutzung . . . . .	562
I.	Allgemeines . . . . .	562
II.	Die kennzeichenmäßige Benutzung als auf die Verwechslungsgefahr bezogener funktionaler Rechtsbegriff . . . . .	563
III.	Die kennzeichenmäßige Benutzung als auf den erweiterten Schutz bezogener funktionaler Rechtsbegriff . . . . .	566
IV.	Die kennzeichenmäßige Benutzung in der Praxis . . . . .	568
V.	Analoge Anwendung des § 15 Abs. 3 MarkenG bei fehlender kennzeichenmäßiger Benutzung? . . . . .	649
E.	Inlandsbezug . . . . .	649
I.	Erfordernis einer inländischen Benutzungshandlung . . . . .	649
II.	Grenzüberschreitende Sachverhalte, insbesondere im Internet . . . . .	655
§ 13	Der Schutz gegen Verwechslungsgefahr gemäß § 15 Abs. 2 MarkenG . . . . .	662
A.	Die Verwechslungsgefahr als zentraler Verletzungstatbestand . . . . .	665
I.	Struktur des Tatbestands . . . . .	665
II.	Verwechslungsgefahr als Beeinträchtigung der rechtlich geschützten Funktionen des Unternehmenskennzeichens . . . . .	666
III.	Begriff der Verwechslungsgefahr . . . . .	668
IV.	Die drei Erscheinungsformen der Verwechslungsgefahr . . . . .	670
V.	Der maßgebliche Zeitpunkt für das Auftreten von Verwechslungsgefahr . . . . .	688

## Inhaltsübersicht

---

B.	Das Verhältnis des Begriffs der Verwechslungsgefahr in § 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 MarkenG und § 15 Abs. 2 MarkenG . . . . .	690
I.	Begriffliche Kontinuität im Verhältnis zu § 16 UWG von 1909 . . . . .	690
II.	Unterschiede zur Handhabung der Verwechslungsgefahr in § 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 MarkenG . . . . .	690
C.	Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr. . . . .	697
I.	Die Verwechslungsgefahr als Rechtsfrage und ihre Beurteilung . . . . .	697
II.	Der maßgebliche Zeitpunkt für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr . . . . .	732
D.	Einzelheiten zur Beurteilung der Verwechslungsgefahr . . . . .	733
I.	Die Verwechslungsgefahr als bewegliches System komparativer Beurteilungssätze . . . . .	733
II.	Die Beurteilungskriterien des beweglichen Systems in ihrer Anwendung . . . . .	735
III.	Zum Kriterium der räumlichen Nähe . . . . .	960
IV.	Zur Bedeutung vergangener verwechslungsfähiger Zeichenbenutzungen. . . . .	961
V.	Indizien für das Bestehen von Verwechslungsgefahr ohne Aussagewert für das bewegliche System. . . . .	961
VI.	Gesamtabwägung . . . . .	964
§ 14	Der erweiterte Schutz bekannter Unternehmenskennzeichen gemäß § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	967
A.	Überblick . . . . .	969
B.	Die Entwicklung des ergänzenden Kennzeichenschutzes in Deutschland vor 1995 . . . . .	969
I.	Allgemeines . . . . .	969
II.	Das berühmte Kennzeichen und sein Schutz gegen »Verwässerung« . . . . .	970
III.	Das bekannte Kennzeichen und sein Schutz gegen Rufausbeutung und Rufschädigung . . . . .	973
C.	Der erweiterte Schutz bekannter Unternehmenskennzeichen gemäß § 15 Abs. 3 MarkenG. . . . .	975
I.	Gesetzgebungsziel und Verhältnis zu § 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 MarkenG . . . . .	975
II.	Die Bekanntheit – Aufgreifkriterium für den erweiterten Zeichenschutz . . . . .	980
III.	Identität bzw. Ähnlichkeit der Zeichen als Anknüpfungspunkt . . . . .	996
IV.	Die gedankliche Verknüpfung . . . . .	1001
V.	Die einzelnen Eingriffstatbestände. . . . .	1009
VI.	Das Tatbestandsmerkmal »ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise«. . . . .	1041
§ 15	Unternehmenskennzeichen im Rechtsverkehr – Inhaberschaft, Übertragung, Gestattung . . . . .	1058
A.	Inhaberschaft. . . . .	1059
I.	Grundsatz . . . . .	1059
II.	Unternehmenspacht. . . . .	1060
III.	Geschäftsraummiete. . . . .	1061
IV.	Auftreten von Personenmehrheiten in Kunst und Kultur . . . . .	1062
V.	Sonstige Personengesellschaften . . . . .	1063
VI.	Konzerne und Unternehmensgruppen . . . . .	1064
VII.	Lizenzbeziehungen. . . . .	1065
B.	Die Übertragung von Unternehmenskennzeichen . . . . .	1065
I.	Prioritätserhalt bei Übertragung . . . . .	1065
II.	Übertragung gemäß §§ 398, 413 BGB . . . . .	1066
III.	Die Übertragung von Unternehmenskennzeichen zusammen mit dem Unternehmen . . . . .	1068
C.	Die Verfügung von Todes wegen . . . . .	1090
D.	Die Bestellung von Sicherungsrechten. . . . .	1090
I.	Die Bestellung eines Pfandrechts . . . . .	1090
II.	Die Sicherungsabtretung. . . . .	1091
E.	Die Bestellung eines Nießbrauchs . . . . .	1091

F.	Die Pfändung . . . . .	1092
I.	Keine Pfändung der Firma . . . . .	1092
II.	Keine Pfändung der besonderen Geschäftsbezeichnung und des Unternehmenskennzeichens ohne Namensfunktion . . . . .	1092
G.	Gestattung der Nutzung eines Zeichens durch Dritte . . . . .	1092
I.	Begriffsklärung . . . . .	1092
II.	Voraussetzungen und Reichweite . . . . .	1094
§ 16	Konkurrenzen und verbleibender Anwendungsbereich von Normen außerhalb des MarkenG . . . . .	1118
A.	§ 12 BGB . . . . .	1119
I.	Allgemeines . . . . .	1119
II.	Die Anwendung von § 12 BGB zum Schutz von Unternehmenskennzeichen vor 1995 . . . . .	1119
III.	Heutige Rechtslage: Spezialität der §§ 5, 15 MarkenG im geschäftlichen Verkehr . . . . .	1123
B.	§ 823 Abs. 1 BGB . . . . .	1135
C.	§ 37 Abs. 2 HGB . . . . .	1135
I.	Zweck und Regelungsgehalt . . . . .	1135
II.	Voraussetzungen und Zielrichtung der Ansprüche aus § 37 Abs. 2 HGB . . . . .	1135
D.	UWG . . . . .	1139
I.	Verhältnis des MarkenG gegenüber dem Individualschutz des Zeicheninhabers durch das UWG . . . . .	1139
II.	Hervorrufen einer Verwechslungsgefahr bzw. Irreführung über Unternehmenszusammenhänge (§ 5 Abs. 1 und 2 Nr. 1 bzw. Abs. 3 Nr. 1 UWG) . . . . .	1146
III.	Irreführung über das Angebot von Markenware . . . . .	1146
§ 17	Die Schutzschranken des § 23 MarkenG . . . . .	1147
A.	Allgemeines . . . . .	1148
I.	Schutzschranken als Ausgleich von Individualinteresse und freiem Wettbewerb . . . . .	1148
II.	Zur Frage der richtlinienkonformen Interpretation . . . . .	1149
III.	Zur Rechtslage vor 1995 . . . . .	1151
IV.	Anwendungsbereich der Schutzschranken . . . . .	1152
B.	Das Recht der Gleichnamigen und Gleichgewichtslagen gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 1 MarkenG . . . . .	1155
I.	Grundlagen und Systematik . . . . .	1155
II.	Der Name i.S.d. § 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 1 MarkenG . . . . .	1163
III.	Namensführungsrecht einer Gesellschaft . . . . .	1168
IV.	Einrücken des Rechtsnachfolgers in das Namensführungsrecht . . . . .	1169
V.	Die im Recht der Gleichnamigen entwickelten Lösungsmodelle . . . . .	1170
VI.	Gleichgewichtslagen . . . . .	1183
VII.	Führung des Handelsnamens nach »Anheuser Busch« – ein wohlerworbenes Recht? . . . . .	1197
C.	Das Recht zur Nutzung der eigenen Anschrift gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 2 MarkenG . . . . .	1199
I.	Zum Begriff der Anschrift . . . . .	1199
II.	Zur Frage der Begrenzung auf die Anschrift natürlicher Personen . . . . .	1199
D.	Das Recht zur Benutzung nicht unterscheidungskräftiger oder beschreibender Angaben gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG . . . . .	1200
I.	Allgemeines . . . . .	1200
II.	Zeichen, denen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 23 Abs. 1 Nr. 2 Alt. 1 MarkenG) . . . . .	1201
III.	Beschreibende Angabe (§ 23 Abs. 1 Nr. 2 Alt. 2 MarkenG) . . . . .	1202
IV.	Schranken-Schranke (§ 23 Abs. 2 MarkenG) . . . . .	1211

## Inhaltsübersicht

---

E.	Referentielle Benutzung fremder Zeichen zu Zwecken der Identifizierung oder als Verweis auf Waren oder Dienstleistungen gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG . . . . .	1215
I.	Allgemeines . . . . .	1215
II.	Benutzung eines Unternehmenskennzeichens zum Zwecke der Identifizierung (§ 23 Abs. 1 Nr. 3 Alt. 1 MarkenG) . . . . .	1217
III.	Benutzung von Unternehmenskennzeichen als Verweis auf Waren oder Dienstleistungen ihres Inhabers (§ 23 Abs. 1 Nr. 3 Alt. 2 MarkenG analog?) . . . . .	1217
IV.	Erforderlichkeit der Bestimmungsangabe . . . . .	1221
V.	Schranken-Schranke (§ 23 Abs. 2 MarkenG) . . . . .	1222
§ 18	Die Erschöpfung des Rechts am Unternehmenskennzeichen . . . . .	1226
A.	Grundzüge der gesetzlichen Regelung . . . . .	1226
B.	Art. 34, 36 AEUV und die MarkenRL in ihrer Auswirkung auf die Erschöpfung des Rechts am Unternehmenskennzeichen. . . . .	1227
C.	Fehlende Bedeutung des Erschöpfungsgrundsatzes für das Recht am Unternehmenskennzeichen. . . . .	1229
I.	Norwendigkeit eines vorgreiflichen Verletzungstatbestandes. . . . .	1229
II.	Die Verletzungstatbestände des § 15 MarkenG . . . . .	1229
§ 19	Rechtsfolgen bei der Verletzung von Unternehmenskennzeichen . . . . .	1235
A.	Überblick . . . . .	1241
B.	Die Aktivlegitimation . . . . .	1242
I.	Rechtsinhaber als Gläubiger. . . . .	1242
II.	Abtretung . . . . .	1243
III.	Prozeßstandschaft . . . . .	1244
C.	Die Passivlegitimation . . . . .	1247
I.	Allgemeines . . . . .	1247
II.	Grundfälle der Haftung für eigenes Verhalten . . . . .	1249
III.	Haftung für eigenes Verhalten bei mittelbarer, unvorsätzlicher Ermöglichung und Förderung von Rechtsverletzungen . . . . .	1274
IV.	Die Passivlegitimation persönlich haftender Gesellschafter . . . . .	1309
V.	Die persönliche Haftung von Organen . . . . .	1310
VI.	Die persönliche Haftung von Angestellten und Beauftragten. . . . .	1318
VII.	Haftung für fremdes Verhalten. . . . .	1320
VIII.	Haftung mehrerer Schuldner bei einer Mehrheit von Verletzern. . . . .	1346
D.	Der Unterlassungsanspruch. . . . .	1350
I.	Bedeutung. . . . .	1350
II.	Inhalt des Unterlassungsanspruchs . . . . .	1351
III.	Verhältnis von Unterlassungsanspruch und Beseitigungsanspruch. . . . .	1362
IV.	Die Begehungsgefahr als Voraussetzung des Unterlassungsanspruchs. . . . .	1363
V.	Persönliche Reichweite des Unterlassungsanspruchs und Rechtsnachfolge auf der Passivseite . . . . .	1404
VI.	Räumliche Reichweite des Unterlassungsanspruchs . . . . .	1407
VII.	Sachliche Reichweite des Unterlassungsanspruchs . . . . .	1408
VIII.	Beschränkung des Unterlassungsanspruchs . . . . .	1422
IX.	Prozessuale Besonderheiten . . . . .	1431
E.	Der Beseitigungsanspruch. . . . .	1439
I.	Allgemeines . . . . .	1439
II.	Anspruchsvoraussetzungen. . . . .	1441
III.	Inhalt und Umfang des Beseitigungsanspruchs. . . . .	1442
IV.	Verbot der Vorwegnahme der Hauptsache . . . . .	1443
V.	Rechtsschutzbedürfnis . . . . .	1444
VI.	Einzelne Ausprägungen des Beseitigungsanspruchs . . . . .	1444



F.	Erklärung der Nichtigkeit einer jüngeren Marke (§ 12 MarkenG) . . . . .	1449
I.	Regelungsgehalt . . . . .	1449
II.	Anknüpfung an einen bundesweiten Unterlassungsanspruch . . . . .	1449
III.	Teilweise Nichtigerklärung . . . . .	1451
IV.	Prozessuales . . . . .	1451
G.	Der Bereicherungsanspruch . . . . .	1451
I.	Allgemeines . . . . .	1451
II.	Aktivlegitimation . . . . .	1452
III.	Passivlegitimation . . . . .	1452
IV.	Voraussetzungen . . . . .	1453
V.	Der Umfang der Bereicherungsherausgabe . . . . .	1454
H.	Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten. . . . .	1456
I.	Rechtsgrundlage . . . . .	1456
II.	Aktivlegitimation . . . . .	1457
III.	Passivlegitimation . . . . .	1458
IV.	Anspruchsvoraussetzungen. . . . .	1458
V.	Höhe der Kostenerstattung . . . . .	1465
VI.	Steuerrechtliche Aspekte . . . . .	1471
VII.	Zahlungsanspruch auch ohne Begleichung der eigenen Anwaltsrechnung. . . . .	1472
I.	Der Schadensersatzanspruch . . . . .	1472
I.	Allgemeines . . . . .	1472
II.	Aktivlegitimation . . . . .	1473
III.	Passivlegitimation . . . . .	1474
IV.	Vollendete Verletzungshandlung . . . . .	1475
V.	Schuldhaftes Handeln . . . . .	1475
VI.	Art und Umfang des Schadensersatzes . . . . .	1487
VII.	Prozessuales . . . . .	1553
J.	Die Ansprüche auf Vernichtung, Rückruf und Entfernung aus den Vertriebswegen . . . . .	1555
I.	Der Anspruch auf Vernichtung . . . . .	1555
II.	Ansprüche auf Rückruf und Entfernen aus den Vertriebswegen . . . . .	1563
K.	Der Anspruch auf Auskunft gemäß § 19 MarkenG . . . . .	1566
I.	Allgemeines . . . . .	1566
II.	Aktiv- und Passivlegitimation. . . . .	1567
III.	Bezugspunkt der Auskunft . . . . .	1570
IV.	Art und Umfang der Auskunft. . . . .	1571
V.	Verhältnismäßigkeit . . . . .	1574
VI.	Prozessuales . . . . .	1575
VII.	Schadensersatzanspruch bei falscher oder unvollständiger Auskunft gemäß § 19 Abs. 5 MarkenG bzw. §§ 280 Abs. 1, 249 Abs. 1 BGB . . . . .	1577
VIII.	Haftungsprivilegierung des vermeintlich Auskunftsverpflichteten gegenüber Dritten gemäß § 19 Abs. 6 MarkenG . . . . .	1578
L.	Der allgemeine Anspruch auf Auskunft gemäß § 242 BGB . . . . .	1579
I.	Allgemeines . . . . .	1579
II.	Aktiv- und Passivlegitimation. . . . .	1580
III.	Allgemeine Anspruchsvoraussetzungen . . . . .	1581
IV.	Allgemeines zu Inhalt und Umfang. . . . .	1583
V.	Rechnungslegung . . . . .	1585
VI.	Zielrichtung, Voraussetzungen, Inhalt und Umfang des Auskunftsanspruchs abgestimmt auf den durchzusetzenden Hauptanspruch . . . . .	1587
VII.	Erfüllung des Anspruchs auf Auskunft. . . . .	1593
VIII.	Schadensersatzanspruch bei schuldhaft falsch oder unvollständig erteilter Auskunft . . . . .	1594
M.	Der Anspruch auf Vorlage von Urkunden und Besichtigung von Sachen gemäß § 19a MarkenG . . . . .	1594
I.	Allgemeines . . . . .	1594
II.	Gegenstand der Besichtigung oder Vorlage . . . . .	1595
III.	Hinreichende Wahrscheinlichkeit einer Rechtsverletzung . . . . .	1597
IV.	Erforderlichkeit der Besichtigung oder Vorlage. . . . .	1598
V.	Verhältnismäßigkeit . . . . .	1599
VI.	Durchsetzung im Verfügungsverfahren. . . . .	1600

## Inhaltsübersicht

---

N.	Der Anspruch auf Vorlage zwecks Sicherung gemäß § 19b MarkenG . . . . .	1600
I.	Allgemeines . . . . .	1600
II.	Gegenstand der Vorlage . . . . .	1600
III.	Rechtsverletzung im gewerblichen Ausmaß . . . . .	1600
IV.	Erfüllung des Schadensersatzes fraglich. . . . .	1600
V.	Berücksichtigung von Geheimhaltungsinteressen . . . . .	1601
VI.	Verhältnismäßigkeit . . . . .	1601
VII.	Durchsetzung im Verfügungsverfahren . . . . .	1601
O.	Der Anspruch auf Urteilsbekanntmachung gemäß § 19c MarkenG . . . . .	1601
I.	Allgemeines . . . . .	1601
II.	Aktiv- und Passivlegitimation. . . . .	1603
III.	Voraussetzungen . . . . .	1603
IV.	Art und Umfang der Bekanntmachung . . . . .	1609
V.	Erlöschen der Bekanntmachungsbefugnis . . . . .	1610
P.	Die Verjährung von Ansprüchen . . . . .	1610
I.	Allgemeines . . . . .	1610
II.	Regelmäßige Verjährungsfrist . . . . .	1610
III.	Absolute Verjährung gemäß § 199 Abs. 3, 4 BGB . . . . .	1623
IV.	Verjährung rechtskräftig festgestellter Ansprüche . . . . .	1624
V.	Hemmung der Verjährung . . . . .	1624
VI.	Neubeginn der Verjährung . . . . .	1629
VII.	Rechtsgeschäftliche Abänderung der Verjährung. . . . .	1630
VIII.	Wirkungen der Verjährung . . . . .	1631
IX.	Prozessuales . . . . .	1634
Q.	Die Verwirkung von Ansprüchen . . . . .	1635
I.	Allgemeines . . . . .	1635
II.	Verwirkung gegenüber einer jüngeren eingetragenen Marke gemäß § 21 Abs. 1 MarkenG . . . . .	1638
III.	Verwirkung gegenüber sonstigen jüngeren Rechten nach § 21 Abs. 2 MarkenG . . . . .	1646
IV.	Koexistenz gemäß § 21 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1648
V.	Die Verwirkung gegenüber jüngeren Unionsmarken . . . . .	1649
VI.	Die Verwirkung nach den allgemeinen Grundsätzen gemäß §§ 21 Abs. 4 MarkenG, 242 BGB . . . . .	1649
VII.	Prozessuales . . . . .	1681
§ 20	Unternehmenskennzeichen als relative Eintragungshindernisse . . . . .	1685
A.	Unternehmenskennzeichen vor dem DPMA . . . . .	1685
I.	Unternehmenskennzeichen als relative Eintragungshindernisse im Widerspruchsverfahren. . . . .	1685
II.	Unternehmenskennzeichen als Lösungsgrund im Amtslösungsverfahren (§ 53 MarkenG) . . . . .	1693
B.	Unternehmenskennzeichen vor dem EUIPO . . . . .	1694
I.	Unternehmenskennzeichen als relative Eintragungshindernisse im Widerspruchsverfahren. . . . .	1694
II.	Unternehmenskennzeichen als relative Eintragungshindernisse im Nichtigkeitsverfahren. . . . .	1739
	Entscheidungsregister . . . . .	1741
	Stichwortverzeichnis . . . . .	1977

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> . . . . .	V
<b>Vorwort zur 4. Auflage</b> . . . . .	VII
<b>Abkürzungen</b> . . . . .	LXXIII
<b>Literatur</b> . . . . .	LXXVII
<b>§ 1 Die Entwicklung des Schutzes der Unternehmenskennzeichen</b> . . . . .	1
A. Einführung . . . . .	2
B. Partikularrecht im Deutschen Bund, ADHGB und Markenschutzgesetz von 1874 . . . . .	3
I. Partikularrecht . . . . .	3
II. Das Allgemeine Deutsche Handelsgesetzbuch vom 31. Mai 1861 . . . . .	3
III. Das Reichsgesetz über Markenschutz vom 30. November 1874 . . . . .	5
C. Die Gesetze gegen den unlauteren Wettbewerb von 1896 und 1909 . . . . .	9
I. Das Reichsgesetz zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs vom 27. Mai 1896 . . . . .	9
II. Das Reichsgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vom 7. Juli 1909 . . . . .	11
D. Die Markenrichtlinie und das Markengesetz . . . . .	14
I. Die Markenrichtlinie vom 21. Dezember 1988 und ihre Neufassung vom 16. Dezember 2015 . . . . .	14
II. Die Gemeinschaftsmarkenverordnung vom 20. Dezember 1993 und die Unionsmarkenverordnung vom 16. Dezember 2015 . . . . .	14
III. Das Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen vom 25. Oktober 1994 und seine Modernisierung . . . . .	15
1. Neuformulierung des Schutzes des Unternehmenskennzeichens . . . . .	15
2. Die Reform durch das Markenrechtsmodernisierungsgesetz . . . . .	16
3. Der mittelbare Einfluß der MarkenRL auf den Schutz des Unternehmenskennzeichens . . . . .	16
a) Das Recht des Unternehmenskennzeichens als autonomes nationales Recht . . . . .	16
b) Der Grundsatz der Einheitlichkeit der Kennzeichenrechte und seine Grenzen . . . . .	16
4. Bewertung . . . . .	21
<b>§ 2 Überblick über die verschiedenen Unternehmenskennzeichen und ihre Funktionen</b> . . . . .	23
A. Die Systematik des § 5 MarkenG . . . . .	25
I. Der Schutz der Unternehmenskennzeichen gemäß § 5 Abs. 2 MarkenG . . . . .	25
1. Begriff und Arten der Unternehmenskennzeichen . . . . .	25
a) Legaldefinition und gesetzliche Systematik . . . . .	25
b) Anknüpfung an § 16 UWG von 1909 . . . . .	27
c) Die Erscheinungsformen des Unternehmenskennzeichens in der Unternehmenspraxis . . . . .	28
d) Doppelrollen und Mehrfachschutz . . . . .	29
e) Unterschiedliche Streitgegenstände . . . . .	30
2. Die Unterscheidung zwischen Unternehmenskennzeichen mit und ohne Namensfunktion . . . . .	32
a) Systematik . . . . .	32
b) Wesen und Bedeutung der Namensfunktion . . . . .	32
c) Fehlende Namensfunktion . . . . .	34
d) Zusammenfassung . . . . .	35
B. Funktionen und Rechtsnatur der Unternehmenskennzeichen . . . . .	36
I. Die Funktionen der Unternehmenskennzeichen . . . . .	36
1. Überblick . . . . .	36
2. Die im Interesse des Zeicheninhabers geschützten Funktionen . . . . .	37
a) Individualisierungsfunktion und Unterscheidungsfunktion . . . . .	37

## Inhaltsverzeichnis

---

aa)	Grundlagen . . . . .	37
bb)	Abgrenzung von der Herkunftsfunktion der Marke. . . . .	41
cc)	Funktionsgerecht weiter Schutz . . . . .	43
b)	Goodwill-Funktion . . . . .	43
aa)	Grund und Grenzen des Schutzes der Goodwill-Funktion . . . . .	43
bb)	Zur Begründung in Gesetzesmaterialien und Rechtsprechung . . . . .	45
cc)	Zum Begriff des Goodwill. . . . .	47
dd)	Einzelne Facetten der Goodwill-Funktion . . . . .	48
ee)	Die zeitliche Dimension der Goodwill-Funktion . . . . .	52
3.	Weitere Funktionen der Unternehmenskennzeichen im Allgemeininteresse . . . . .	53
4.	Nichtsingulärer Charakter des Kennzeichnungsmonopols . . . . .	56
II.	Die Rechtsnatur der Unternehmenskennzeichen. . . . .	57
1.	Immaterialgüterrechte . . . . .	57
2.	Verfassungseigentum. . . . .	58
3.	Schutzgut der Berufsfreiheit . . . . .	58
III.	Vor- und Nachteile von Unternehmenskennzeichen verglichen mit eingetragenen Marken. . . . .	59
1.	Vorteile des Unternehmenskennzeichens . . . . .	59
2.	Nachteile des Unternehmenskennzeichens . . . . .	59
C.	Schutz ausländischer Unternehmenskennzeichen . . . . .	61
I.	Allgemeines . . . . .	61
II.	Handelsname und Territorialitätsprinzip. . . . .	61
III.	Gebot eines Schutzes im Inland gemäß Art. 8 PVÜ . . . . .	62
1.	Allgemeines . . . . .	62
a)	Inlandschutz bei Erfüllung der inländischen Schutzvoraussetzungen . . . . .	62
b)	Keine Akzessorietät zum Heimatrecht . . . . .	63
c)	Kein Erfordernis einer inländischen Zweigstelle oder Niederlassung . . . . .	64
2.	Begriff des Handelsnamens. . . . .	64
a)	Der Handelsname als Begriff des Konventionsrechts . . . . .	64
b)	Namensfunktion des Handelsnamens. . . . .	64
c)	Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	65
<b>§ 3</b>	<b>Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion . . . . .</b>	<b>67</b>
A.	Überblick . . . . .	68
B.	Die Bezeichnungen des Unternehmensinhabers. . . . .	69
I.	Der Name gemäß § 5 Abs. 2 Satz 1 Alt. 1 MarkenG. . . . .	69
1.	Der Begriff des Namens . . . . .	69
2.	Der bürgerliche Name . . . . .	70
a)	Die Struktur des bürgerlichen Namens. . . . .	70
b)	Der Familienname . . . . .	71
c)	Der Vorname . . . . .	71
3.	Künstlername und Pseudonym . . . . .	72
a)	Begriff. . . . .	72
b)	Schutz ab Aufnahme der Benutzung . . . . .	72
c)	Keine strenge Beschränkung auf Künstler . . . . .	74
d)	Mehrere Pseudonyme und Künstlernamen in einer Hand. . . . .	74
e)	Vornamen und Einwortzeichen. . . . .	75
f)	Vor- und Familiennamen. . . . .	75
4.	Namen juristischer Personen und sonstiger Personenmehrheiten. . . . .	76
5.	Der schlagwortartige Namensbestandteil . . . . .	76
6.	Das Firmenkennwort . . . . .	76
a)	Numerus clausus der mit Aufnahme der Benutzung als Name und Firma geschützten Zeichen . . . . .	76
b)	Erwerb der namensmäßigen Wirkung durch Verkehrsgeltung . . . . .	77
aa)	Aufrücken von Kennzeichen zu einem gleich einem Namen geschützten Firmenkennwort . . . . .	77

bb)	Rechtsgrundlage . . . . .	78
cc)	Einzelne Anwendungsfälle . . . . .	78
α)	Freigewählte Firmenkennworte . . . . .	78
β)	Besondere Geschäftsbezeichnungen . . . . .	78
γ)	Wortmarken . . . . .	79
δ)	Werktitel . . . . .	79
ε)	Spitznamen . . . . .	79
ζ)	Werbeslogans . . . . .	80
7.	Das Namenskennwort . . . . .	80
8.	Tiernamen . . . . .	80
9.	Gebäudebezeichnungen . . . . .	81
10.	Geographische »Namen« . . . . .	82
II.	Die Firma gemäß § 5 Abs. 2 Satz 1 Alt. 2 MarkenG . . . . .	82
1.	Der Begriff der Firma . . . . .	82
2.	Die Firma als Bezeichnung des Unternehmensinhabers . . . . .	84
3.	Die Struktur der Firma . . . . .	87
a)	Allgemeines . . . . .	87
b)	Das Firmenschlagwort als Teil des Firmenkerns . . . . .	88
4.	Abgrenzung zu anderen Zeichen, die weder Firmen noch Firmenbestandteile sind . . . . .	90
a)	Das nicht zur Firma gehörende »Firmenkennwort« . . . . .	90
b)	Das »Firmenlogo« . . . . .	91
c)	Das sog. »Firmenzeichen« . . . . .	92
III.	Der Schutz des schlagwortartigen Namens- und Firmenbestandteils . . . . .	93
1.	Der schlagwortartige Firmenbestandteil . . . . .	93
2.	Der schlagwortartige Namensbestandteil . . . . .	95
3.	Rechtsentwicklung . . . . .	96
4.	Gesonderter Schutz des schlagwortartigen Namens- und Firmenbestandteils . . . . .	98
5.	Rechtsgrundlage . . . . .	99
6.	Unselbständiger Schutz . . . . .	99
7.	Zeitrang . . . . .	100
8.	Praktische Bedeutung . . . . .	101
9.	Abgrenzung zur Prägetheorie . . . . .	101
10.	Abgrenzung zur selbständig kennzeichnenden Stellung . . . . .	102
11.	Voraussetzungen für den Schutz des schlagwortartigen Firmenbestandteils . . . . .	102
a)	Vorhandensein als Bestandteil in der Firma . . . . .	102
b)	Namensmäßige Unterscheidungskraft des Bestandteils . . . . .	103
c)	Beurteilung Eignung eines Firmenbestandteils als schlagwortartiger Hinweis . . . . .	104
aa)	Grundsatz . . . . .	104
bb)	Beurteilung durch das Gericht . . . . .	105
d)	Einzelne Kriterien für die Eignung eines Firmenbestandteils als schlagwortartiger Hinweis . . . . .	106
aa)	Kennzeichnungskraft des Bestandteils im Vergleich zu den übrigen . . . . .	106
bb)	Zur Rolle beschreibender Bestandteile . . . . .	109
α)	Vernachlässigung beschreibender Bestandteile . . . . .	109
β)	Bildung von Sinneinheiten unter Einbeziehung beschreibender Bestandteile . . . . .	110
cc)	Kein Auseinanderreißen von unterscheidungsstiftenden Sinneinheiten . . . . .	112
dd)	Rechtsformzusätze . . . . .	113
ee)	Akademische Titel . . . . .	114
ff)	Position innerhalb der Gesamtbezeichnung . . . . .	114
gg)	Länge der Gesamtbezeichnung . . . . .	115
hh)	Tatsächliche Verkehrsübung . . . . .	115
ii)	Verkehrsbekannte Kennzeichnungsgewohnheiten . . . . .	115
jj)	Gebrauch durch den Zeicheninhaber . . . . .	116

## Inhaltsverzeichnis

---

kk)	Hervorhebung durch Großbuchstaben . . . . .	116
ll)	Bürgerliche Namen . . . . .	116
mm)	Wohlklang . . . . .	119
nn)	Kürze des Bestandteils . . . . .	119
12.	Voraussetzungen für den Schutz des schlagwortartigen Namensbestandteils . . . . .	119
C.	Die besondere Bezeichnung eines Geschäftsbetriebs oder eines Unternehmens . . . . .	119
I.	Das gesetzgeberische Konzept . . . . .	119
II.	Die besondere Geschäftsbezeichnung als Wortzeichen . . . . .	122
III.	Die besondere Geschäftsbezeichnung als Objektbezeichnung . . . . .	122
1.	Bezeichnung einer organisatorisch-wirtschaftlichen Einheit . . . . .	122
2.	Das Verhältnis von besonderer Geschäftsbezeichnung und den Bezeichnungen der Person des Unternehmensinhabers . . . . .	123
a)	Unabhängigkeit von der Person des Unternehmensinhabers . . . . .	123
b)	Fehlende Namensqualität . . . . .	125
c)	Wesentliche Namens- und Firmenbestandteile als besondere Geschäftsbezeichnung . . . . .	125
d)	Selbständigkeit und eigenes rechtliches Schicksal von besonderer Geschäftsbezeichnung und Firma . . . . .	127
3.	Mehrheit von besonderen Geschäftsbezeichnungen in einer Hand . . . . .	128
a)	Mehrere besondere Geschäftsbezeichnungen für unterschiedliche Unternehmen . . . . .	128
b)	Mehrere besondere Geschäftsbezeichnungen für dasselbe Unternehmen . . . . .	128
IV.	Typische Beispiele für besondere Geschäftsbezeichnungen . . . . .	130
1.	Etablisementbezeichnungen . . . . .	130
2.	Reisegewerbe . . . . .	131
3.	Ensemblebezeichnungen . . . . .	131
4.	Bezeichnungen einzelner Künstler . . . . .	131
5.	Bezeichnungen für Praxen von Freiberuflern . . . . .	132
6.	Bezeichnungen für Unternehmen gewerblicher Dienstleister . . . . .	132
7.	Bergwerks- und Gutsbezeichnungen . . . . .	132
8.	Werks- und Fabrikbezeichnungen . . . . .	132
9.	Konzernzeichen . . . . .	132
10.	Grundsätzlich unbegrenzte Einsatzmöglichkeiten . . . . .	133
V.	Weitere Typen besonderer Geschäftsbezeichnungen . . . . .	133
1.	Wortzeichen . . . . .	133
a)	Wortzeichen ohne Bezug zu Namen oder Firma des Inhabers . . . . .	133
b)	Kombination von unterscheidungskräftiger und beschreibender Bezeichnung . . . . .	133
c)	Zur besonderen Geschäftsbezeichnung aufgerückte Wortzeichen . . . . .	133
d)	Altbekannte Unternehmenskennzeichen . . . . .	135
e)	Vom Verkehr vorgenommene Verkürzungen und Umgestaltungen . . . . .	136
2.	Bildzeichen . . . . .	137
a)	Namensmäßige Wirkung nur bei Möglichkeit sprachlicher Wiedergabe . . . . .	137
b)	Einfache Bildzeichen . . . . .	138
c)	Nicht eindeutige Bildzeichen, Personenabbildungen und namensgebundene Bilddarstellungen . . . . .	139
d)	Komplexe Bildzeichen . . . . .	142
e)	Wappen . . . . .	144
3.	Technische Adressen . . . . .	144
a)	Telefon- und Telefaxnummer . . . . .	144
b)	Telegrammadresse und Fernschreibkennung . . . . .	145
aa)	Allgemeines . . . . .	145
bb)	Die Telegrammadresse . . . . .	146
c)	Die Fernschreibkennung . . . . .	146
d)	Die E-Mail-Adresse . . . . .	147
e)	Der Internet-Domainname . . . . .	147
aa)	Allgemeines . . . . .	147

bb)	Fehlende Namensfunktion generischer Domainnamen . . . . .	149
cc)	Adreßbezeichnung . . . . .	149
dd)	Das virtuelle Ladenschild . . . . .	150
ee)	Dienstleistungsmarke . . . . .	151
<b>§ 4</b>	<b>Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .</b>	<b>152</b>
A.	Begriff und gesetzgeberische Konzeption . . . . .	153
I.	Systematik . . . . .	153
1.	Geschäftsabzeichen und sonstige betriebliche Unterscheidungszeichen . . . . .	153
2.	Fehlende Namensfunktion . . . . .	153
3.	Kennzeichen eines Unternehmens oder selbständig bezeichnungsfähigen Unternehmensteils . . . . .	154
4.	Verkehrsgeltung . . . . .	154
II.	Praktische Bedeutung . . . . .	155
III.	Rechtsentwicklung . . . . .	155
1.	Schutz visuell wirkender Unterscheidungszeichen durch § 16 Abs. 3 Satz 1 UWG von 1909 . . . . .	155
2.	Erweiterung des Schutzes auch auf alle nicht visuell wirkende Zeichen . . . . .	158
IV.	Verhältnis zur Benutzungsmarke gemäß § 4 Nr. 2 MarkenG . . . . .	159
V.	Erfordernis der Bestimmtheit . . . . .	160
VI.	Kein Erfordernis graphischer Darstellbarkeit . . . . .	161
VII.	Kein Erfordernis einer Neuheit oder Eigenart . . . . .	161
B.	Vom Schutz ausgeschlossene Zeichen . . . . .	161
I.	Allgemeingut . . . . .	161
II.	Technisch bedingte Formen und Gestaltungen . . . . .	162
III.	Geschäftsideen . . . . .	163
IV.	Von konkurrierenden Unternehmen benutzte Verbandszeichen . . . . .	163
C.	Die Geschäftsabzeichen gemäß § 5 Abs. 2 Satz 2 Alt. 1 MarkenG . . . . .	164
D.	Sonstige betriebliche Unterscheidungszeichen gemäß § 5 Abs. 2 Satz 2 Alt. 2 MarkenG . . . . .	174
I.	Visuell wahrnehmbare Zeichen . . . . .	174
II.	Nicht visuell wirkende Zeichen . . . . .	180
<b>§ 5</b>	<b>Die namensmäßige Unterscheidungskraft als Schutzvoraussetzung der Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion . . . . .</b>	<b>182</b>
A.	Grundlagen . . . . .	183
I.	Die namensmäßige Unterscheidungskraft als ungeschriebene Schutzvoraussetzung . . . . .	183
II.	Erwerb der namensmäßige Unterscheidungskraft durch Verkehrsgeltung . . . . .	185
III.	Die namensmäßige Unterscheidungskraft als komplexer Rechtsbegriff . . . . .	186
IV.	Die namensmäßige Unterscheidungskraft im Verhältnis zur Unterscheidungskraft in § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG . . . . .	187
1.	Unterschiedlicher Begriffsgehalt . . . . .	187
2.	Keine direkte oder analoge Anwendung der Eintragungshindernisse des § 8 Abs. 2 Nr. 1–3 MarkenG . . . . .	188
3.	Eigenständige Maßstäbe für die Unterscheidungskraft von Unternehmenskennzeichen . . . . .	189
B.	Die vier Komponenten der namensmäßigen Unterscheidungskraft . . . . .	191
I.	Die Unterscheidungseignung (Unterscheidungskraft im engeren Sinne) . . . . .	191
1.	Die Unterscheidungseignung als Individualisierungs- und Unterscheidungsmöglichkeit . . . . .	191
2.	Die Unterscheidungseignung als potentielle Hinweisklarheit . . . . .	193
II.	Das Freihaltebedürfnis . . . . .	193
1.	Die Bedeutung des Freihaltebedürfnisses . . . . .	193
2.	Freihaltebedürfnis und Freihalteinteresse . . . . .	195
3.	Begriffliche Abgrenzung von Freihaltebedürfnis und fehlender Unterscheidungseignung . . . . .	195

## Inhaltsverzeichnis

---

III.	Die Sprachüblichkeit . . . . .	197
IV.	Die gerade namensmäßige Unterscheidungskraft . . . . .	198
	1. Die namensmäßige Wirkung . . . . .	198
	2. Die Individualisierung durch Sprache als Wesen des Namens. . . . .	199
	3. Abgrenzung von Zeichen mit namensmäßiger Wirkung zu Zeichen, denen die namensmäßige Wirkung fehlt . . . . .	200
	a) Wörter . . . . .	200
	b) Nicht: Bildzeichen . . . . .	200
	c) Nicht: dreidimensionale Gestaltungen . . . . .	202
	d) Nicht: Farbzeichen. . . . .	202
	e) Nicht: Wort-/Bildzeichen . . . . .	202
	f) Nicht: klanglich-akustische Zeichen. . . . .	203
	g) Buchstabenkombinationen und Abkürzungen als Wortzeichen. . . . .	203
	h) Einzelbuchstaben, Zahlen, Kombinationen von Buchstaben und Zahlen sowie Sonderzeichen . . . . .	205
	4. Erwerb namensmäßiger Wirkung durch Verkehrsgeltung . . . . .	207
C.	Die Beurteilung der namensmäßigen Unterscheidungskraft in der Praxis. . . . .	207
	I. Die Beurteilung der namensmäßigen Unterscheidungskraft als Aufgabe des Verletzungsrichters . . . . .	207
	1. Keine Bindung an Eintragungsentscheidungen . . . . .	207
	a) Grundsatz . . . . .	207
	b) Handelsregister . . . . .	207
	c) Markenregister . . . . .	209
	2. Rechtsnatur . . . . .	209
	3. Beurteilungsmaßstab . . . . .	210
	4. Maßgeblicher Zeitpunkt . . . . .	212
	II. Zusammenhang von Unterscheidungskraft und Geschäftsgegenstand . . . . .	212
	III. Grundsatz: Nur das Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft hindert den Schutz . . . . .	213
	IV. Die Dichotomie von beschreibenden Angaben und Phantasiezeichen . . . . .	213
	V. Fallgruppen . . . . .	214
	1. Beschreibende Angaben. . . . .	214
	a) Grundsatz . . . . .	214
	b) Ermittlung des Bedeutungsgehalts . . . . .	214
	c) Beschreibung des Geschäftsgegenstandes . . . . .	216
	aa) Grundsätze . . . . .	216
	bb) Kasuistik . . . . .	218
	d) Angaben über einzelne Geschäftsvorfälle und Angebotsbestandteile. . . . .	219
	aa) Grundsätze . . . . .	219
	bb) Kasuistik . . . . .	221
	e) Angaben über die Abnehmerkreise und die Bestimmung der Unternehmensleistung. . . . .	221
	f) Geographische Angaben . . . . .	222
	g) Abkürzungen und Buchstabenkombinationen . . . . .	226
	aa) Allgemeines . . . . .	226
	bb) Sachbezeichnung in Kombination mit deren Anfangsbuchstaben . . . . .	228
	2. Phantasiezeichen . . . . .	229
	a) Grundsatz . . . . .	229
	b) Absolute Phantasiezeichen . . . . .	230
	c) Relative Phantasiezeichen . . . . .	230
	3. Mehrdeutigkeit der Begriffswirkung . . . . .	232
	a) Unterscheidungskraft bei Mehrdeutigkeit . . . . .	232
	aa) Grundsätze . . . . .	232
	bb) Kasuistik . . . . .	233
	b) Anpreisungen und universale Beschreibungswirkung . . . . .	235
	aa) Werbeübliche Anpreisungen. . . . .	235
	bb) Universale Beschreibungswirkung . . . . .	236
	4. Sprechende Unternehmenskennzeichen . . . . .	237



a)	Grundsätze . . . . .	237
b)	Kasuistik . . . . .	239
5.	Verfremdungen von beschreibenden Angaben und Gattungsbezeichnungen . . . . .	242
a)	Unterscheidungskraft durch Verfremdung . . . . .	242
b)	Notwendiger Grad der Verfremdung . . . . .	243
aa)	Unterscheidungskraft bei merklichen Abweichungen . . . . .	243
bb)	Keine Unterscheidungskraft bei unmerklichen Verfremdungen . . . . .	244
α)	Schriftbildlicher Eindruck . . . . .	244
β)	Höreindruck . . . . .	245
6.	Unterscheidungskraft bei Kombinationen von beschreibenden Angaben . . . . .	246
a)	Grundlagen . . . . .	246
b)	Kriterien für die Beschreibungseignung . . . . .	249
aa)	Keine Unterscheidungskraft bei zwangloser Ableitbarkeit aus dem allgemeinen Wortschatz . . . . .	249
bb)	Kombination mit einer Ortsbezeichnung . . . . .	249
cc)	Weitere häufige Fälle . . . . .	251
dd)	Unterscheidungskraft trotz möglicher Begriffsanalyse . . . . .	253
c)	Anwendungsfälle aus der Rechtsprechung . . . . .	253
aa)	Vorhandene Unterscheidungskraft . . . . .	253
bb)	Fehlende Unterscheidungskraft . . . . .	256
7.	Fehlende namensmäßige Unterscheidungskraft bei üblich gewordenen Bezeichnungen . . . . .	258
8.	Unterscheidungskraft fremdsprachiger Begriffe . . . . .	260
a)	Deutsche Fremdwörter und gebräuchliche fremdsprachige Begriffe . . . . .	260
b)	Fremdsprachige Begriffe mit Kontextbindung . . . . .	260
c)	Leichtverständliche fremdsprachige Begriffe . . . . .	261
d)	Fremdsprachige Begriffe als Phantasiebegriffe . . . . .	264
e)	Freihaltebedürfnis bei fremdsprachigen Angaben . . . . .	265
9.	Familiennamen . . . . .	266
a)	Familiennamen als grundsätzlich unterscheidungskräftige Unternehmenskennzeichen . . . . .	266
b)	Allerweltsnamen . . . . .	267
c)	Familiennamen mit beschreibendem Bezug . . . . .	267
aa)	Berufsbezeichnungen . . . . .	267
bb)	Namensträger als Gegenstand der Unternehmensleistung . . . . .	267
cc)	Name als Eigenschaftswort . . . . .	268
d)	Ortsbezeichnungen als Familiennamen . . . . .	268
e)	Umbildung des Familiennamens zur beschreibenden Angabe . . . . .	269
10.	Vornamen . . . . .	269
11.	Besonderheiten bei Verwendung einer Bezeichnung für Platzgeschäfte . . . . .	270
a)	Örtliche Alleinstellung als vorweggenommene Verkehrsgeltung . . . . .	270
b)	Fallgruppen . . . . .	273
aa)	Etablissementbezeichnungen von Hotels . . . . .	273
bb)	Etablissementbezeichnungen von Gaststätten . . . . .	273
cc)	Bezeichnungen von Theatern . . . . .	274
dd)	Etablissementbezeichnungen von Apotheken . . . . .	274
ee)	Bezeichnungen von Krankenhäusern und Kliniken . . . . .	274
ff)	Ortsgebundene Unternehmen unter Gebäudebezeichnungen . . . . .	275
gg)	Bezeichnungen von Sportstätten, Kultur- und Veranstaltungszentren . . . . .	275
hh)	Bezeichnungen von Flughäfen . . . . .	276
ii)	Bezeichnungen von Stadtwerken . . . . .	276
jj)	Brauereien mit Ortsbezeichnungen . . . . .	276
kk)	Mineralquellen . . . . .	277
ll)	Bezeichnungen für Praxen von Freiberuflern . . . . .	277
12.	Besonderheiten der Verkehrsauffassung bei Verbands- und Vereinsnamen . . . . .	278
a)	Grundsätze . . . . .	278

b)	Kasuistik . . . . .	278
<b>§ 6</b>	<b>Die Verkehrsgeltung.</b> . . . . .	280
A.	Begriff und Voraussetzungen der Verkehrsgeltung . . . . .	281
I.	Die Verkehrsgeltung als Voraussetzung für den Schutz als Unternehmenskennzeichen. . . . .	281
II.	Die Verkehrsgeltung als traditioneller wettbewerbs- und zeichenrechtlicher Begriff. . . . .	283
1.	Summe gleichgerichteter Assoziationen als Folge der Benutzung im Verkehr . . . . .	283
2.	Abgrenzung zur Verkehrsgeltung bei der Benutzungsmarke . . . . .	285
III.	Das Verhältnis von Verkehrsgeltung und gesteigerter Kennzeichnungskraft. . . . .	285
IV.	Regional begrenzte Verkehrsgeltung. . . . .	286
V.	Verkehrsgeltung in einer Monopolsituation? . . . . .	287
1.	Allgemeines . . . . .	287
2.	Gesetzliche Monopole. . . . .	288
3.	Faktische Monopole . . . . .	288
VI.	Verkehrsgeltung von Zeichenbestandteilen und Teilen von Zeichenkombinationen . . . . .	289
VII.	Verkehrsgeltung bei modernisierten Zeichen . . . . .	289
VIII.	Verkehrsgeltung bei gemeinschaftlicher Zeichennutzung. . . . .	290
IX.	Das Verhältnis von Verkehrsgeltung und Verkehrsdurchsetzung eingetragener Marken . . . . .	291
1.	Verkehrsgeltung als Begriff des nationalen, nicht harmonisierten Rechts . . . . .	291
2.	Verkehrsdurchsetzung als Erwerb von Unterscheidungskraft. . . . .	292
a)	Systematik der MarkenRL . . . . .	292
b)	Richtlinienkonforme Interpretation . . . . .	292
c)	Keine Wechselwirkung mit bestehendem Freihaltebedürfnis . . . . .	292
d)	Die »Chiemsee«-Kriterien . . . . .	293
3.	Bedeutung der europäischen Grundsätze im nicht harmonisierten Bereich . . . . .	295
a)	Mittelbarer Rückgriff auf die »Chiemsee«-Kriterien . . . . .	295
b)	Zu den einzelnen Kriterien in ihrer Anwendung auf Unternehmenskennzeichen . . . . .	296
aa)	Intensität, geographische Verbreitung und Dauer der Benutzung . . . . .	296
bb)	Markterfolg . . . . .	298
cc)	Werbeaufwand . . . . .	298
dd)	Anteil der beteiligten Verkehrskreise, der das Zeichen einem bestimmten Unternehmen oder seinem Inhaber zuordnet. . . . .	299
ee)	Erklärungen von IHKS oder anderen Berufsverbänden. . . . .	300
ff)	Zeugen . . . . .	300
gg)	Weitere Anhaltspunkte für eine erreichte Verkehrsgeltung. . . . .	300
c)	Selbständige Rolle des Freihaltebedürfnisses. . . . .	301
B.	Die Beurteilung der Verkehrsgeltung. . . . .	302
I.	Rechtsfrage . . . . .	302
II.	Maßgeblichkeit der Verkehrsauffassung . . . . .	302
III.	Darlegungs- und Beweislast. . . . .	302
IV.	Maßgeblicher Zeitpunkt. . . . .	302
V.	Beurteilung der Verkehrsauffassung durch das Gericht. . . . .	302
1.	Tatrichterliche Würdigung . . . . .	302
2.	Die beteiligten Verkehrskreise . . . . .	303
a)	Ermittlung der beteiligten Verkehrskreise . . . . .	303
b)	Abnehmerkreise. . . . .	304
c)	Bedeutung weiterer Verkehrskreise. . . . .	305
3.	Demoskopische Gutachten als Hilfe zu Ermittlung der Verkehrsauffassung. . . . .	306
a)	Erforderlichkeit eines demoskopischen Gutachtens . . . . .	306
b)	Gegenstand der Befragung. . . . .	308
C.	Konkretisierung der Anforderungen an die Verkehrsgeltung beim Unternehmenskennzeichen . . . . .	309
I.	Der Zuordnungsgrad als Kriterium der Verkehrsgeltung. . . . .	309

1. Bekanntheits-, Kennzeichnungs- und Zuordnungsgrad . . . . .	309
2. Der Zuordnungsgrad als maßgebliche Größe . . . . .	309
3. Fehlertoleranzen. . . . .	310
II. Der für den »nicht unerheblichen Teil« zu fordernde funktionspezifische Zuordnungsgrad . . . . .	310
1. Allgemeines . . . . .	310
2. Erwerb von namensmäßiger Unterscheidungskraft bei beschreibenden Angaben und üblichen Bezeichnungen als Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion gemäß § 5 Abs. 2 Satz 1 MarkenG . . . . .	310
a) Funktion der Verkehrsgeltung. . . . .	310
b) Anforderungen an den Zuordnungsgrad . . . . .	313
3. Überwindung des Freihaltebedürfnisses an einer vom Verkehr als Phantasiebegriff verstandenen Sachbezeichnung zum Schutz als Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion gemäß § 5 Abs. 2 Satz 1 MarkenG . . . . .	314
a) Funktion der Verkehrsgeltung. . . . .	314
b) Anforderungen an den Zuordnungsgrad . . . . .	314
4. Erwerb der namensmäßigen Wirkung bei Firmenkennworten, Namenskennworten, zusätzlichen Geschäftsbezeichnungen und zur besonderen Geschäftsbezeichnung aufrückenden Wortzeichen . . . . .	314
a) Funktion der Verkehrsgeltung. . . . .	314
b) Anforderungen an den Zuordnungsgrad . . . . .	316
aa) Meinungsstand . . . . .	316
bb) Einfache Verkehrsgeltung bei von Haus aus unterscheidungskräftigen Zeichen . . . . .	316
cc) Qualifizierte Verkehrsgeltung bei von Haus aus nicht unterscheidungskräftigen Zeichen. . . . .	317
5. Erreichen der Namensfunktion eines Bildzeichens zum Schutz als besondere Geschäftsbezeichnung . . . . .	317
a) Funktion der Verkehrsgeltung. . . . .	317
b) Anforderungen an die Verkehrsgeltung . . . . .	318
aa) Lesbarkeit . . . . .	318
bb) Zuordnung zu einem bestimmten Unternehmen . . . . .	318
6. Erwerb von Unterscheidungskraft bei Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion gemäß § 5 Abs. 2 Satz 2 MarkenG . . . . .	318
a) Funktion der Verkehrsgeltung. . . . .	318
b) Anforderungen an den Zuordnungsgrad . . . . .	319
aa) Allgemeines . . . . .	319
bb) Zeichen mit Unterscheidungseignung . . . . .	319
cc) Zeichen ohne Unterscheidungseignung . . . . .	319
dd) Farbzeichen . . . . .	320
ee) Besonderheiten bei Produktformen . . . . .	321
<b>§ 7 Die befugte Benutzung . . . . .</b>	<b>323</b>
A. Die befugte Benutzung als ungeschriebenes Tatbestandsmerkmal. . . . .	324
I. Lücke im Gesetzestext . . . . .	324
II. Ungeschriebenes Tatbestandsmerkmal . . . . .	325
III. Darlegungs- und Beweislast. . . . .	326
IV. Maßgeblicher Zeitpunkt . . . . .	326
V. Abgrenzung zu anderen Rechtsinstituten . . . . .	327
1. Abgrenzung zur Priorität . . . . .	327
2. Abgrenzung zum Recht der Gleichnamigen . . . . .	328
B. Die Ausfüllung des ungeschriebenen Tatbestandsmerkmals der befugten Benutzung . . . . .	328
I. Besonderheiten für Name und Firma. . . . .	328
1. Namen . . . . .	328
a) Bürgerlicher Name. . . . .	328
b) Künstlername und Pseudonym . . . . .	328

## Inhaltsverzeichnis

c)	Namen von juristischen Personen und Personenmehrheiten. . . . .	329
aa)	Rechtsfähiger Verein. . . . .	329
bb)	Juristische Personen des öffentlichen Rechts . . . . .	329
cc)	Nicht rechtsfähige Vereine. . . . .	329
dd)	Gesellschaften bürgerlichen Rechts . . . . .	329
ee)	Partnerschaften . . . . .	330
ff)	Partnerschaftsgesellschaften mit beschränkter Berufshaftung . . . . .	330
2.	Firma . . . . .	330
a)	Allgemeines . . . . .	330
b)	Die Kaufmannseigenschaft als Voraussetzung für den Firmenschutz . . . . .	331
aa)	Allgemeines . . . . .	331
bb)	Istkaufmann. . . . .	332
cc)	Kannkaufmann. . . . .	333
dd)	Formkaufmann. . . . .	333
ee)	Keine »Konzernfirma« . . . . .	334
c)	Möglichkeiten der Firmenbildung . . . . .	334
aa)	Wahlfreiheit bei der Bildung des Firmenkerns . . . . .	334
bb)	Personenfirma. . . . .	335
cc)	Sachfirma . . . . .	336
dd)	Phantasiefirma . . . . .	337
ee)	Mischformen . . . . .	337
d)	Zwingende Rechtsformzusätze . . . . .	337
e)	Kennzeichnungseignung und Unterscheidungskraft . . . . .	338
aa)	Kennzeichnungseignung . . . . .	338
bb)	Unterscheidungskraft . . . . .	341
cc)	Anwendung des § 18 Abs. 1 HGB auf deutsche Zweigniederlassungen ausländischer Kaufleute. . . . .	343
f)	Firmenwahrheit und Irreführungsverbot . . . . .	343
aa)	Der Begriff der Firmenwahrheit . . . . .	343
bb)	Das Irreführungsverbot des § 18 Abs. 2 HGB als Standort der Firmenwahrheit . . . . .	344
α)	Inhalt. . . . .	344
β)	Unbefugte Benutzung bei Verstoß gegen § 18 Abs. 2 HGB . . . . .	346
cc)	Anwendung des § 18 Abs. 2 HGB auf deutsche Zweigniederlassungen ausländischer Kaufleute. . . . .	346
g)	Firmenbeständigkeit. . . . .	347
h)	Firmeneinheit . . . . .	347
i)	Firmenausschließlichkeit gemäß § 30 HGB. . . . .	348
j)	Firmenöffentlichkeit und Pflicht zur Anmeldung der Firma gemäß §§ 29, 31 HGB . . . . .	351
II.	Allgemeine Regeln für alle Unternehmenskennzeichen. . . . .	353
1.	Irreführung (§ 5 Abs. 1 und 2 UWG) . . . . .	353
a)	Die Benutzung eines Unternehmenskennzeichens als irreführende geschäftliche Handlung i.S.d. § 5 Abs. 1 und 2 UWG. . . . .	353
aa)	Allgemeines . . . . .	353
bb)	Geschäftliche Relevanz . . . . .	355
b)	Einzelne Fallgruppen . . . . .	356
aa)	Irreführung über die Rechtsform. . . . .	356
bb)	Irreführung über Größe, Bedeutung oder Herstellereigenschaft des Unternehmens . . . . .	357
cc)	Irreführung über Gegenstand und Leistungsangebot . . . . .	359
dd)	Irreführung über die Eigenschaft als Handwerksbetrieb oder Verkäufer handwerklich hergestellter Produkte . . . . .	361
ee)	Irreführung über die Tradition . . . . .	361
ff)	Irreführung über Qualifikation und Vertrauenswürdigkeit. . . . .	363
α)	Dokortitel . . . . .	363
β)	Weitere akademische Grade. . . . .	365

γ)	Sogenannte »Adelstitel« und »Adelsprädikate« . . . . .	366
gg)	Irreführung über geographische Bezüge . . . . .	366
α)	Geographische Angaben . . . . .	366
β)	Verwendung fremdsprachiger Unternehmenskennzeichen . . . . .	368
hh)	Irreführung über öffentlich-rechtlichen Charakter . . . . .	369
ii)	Irreführung über Gewinnerzielungsabsicht . . . . .	371
jj)	Irreführung über den Inhaber . . . . .	372
kk)	Irreführung über bestehende Markeneintragung . . . . .	372
2.	Hervorrufen einer Verwechslungsgefahr bzw. Irreführung über Unternehmenszusammenhänge (§ 5 Abs. 1 und 2 Nr. 1 bzw. Abs. 3 Nr. 1 UWG) . . . . .	372
a)	Allgemeines und Rechtsentwicklung . . . . .	372
b)	Nebeneinander von Kennzeichenrecht und Lauterkeitsrecht . . . . .	374
c)	Schutz vor relevanten Irreführungen durch das Lauterkeitsrecht . . . . .	374
d)	Verwechslungsgefahr mit einem Kennzeichen eines Mitbewerbers . . . . .	375
aa)	Kennzeichen . . . . .	375
bb)	Mitbewerbereigenschaft des Kennzeicheninhabers . . . . .	377
cc)	Verwechslungsgefahr . . . . .	378
α)	Begriff der Verwechslungsgefahr und Verhältnis zum Kennzeichenrecht . . . . .	378
β)	Die praktische Handhabung der Verwechslungsgefahr i.S.d. § 5 Abs. 3 Nr. 1 UWG . . . . .	380
αα)	Zeichenähnlichkeit . . . . .	380
ββ)	Kennzeichnungskraft . . . . .	381
γγ)	Kennzeichenmäßige Benutzung . . . . .	381
e)	Berücksichtigung der Schutzschranken des § 23 MarkenG . . . . .	381
3.	Irreführung im Zusammenhang mit vom ursprünglichen Inhaber nicht mehr benutzten Kennzeichen . . . . .	381
4.	Gegen die öffentliche Ordnung verstößende und sittenwidrige Kennzeichen . . . . .	383
a)	Allgemeines . . . . .	383
b)	Verstoß gegen die öffentliche Ordnung . . . . .	383
c)	Verstoß gegen die guten Sitten . . . . .	384
5.	Mit amtlichen Zeichen übereinstimmende Zeichen . . . . .	388
a)	Hoheitszeichen . . . . .	388
b)	Prüf- und Gewährzeichen . . . . .	390
c)	Wappen, Flaggen und andere Kennzeichen . . . . .	391
d)	Schutz für den Berechtigten des amtlichen Zeichens . . . . .	391
6.	Sonstige Benutzungsverbote im öffentlichen Interesse . . . . .	391
7.	Bösgläubige Benutzungsaufnahme . . . . .	391
8.	Urheberrechtlich gemeinfreie Werke . . . . .	392
9.	Gerichtliches Verbot der Zeichennutzung . . . . .	392
10.	Behördliches Verbot der Zeichennutzung . . . . .	392
11.	Fehlen einer behördlichen Erlaubnis . . . . .	393
12.	Fehlen einer Gewerbeanmeldung . . . . .	393
<b>§ 8</b>	<b>Die Schutzentstehung . . . . .</b>	<b>394</b>
A.	Überblick . . . . .	395
I.	Entstehen des Unternehmenskennzeichens durch tatsächliche Handlungen . . . . .	395
1.	Allgemeine Voraussetzungen der Schutzentstehung . . . . .	395
2.	Besondere Voraussetzungen der Schutzentstehung . . . . .	396
3.	Rechtsfrage . . . . .	396
4.	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	396
B.	Benutzung als Unternehmenskennzeichen . . . . .	397
I.	Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion und Unterscheidungskraft von Haus aus . . . . .	397
1.	Grundsatz: Schutz durch namensmäßigen schlichten Gebrauch . . . . .	397
2.	Anforderungen an die Benutzungsaufnahme . . . . .	398

a)	Namensmäßige Benutzung . . . . .	398
aa)	Grundsatz . . . . .	398
bb)	Benutzung als Name . . . . .	398
cc)	Benutzung als Firma . . . . .	398
dd)	Benutzung als Firmen- oder Namenskennwort . . . . .	398
ee)	Benutzung als besondere Geschäftsbezeichnung . . . . .	399
b)	Formen der namensmäßigen Benutzung . . . . .	400
c)	Rein markenmäßige Benutzung nicht ausreichend . . . . .	402
d)	Kennzeichen-Merchandising nicht ausreichend . . . . .	404
II.	Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion, aber ohne namensmäßige Unterscheidungskraft von Haus aus . . . . .	405
1.	Grundsatz: Schutz durch qualifizierten Gebrauch . . . . .	405
2.	Anforderungen an die Verkehrsgeltung . . . . .	406
III.	Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	406
1.	Grundsatz: Schutz durch qualifizierten Gebrauch . . . . .	406
2.	Anforderungen an die Verkehrsgeltung . . . . .	407
C.	Benutzung im geschäftlichen Verkehr im Inland . . . . .	407
I.	Die Benutzung eines Kennzeichens im geschäftlichen Verkehr als gesetzliche Schutzvoraussetzung . . . . .	407
1.	Allgemeines . . . . .	407
2.	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	408
II.	Der Begriff des geschäftlichen Verkehrs . . . . .	408
1.	Einfluß des harmonisierten Rechts . . . . .	408
2.	Weite Auslegung . . . . .	409
III.	Abgrenzung von privaten Handlungen . . . . .	410
1.	Grundsatz . . . . .	410
2.	Vermögensverwaltung und Geschäftsführung . . . . .	410
3.	Gemeinnützige Vereine . . . . .	411
4.	Karitative Tätigkeiten . . . . .	412
5.	Politische, kirchliche und kommunikative Tätigkeiten . . . . .	412
IV.	Abgrenzung von hoheitlichen Handlungen . . . . .	412
V.	Benutzung für einen konkreten Geschäftsgegenstand . . . . .	414
VI.	Außenwirkung . . . . .	414
1.	Außenwirksames Handeln gegenüber Dritten . . . . .	414
2.	Betriebsinterne Handlungen . . . . .	414
3.	Handlungen innerhalb eines Konzernverbundes . . . . .	414
4.	Tätigkeit von Holdinggesellschaften . . . . .	415
VII.	Benutzungsaufnahme durch Unternehmensinhaber . . . . .	418
1.	Benutzung durch den Unternehmensinhaber selbst . . . . .	418
2.	Benutzung durch Angestellte und Bedienstete . . . . .	419
3.	Benutzung durch Repräsentanten . . . . .	419
VIII.	Auf Kontinuität angelegte Benutzung . . . . .	420
1.	Beginn einer dauerhaften wirtschaftlichen Betätigung . . . . .	420
2.	Handlungen in einem geschäftlichen Vorbereitungsstadium . . . . .	421
a)	Grundsatz . . . . .	421
b)	Kasuistik . . . . .	422
aa)	Ausreichende Benutzungshandlungen im Vorbereitungsstadium . . . . .	422
bb)	Nicht ausreichende Benutzungshandlungen im Vorbereitungsstadium . . . . .	423
cc)	Warenproduktion . . . . .	424
dd)	Registrierung und Erwerb von Domainnamen . . . . .	424
ee)	Vorbereitung einer Umfirmierung oder Umbenennung . . . . .	424
3.	Erfordernis einer behördlichen Erlaubnis . . . . .	425
IX.	Unabhängigkeit der Benutzungsaufnahme von einer Registereintragung . . . . .	425
1.	Handelsregister . . . . .	425
a)	Benutzung im geschäftlichen Verkehr ohne Eintragung im Handelsregister ausreichend . . . . .	425

b)	Eintragung im Handelsregister ohne Benutzung im geschäftlichen Verkehr nicht ausreichend . . . . .	426
2.	Vereinsregister . . . . .	428
X.	Benutzung im Inland . . . . .	428
1.	Inländische Benutzung als Schutzvoraussetzung . . . . .	428
2.	Inländische Benutzung durch deutsche Unternehmensinhaber . . . . .	428
3.	Inländische Benutzung ausländischer Handelsnamen . . . . .	429
a)	Inländische Benutzung als generelles Erfordernis für alle ausländischen Handelsnamen . . . . .	429
b)	Anforderungen an die inländische Benutzung . . . . .	429
aa)	Benutzung als eigenes Unternehmenskennzeichen durch den Unternehmensinhaber selbst . . . . .	429
bb)	Benutzung durch inländische Repräsentanten . . . . .	430
α)	Grundsatz . . . . .	430
β)	Kasuistik . . . . .	431
αα)	Zurechnung bejaht . . . . .	431
ββ)	Zurechnung verneint . . . . .	432
cc)	Kein Erfordernis einer inländischen Zweigstelle oder Niederlassung . . . . .	432
dd)	Auf Kontinuität angelegte Benutzung . . . . .	432
ee)	Umfang und Intensität der Benutzung . . . . .	433
ff)	Benutzung gegenüber inländischen Verkehrskreisen . . . . .	433
gg)	Keine Ausdehnung des Schutzes von Kennzeichen ausländischer ortsgebundener Unternehmen auf das Inland . . . . .	436
hh)	Benutzung im inländischen geschäftlichen Verkehr . . . . .	436
c)	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	436
4.	Schutz ohne Benutzung im Inland durch notorische Bekanntheit? . . . . .	437
D.	Benutzung im Zusammenhang mit einem lebenden Unternehmen . . . . .	438
I.	Das Vorhandensein eines Unternehmens als Schutzvoraussetzung . . . . .	438
1.	Bestehen eines lebenden Unternehmens . . . . .	438
2.	Unternehmen im Wartestand . . . . .	441
II.	Der Begriff des Unternehmens . . . . .	441
1.	Das Unternehmen als verstetigte Organisation selbständiger wirtschaftlicher Tätigkeit . . . . .	441
2.	Sportvereine und Sportorganisationen als Inhaber von Unternehmen . . . . .	444
3.	Körperschaften des öffentlichen Rechts als Inhaber von Unternehmen . . . . .	445
III.	Die Anforderungen an die organisatorische Selbständigkeit eines selbständig bezeichnungsfähigen Unternehmensteils . . . . .	445
1.	Allgemeines . . . . .	445
2.	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	446
3.	Anwendungsfälle für selbständig bezeichnungsfähige Unternehmensteile . . . . .	447
a)	Zweigniederlassungen i.S.d. § 13 HGB . . . . .	447
b)	Branchenübliche Aufteilung in gesonderte Betriebsstätten . . . . .	447
c)	Unternehmenssparten . . . . .	448
aa)	Grundsatz . . . . .	448
bb)	Kasuistik . . . . .	449
α)	Selbständig bezeichnungsfähiger Unternehmensteil bejaht . . . . .	449
β)	Selbständig bezeichnungsfähiger Unternehmensteil verneint . . . . .	449
d)	Investmentfonds . . . . .	450
e)	Veranstaltungen und Messen . . . . .	450
aa)	Grundsatz . . . . .	450
bb)	Kasuistik . . . . .	450
α)	Selbständig bezeichnungsfähiger Unternehmensteil bejaht . . . . .	450
β)	Selbständig bezeichnungsfähiger Unternehmensteil verneint . . . . .	451
f)	Internetportale . . . . .	451
g)	Apps . . . . .	451

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>§ 9 Die Priorität</b> . . . . .	453
A. Begriff und Bedeutung der Priorität . . . . .	453
I. Grundsatz des Vorrangs des älteren Rechts . . . . .	453
II. Deckung markenmäßiger Verwendung durch Priorität als Name, Firma und Firmenbestandteil . . . . .	456
III. Keine Deckung einer firmen- oder sonst unternehmenskennzeichenmäßiger Verwendung durch Priorität als Marke . . . . .	457
IV. Deckung einer Nutzung als Firmenkern durch Priorität als besondere Geschäftsbezeichnung . . . . .	458
B. Die Bestimmung des Prioritätszeitpunkts . . . . .	458
I. Maßgeblichkeit des Rechtserwerbs . . . . .	458
1. Zeitpunkt des Schutzbeginns . . . . .	458
2. Rechtsfrage . . . . .	459
3. Ausländischer Handelsname . . . . .	459
4. Rechtserwerb am selben Tag . . . . .	460
5. Unternehmenskennzeichen aus der Zeit vor 1995 . . . . .	460
6. Nicht als Wort aussprechbare Buchstabenkombinationen . . . . .	460
7. Lizenznehmer . . . . .	461
8. Zwischenrechte bei löschungsreifer Marke . . . . .	461
9. Prioritätserhalt bei Übertragung . . . . .	461
II. Priorität bezogen auf den räumlichen Schutzbereich . . . . .	462
III. Priorität und Prioritätsverschiebungen beim sachlichen Schutzgegenstand . . . . .	462
1. Allgemeines . . . . .	462
2. Hinzunahme weiterer Geschäftsgegenstände . . . . .	462
3. Besonderheiten bei großen Handelsketten . . . . .	465
4. Aufgabe und wesentliche Änderung des Geschäftsgegenstands . . . . .	466
5. Anpassung der Geschäftstätigkeit . . . . .	466
C. Priorität und Prioritätserhalt des schlagwortartigen Firmenbestandteils . . . . .	466
I. Priorität entspricht der Firma . . . . .	466
II. Prioritätserhalt bei Änderung der Firma unter Beibehaltung des schlagwortartigen Firmenbestandteils . . . . .	466
III. Aufgabe des Firmenbestandteils und Weiternutzung als besondere Geschäftsbezeichnung . . . . .	467
D. Kein Prioritätserhalt bei Aufgabe eines Unternehmenskennzeichens, Weiternutzung als Marke und Aufrücken zu Unternehmenskennzeichen . . . . .	468
E. Prioritätserhalt bei Übertragung des Unternehmenskennzeichens . . . . .	468
I. Grundsatz . . . . .	468
II. Übertragung des Unternehmenskennzeichens . . . . .	469
F. Prioritätserhalt bei Rechtsformwechsel . . . . .	469
G. Prioritätserhalt bei Aufspaltung und Abspaltung . . . . .	469
H. Die Berufung auf eigene Rechte zum Zwecke der Verteidigung im Zeichenkonflikt . . . . .	470
I. Einredeweise Geltendmachung . . . . .	470
II. Rechte, auf welche die Einrede gestützt werden kann . . . . .	471
I. Die Berufung auf die Priorität von Rechten Dritter . . . . .	472
I. Allgemeines . . . . .	472
II. Dogmatische Fundierung – §§ 1004 Abs. 2, 986 Abs. 1 BGB analog . . . . .	473
III. Reichweite . . . . .	474
1. Abhängigkeit vom Bestehen des älteren Rechts . . . . .	474
2. Lizenzerwerb zu Zwecken der Rechtsverteidigung . . . . .	474
3. Berufung nur auf ein älteres Zeichen, das der angegriffenen Benutzungsform entspricht . . . . .	475
4. Berufung nur auf ein älteres Zeichen, dessen sachlicher Schutzbereich die angegriffene Betätigung abdeckt . . . . .	475
<b>§ 10 Das Schutzende</b> . . . . .	476
A. Grundlagen . . . . .	476



B.	Beendigung des Gebrauchs des Zeichens . . . . .	478
I.	Endgültige Aufgabe . . . . .	478
	1. Grundsatz . . . . .	478
	2. Aufnahme der Benutzung einer neuen Bezeichnung. . . . .	479
	3. Wesentliche Änderung des Zeichens. . . . .	480
	4. Weiterbenutzung eines aufgegebenen Firmenkerns als besondere Geschäftsbezeichnung. . . . .	483
	5. Weiterbenutzung eines altbekannten Unternehmenskennzeichens als Marke . . . . .	483
	6. Weiterbenutzung als Domainname . . . . .	484
	7. Traditionspflege . . . . .	484
II.	Vorübergehende Nichtbenutzung . . . . .	485
III.	Weiterbenutzung durch Repräsentanten . . . . .	486
C.	Aufgabe des Unternehmens. . . . .	486
I.	Endgültige Einstellung der geschäftlichen Tätigkeit. . . . .	486
	1. Endgültige Aufgabe des Unternehmens. . . . .	486
	2. Aufgabe eines von mehreren Geschäftsgegenständen . . . . .	489
	3. Wesentliche Änderung des Geschäftsgegenstandes . . . . .	490
	4. Anpassung der Geschäftstätigkeit . . . . .	490
	5. Allmähliche Umgestaltung und Erweiterung um weitere Geschäftsgegenstände . . . . .	491
	6. Charakterändernde Verkleinerung . . . . .	491
	7. Vollständige Eingliederung in ein anderes Unternehmen. . . . .	491
	8. Wechsel der Rechtsform . . . . .	492
	9. Verlust der Kaufmannseigenschaft . . . . .	492
II.	Vorübergehende Unterbrechung der geschäftlichen Tätigkeit. . . . .	493
	1. Keine endgültige Aufgabe eines zeitweise ruhenden Unternehmens . . . . .	493
	a) Grundsatz . . . . .	493
	b) Beurteilung . . . . .	494
	c) Maßgeblicher Zeitpunkt . . . . .	495
	2. Fortsetzungsmöglichkeit . . . . .	496
	3. Fortsetzungswille . . . . .	499
	4. Dauer und Grund der Unterbrechung . . . . .	500
	5. Ausgewählte Kasuistik. . . . .	501
	a) Vorübergehende Unterbrechung angenommen . . . . .	501
	b) Endgültige Einstellung angenommen . . . . .	502
III.	Wiederaufleben der ursprünglichen Priorität eines »berühmten« Unternehmenskennzeichens . . . . .	502
D.	Trennung des Unternehmenskennzeichens vom Unternehmen . . . . .	503
E.	Wegfall des Rechtsträgers . . . . .	504
I.	Allgemeines . . . . .	504
II.	Juristische Personen . . . . .	504
	1. Auflösung der juristischen Person . . . . .	504
	2. Verschmelzung . . . . .	504
III.	Personengesellschaften . . . . .	504
IV.	Künstlerensembles . . . . .	505
V.	Natürliche Personen. . . . .	505
F.	Verlust der Benutzungsbefugnis . . . . .	506
G.	Verlust der Unterscheidungskraft . . . . .	506
I.	Allgemeines . . . . .	506
II.	Einzelheiten . . . . .	507
	1. Sprachüblich gewordene Bezeichnungen . . . . .	507
	2. Umwandlung zur Gattungsbezeichnung . . . . .	507
	a) Der Prozeß der Umwandlung. . . . .	507
	b) Voraussetzungen der Umwandlung zur Gattungsbezeichnung . . . . .	509
	aa) Begriff der Gattungsbezeichnung . . . . .	509
	bb) »Entwicklung« und »Umwandlung« zur Gattungsbezeichnung. . . . .	509
	cc) Fundierung des Ansatzes der Rechtsprechung . . . . .	510
H.	Verlust der Verkehrsgeltung . . . . .	512

I.	Grundsatz . . . . .	512
II.	Konstellationen des Verlusts der Verkehrsgeltung . . . . .	512
III.	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	514
IV.	Rechtsmißbräuchliche Berufung auf den Wegfall der Verkehrsgeltung . . . . .	514
<b>§ 11</b>	<b>Das subjektive Recht gemäß § 15 Abs. 1 MarkenG, sein sachlicher Gegenstand und seine räumliche Reichweite . . . . .</b>	<b>515</b>
A.	Absolutes Recht . . . . .	515
I.	Allgemeines . . . . .	515
II.	Negatives Verbotungsrecht . . . . .	516
III.	Strafrechtlich geschütztes Rechtsgut . . . . .	516
IV.	Relatives Schutzhindernis bzw. Löschungsgrund . . . . .	516
B.	Positives Benutzungsrecht? . . . . .	516
I.	Streitstand . . . . .	516
II.	Positives Benutzungsrecht für bürgerlichen Namen, Firma und Firmenbestandteil . . . . .	517
III.	Kein allgemeines positives Benutzungsrecht . . . . .	517
C.	Der sachliche Schutzgegenstand . . . . .	518
I.	Die Unterscheidung zwischen Schutzzumfang und Schutzgegenstand . . . . .	518
II.	Der Geschäftsgegenstand als sachlicher Schutzgegenstand . . . . .	518
D.	Der räumliche Schutzbereich . . . . .	520
I.	Grundlagen . . . . .	520
II.	Kennzeichen mit namensmäßiger Unterscheidungskraft von Haus aus . . . . .	521
1.	Ausgangspunkt der Rechtsprechung . . . . .	521
2.	Fallgruppen . . . . .	522
a)	Beschränkter räumlicher Schutzbereich . . . . .	522
aa)	Allgemeines . . . . .	522
bb)	Lokal beschränkter Schutz . . . . .	523
cc)	Erweiterung des räumlichen Schutzbereichs auf das Einzugsgebiet . . . . .	525
dd)	Besonderheiten im stationären Groß- und Einzelhandel . . . . .	526
ee)	Besonderheiten bei Dienstleistungen und im Handwerk . . . . .	528
ff)	Besonderheiten im Reisegewerbe . . . . .	528
b)	Ausdehnungsbereich als »Cordon sanitaire« für künftige räumliche Ausdehnung . . . . .	528
c)	Bundesweiter Schutz . . . . .	530
d)	Maßgeblicher Zeitpunkt . . . . .	533
e)	Schutz räumlich begrenzter Kennzeichenrechte gegenüber bundesweit geschützten jüngeren Zeichen . . . . .	533
III.	Nur kraft Verkehrsgeltung geschützte Unternehmenskennzeichen . . . . .	534
<b>§ 12</b>	<b>Die allgemeinen Voraussetzungen der Verletzungstatbestände . . . . .</b>	<b>536</b>
A.	Überblick . . . . .	537
B.	Benutzung im geschäftlichen Verkehr . . . . .	538
I.	Allgemeines . . . . .	538
1.	Funktion der Tatbestandsvoraussetzung . . . . .	538
2.	Zum Begriff des geschäftlichen Verkehrs . . . . .	539
3.	Feststellung im Prozeß . . . . .	540
4.	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	540
II.	Fallgruppen . . . . .	540
1.	Abgrenzung zum privaten Handeln außerhalb des Wirtschaftslebens . . . . .	540
a)	Grundsätze . . . . .	540
b)	Kasuistik . . . . .	544
aa)	Handeln im geschäftlichen Verkehr bejaht . . . . .	544
bb)	Handeln im geschäftlichen Verkehr verneint . . . . .	545
2.	Abgrenzung zu innerbetrieblichen Vorgängen . . . . .	546
a)	Betriebsinterne Handlungen . . . . .	546

b)	Handlungen im Konzernverbund . . . . .	547
3.	Hoheitliche Handlungen . . . . .	547
C.	Die unbefugte Benutzung. . . . .	548
I.	Allgemeines . . . . .	548
1.	Die unbefugte Benutzung als widerrechtliches Handeln . . . . .	548
2.	Abgrenzung zu Priorität. . . . .	549
3.	Abgrenzung zu den Schranken des § 23 MarkenG . . . . .	549
a)	Gleichnamigkeit und Gleichgewichtslagen (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 1 MarkenG). . . . .	549
b)	Benutzung der eigenen Anschrift (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 2 MarkenG). . . . .	549
c)	Benutzung nicht unterscheidungskräftiger Zeichen oder beschreibender Angaben (§ 23 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG) . . . . .	549
d)	Referentielle Benutzung fremder Zeichen als Hinweis auf deren Inhaber oder dessen Produkte (§ 23 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG) . . . . .	549
II.	Abgrenzung zur Erschöpfung . . . . .	550
III.	Unbefugte Benutzung als Benutzung ohne erforderliche Zustimmung des Zeicheninhabers . . . . .	550
1.	Vorhandene Zustimmung des Zeicheninhabers . . . . .	550
a)	Grundsatz . . . . .	550
b)	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	551
2.	Nicht erforderliche Zustimmung des Zeicheninhabers . . . . .	551
a)	Referentielle Benutzung eines Unternehmenskennzeichens zum Zwecke der Individualisierung seines Inhabers oder dessen Unternehmen . . . . .	551
aa)	Grundsatz . . . . .	551
bb)	Funktionsgerechte Benutzung . . . . .	553
α)	Grundsatz . . . . .	553
β)	Anwendungsfälle einer nicht unbefugten identifizierenden Benutzung. . . . .	555
cc)	Nicht funktionsgerechte Benutzung . . . . .	557
α)	Relevanz sämtlicher rechtlich geschützter Funktionen des Unternehmenskennzeichens. . . . .	557
β)	Hervorrufen einer Verwechslungsgefahr als Beeinträchtigung der Individualisierungs- und Unterscheidungsfunktion . . . . .	557
γ)	Gefahr der Ausbeutung oder Beeinträchtigung der Wertschätzung oder Unterscheidungskraft als Beeinträchtigung der Goodwill-Funktion. . . . .	559
b)	Nennung eines Unternehmenskennzeichens in der vergleichenden Werbung. . . . .	562
c)	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	562
D.	Die kennzeichenmäßige Benutzung . . . . .	562
I.	Allgemeines . . . . .	562
II.	Die kennzeichenmäßige Benutzung als auf die Verwechslungsgefahr bezogener funktionaler Rechtsbegriff. . . . .	563
1.	Zusammenhang von Verwechslungsgefahr und kennzeichenmäßiger Benutzung . . . . .	563
2.	Kontinuität im Vergleich zu § 16 UWG von 1909 . . . . .	565
III.	Die kennzeichenmäßige Benutzung als auf den erweiterten Schutz bezogener funktionaler Rechtsbegriff . . . . .	566
IV.	Die kennzeichenmäßige Benutzung in der Praxis . . . . .	568
1.	Weite Auslegung . . . . .	568
2.	Eigenständige Auslegung . . . . .	569
3.	Beurteilung durch das Gericht im Verletzungsverfahren . . . . .	573
4.	Handhabung im Amtsverfahren . . . . .	576
5.	Formen kennzeichenmäßiger Benutzung . . . . .	576
a)	Benutzung nach Art eines Unternehmenskennzeichens. . . . .	576
aa)	Grundsatz . . . . .	576
bb)	Die einzelnen Benutzungsfornen als Unternehmenskennzeichen . . . . .	576
α)	Benutzung als Name . . . . .	576

	β)	Benutzung als Firma . . . . .	577
	γ)	Firmenmäßige Benutzung . . . . .	578
	δ)	Benutzung als besondere Geschäftsbezeichnung . . . . .	580
	e)	Benutzung als Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	580
b)		Benutzung nach Art einer Marke . . . . .	581
	aa)	Markenmäßige Benutzung . . . . .	581
	bb)	Markenanmeldung . . . . .	583
c)		Rückgriff auf die Kataloge typischer Verletzungshandlungen in § 14 Abs. 3 und 4 MarkenG . . . . .	583
d)		Nicht: Benutzung als Bestellzeichen bzw. Modellbezeichnung . . . . .	585
	aa)	Begriff . . . . .	585
	bb)	Beurteilungsgrundsätze . . . . .	585
		α) Allgemeine Beurteilungsgrundsätze . . . . .	585
		β) Beurteilungsgrundsätze in der Textil- und Modebranche . . . . .	587
		γ) Beurteilungsgrundsätze in der Möbelbranche . . . . .	589
	cc)	Kasuistik . . . . .	589
		α) Marken- bzw. kennzeichenmäßige Benutzung bejaht . . . . .	589
		β) Marken- bzw. kennzeichenmäßige Benutzung verneint . . . . .	591
e)		Benutzung als Werktitel . . . . .	591
	aa)	Keine kennzeichenmäßige Benutzung im Regelfall . . . . .	591
	bb)	Werktitel als Hinweis auf ein Unternehmen . . . . .	592
		α) Werktitel als Hinweis auf das den Titel verwendende Unternehmen . . . . .	592
		β) Bekanntes Unternehmenskennzeichen als Bestandteil eines Werktitels . . . . .	594
	cc)	Titelschutzanzeige . . . . .	595
f)		Internetsachverhalte . . . . .	595
	aa)	Nutzung innerhalb einer URL . . . . .	595
	bb)	Teil einer E-Mail-Adresse . . . . .	597
	cc)	Metatags . . . . .	597
	dd)	Keyword-Werbung . . . . .	598
		α) Allgemeines . . . . .	598
		β) Schutz gegen Verwechslungsgefahr gemäß § 15 Abs. 2 MarkenG . . . . .	599
		αα) Keine kennzeichenmäßige Benutzung bei nicht verwechslungsfähiger Gestaltung der Werbeanzeige . . . . .	599
		ββ) Kennzeichenmäßige Benutzung bei verwechslungsfähiger Gestaltung der Werbeanzeige . . . . .	601
		γγ) Kennzeichenmäßige Benutzung mit Blick auf die Trefferliste von Suchmaschinen bei Handelsplattformen . . . . .	605
	γ)	Erweiterter Schutz gemäß § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	606
	ee)	Suchwortvorschläge in Suchmaschinen auf Handelsplattformen . . . . .	607
g)		Nutzung von Zeichen in sozialen Medien . . . . .	608
	aa)	Vanity-URLs . . . . .	608
	bb)	Brand Tagging . . . . .	608
	cc)	Hashtags . . . . .	608
6.		Für die Verkehrsauffassung maßgebliche Umstände . . . . .	610
	a)	Konkrete Art der Nutzung vor dem Hintergrund der Kennzeichnungsgewohnheiten auf dem jeweiligen Sektor . . . . .	610
		aa) Allgemeine Grundsätze . . . . .	610
		bb) Einzelheiten . . . . .	611
	b)	Charakter und Kennzeichnungskraft der Bezeichnung im Lichte der Kennzeichnungsgewohnheiten auf dem jeweiligen Sektor . . . . .	615
	c)	Fallgruppen . . . . .	621
	aa)	Familiennamen . . . . .	621

bb)	Zeichen mit Unterscheidungskraft von Haus aus . . . . .	621
cc)	Von Haus aus beschreibende Zeichen . . . . .	622
	α) In der Regel keine kennzeichenmäßige Benutzung . . . . .	622
	β) Verkehrsgeltung . . . . .	624
dd)	Bekannte Zeichen auf der Schwelle zur Gattungsbezeichnung . . .	625
ee)	Mündliche Benutzung . . . . .	626
ff)	Benutzung als Adreßbezeichnung . . . . .	627
gg)	Benutzung als Bezeichnung einer Veranstaltung . . . . .	628
hh)	Produktgestaltender Gebrauch und Verwendung als Verzierung . .	628
ii)	Benutzung der Kennzeichen von Originalherstellern auf Spielzeug- modellen . . . . .	635
jj)	Allgemeinaussagen . . . . .	636
kk)	Bildzeichen . . . . .	636
ll)	Farben . . . . .	637
mm)	Produktformen . . . . .	637
nn)	Markenparodie . . . . .	638
oo)	Benutzung als Anpreisung, Werbespruch oder Slogan . . . . .	639
pp)	Benutzung des Unternehmenskennzeichens auf gebrauchten Produkten des Zeicheninhabers . . . . .	640
qq)	Zeichen auf Verkaufsbehältern und Abgabegeräten . . . . .	642
rr)	Aufklärende Hinweise . . . . .	643
ss)	Vergleichende Werbung . . . . .	644
tt)	Nennung eines bekannten Unternehmenskennzeichens nach Art einer Beschaffenheitsangabe . . . . .	644
uu)	Nennung als Bestimmungsangabe . . . . .	645
vv)	Referentielle Nennung eines Unternehmenskennzeichens . . . . .	645
ww)	Redaktionelle Verwendung in Presseorganen und Branchenver- zeichnissen . . . . .	647
xx)	Verschlüsselte Zeichen . . . . .	647
yy)	Produktkennzeichnung bei vertikal integrierten Vertriebssyste- men und »Ein-Marken-Unternehmen« . . . . .	647
zz)	Bezeichnungen und Icons von Apps . . . . .	648
V.	Analoge Anwendung des § 15 Abs. 3 MarkenG bei fehlender kennzeichenmäßiger Benutzung? . . . . .	649
E.	Inlandsbezug . . . . .	649
I.	Erfordernis einer inländischen Benutzungshandlung . . . . .	649
	1. Territorialitätsprinzip . . . . .	649
	2. Einzelheiten zum Inlandsbezug . . . . .	650
	a) Inlandsbezug bei Tatbeteiligung und -veranlassung . . . . .	650
	b) Keine Notwendigkeit von Ansätzen einer dauerhaften Benutzung . . . . .	650
	c) Besonderheiten bei internationalen Messen . . . . .	651
	d) Anbieten von Waren und Dienstleistungen aus dem Inland . . . . .	652
	e) Einfuhr . . . . .	653
	f) Durchfuhr . . . . .	654
	g) Erstbegehungsgefahr für das Inland durch Handlungen im Ausland . . .	654
II.	Grenzüberschreitende Sachverhalte, insbesondere im Internet . . . . .	655
	1. Unterscheidung zwischen dem Schwerpunkt des Verhaltens im Inland und im Ausland . . . . .	655
	2. Der »commercial effect« von grenzüberschreitenden Benutzungshandlungen mit Schwerpunkt im Ausland . . . . .	656
	a) Grundsatz . . . . .	656
	b) Anhaltspunkte . . . . .	658
	c) Interessenabwägung . . . . .	661
 <b>§ 13 Der Schutz gegen Verwechslungsgefahr gemäß § 15 Abs. 2 MarkenG . .</b>		<b>662</b>
A.	Die Verwechslungsgefahr als zentraler Verletzungstatbestand . . . . .	665

## Inhaltsverzeichnis

I.	Struktur des Tatbestands. . . . .	665
1.	Zentraler Verletzungstatbestand. . . . .	665
2.	Unvollkommener Wortlaut . . . . .	665
II.	Verwechslungsgefahr als Beeinträchtigung der rechtlich geschützten Funktionen des Unternehmenskennzeichens. . . . .	666
III.	Begriff der Verwechslungsgefahr . . . . .	668
1.	Definition der Verwechslungsgefahr . . . . .	668
2.	Abstrakte Bestimmung der Verwechslungsgefahr anhand der konkreten Zeichenbenutzung . . . . .	669
IV.	Die drei Erscheinungsformen der Verwechslungsgefahr . . . . .	670
1.	Die Verwechslungsgefahr im engeren Sinne . . . . .	670
a)	Grundsatz . . . . .	670
b)	Verwechslungsgefahr bei Nutzung des Unternehmenskennzeichens oder eines ähnlichen Zeichens auf fremden Produkten. . . . .	671
c)	Verwechslungsgefahr beim »unechten Reklamegegenstand« und bei der »Fake-Werbung« . . . . .	671
2.	Die Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne. . . . .	673
a)	Begriff der Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne . . . . .	673
b)	Dogmatische Rechtfertigung der Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne . . . . .	675
c)	Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne durch Annahme von organisatorischen Verbindungen. . . . .	676
d)	Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne durch Annahme von »Beziehungen sonstiger Art«. . . . .	678
e)	Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne durch Lizenzvermutung . . . . .	680
aa)	Die Lizenzvermutung als Kriterium für die Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne in Rechtsprechung und Literatur . . . . .	680
bb)	Einwände gegen die Lizenzvermutung als Bestandteil der Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne . . . . .	683
cc)	Eigene Auffassung . . . . .	684
α)	Die Lizenzvermutung als relevanter Irrtum . . . . .	684
β)	Systematische Eigenständigkeit des § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	686
3.	Die mittelbare Verwechslungsgefahr . . . . .	687
V.	Der maßgebliche Zeitpunkt für das Auftreten von Verwechslungsgefahr . . . . .	688
B.	Das Verhältnis des Begriffs der Verwechslungsgefahr in § 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 MarkenG und § 15 Abs. 2 MarkenG . . . . .	690
I.	Begriffliche Kontinuität im Verhältnis zu § 16 UWG von 1909 . . . . .	690
II.	Unterschiede zur Handhabung der Verwechslungsgefahr in § 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 MarkenG . . . . .	690
1.	Divergenz durch autonome Auslegung des § 15 Abs. 2 MarkenG . . . . .	690
2.	Eigenständige Auslegung der Verwechslungsgefahr in § 15 Abs. 2 MarkenG trotz »Einheitlichkeit der Kennzeichenrechte«. . . . .	690
a)	Das Streben nach der »Einheitlichkeit der Kennzeichenrechte« in der Literatur . . . . .	690
b)	Die Rechtsprechung des BGH . . . . .	692
c)	Die Praxis des EUIPO . . . . .	693
d)	Funktionsbedingte Grenzen einer einheitlichen Auslegung der Verwechslungsgefahr. . . . .	694
C.	Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr. . . . .	697
I.	Die Verwechslungsgefahr als Rechtsfrage und ihre Beurteilung . . . . .	697
1.	Keine Bindung des Verletzungsgerichts . . . . .	697
a)	Entscheidungen im Amtsverfahren . . . . .	697
b)	Entscheidungen im Registerverfahren. . . . .	697
2.	Rechtsfrage. . . . .	697
3.	Die Maßgeblichkeit der Verkehrsauffassung . . . . .	699
a)	Verkehrsauffassung und Verkehrskreise . . . . .	699
b)	Bestimmung der angesprochenen Verkehrskreise. . . . .	701
aa)	Abgrenzung nach objektiven Kriterien . . . . .	701

	bb) Fachkreise . . . . .	701
	cc) Liebhaber und wohlhabende Interessenten von Luxusgütern . . . . .	702
	dd) Sprachkreise . . . . .	702
	ee) Zielgruppen . . . . .	703
	c) Keine »gespaltene Verkehrsauffassung« . . . . .	704
	d) Verwechslungsgefahr in einem Verkehrskreis ausreichend . . . . .	704
4.	Ermittlung der Verkehrsauffassung als tatrichterliche Anwendung von Erfahrungswissen . . . . .	705
5.	Die Rolle der anwendbaren Erfahrungssätze . . . . .	708
	a) Praktische Bedeutung von Erfahrungssätzen . . . . .	708
	b) Rechtsnatur der Erfahrungssätze . . . . .	709
6.	Das normative Leitbild für das Verkehrsverständnis . . . . .	711
	a) Der durchschnittlich informierte, aufmerksame und verständige Durchschnittsabnehmer . . . . .	711
	aa) Bei eingetragenen Marken anwendbare Grundsätze . . . . .	711
	bb) Sinngemäße Übertragung auf Unternehmenskennzeichen . . . . .	713
	α) Durchschnittsadressat . . . . .	713
	β) Abnehmerkreise und andere Verkehrskreise . . . . .	714
	αα) Abnehmerkreise . . . . .	714
	ββ) Weitere Verkehrskreise . . . . .	715
	γγ) Fachleute als Verbraucher . . . . .	715
	δδ) Abstrakte Betrachtungsweise . . . . .	716
	γ) »Post-sale Confusion« . . . . .	716
	b) Der zu erwartende Grad der Aufmerksamkeit . . . . .	716
	aa) Allgemeines . . . . .	716
	bb) Verbraucher . . . . .	717
	α) Beurteilungsgrundsätze . . . . .	717
	β) Kasuistik . . . . .	720
	cc) Fachkreise . . . . .	722
	c) Der zu erwartende Kenntnisstand . . . . .	724
	aa) Grundlagen . . . . .	724
	bb) Branchenkenntnis . . . . .	726
	cc) Kenntnis der Kennzeichnungsgewohnheiten . . . . .	729
	dd) Sprachkenntnisse . . . . .	730
	d) Der zu erwartende Grad an Verständigkeit (Besonnenheit) . . . . .	731
II.	Der maßgebliche Zeitpunkt für die Beurteilung der Verwechslungsgefahr . . . . .	732
	1. Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch . . . . .	732
	a) Grundsatz . . . . .	732
	b) Geschütztes jüngeres Zeichen . . . . .	733
	2. Bereicherungs-, Schadensersatz- und Auskunftsanspruch . . . . .	733
D.	Einzelheiten zur Beurteilung der Verwechslungsgefahr . . . . .	733
	I. Die Verwechslungsgefahr als bewegliches System komparativer Beurteilungssätze . . . . .	733
	II. Die Beurteilungskriterien des beweglichen Systems in ihrer Anwendung . . . . .	735
	1. Die Kennzeichnungskraft . . . . .	735
	a) Die Stärke der Kennzeichnungskraft als mitbestimmender Faktor . . . . .	735
	aa) Die besondere Bedeutung der Kennzeichnungskraft für die Verwechslungsgefahr . . . . .	735
	bb) Begriff der Kennzeichnungskraft . . . . .	735
	cc) Mit dem Grad der Kennzeichnungskraft wachsender Schutzbereich . . . . .	735
	dd) Dogmatische Fundierung . . . . .	736
	ee) Rechtsfrage . . . . .	740
	b) Die Kennzeichnungskraft eines Unternehmenskennzeichens von Haus aus . . . . .	740
	aa) Allgemeines . . . . .	740
	bb) Schwache Kennzeichnungskraft . . . . .	740
	α) Beschreibende Anklänge . . . . .	740

	αα) Grundsätze . . . . .	740
	ββ) Kasuistik. . . . .	742
	β) Allerweltsnamen . . . . .	744
	γ) Verbandsnamen . . . . .	744
	δ) Namen berühmter historischer Persönlichkeiten. . . . .	744
	ε) Abstand zu Drittzeichen. . . . .	745
	ζ) Reduzierung des Schutzbereichs als Folge der schwachen Kennzeichnungskraft . . . . .	745
cc)	Durchschnittliche Kennzeichnungskraft . . . . .	751
	α) Grundsätze . . . . .	751
	β) Kasuistik. . . . .	753
dd)	Überdurchschnittliche Kennzeichnungskraft . . . . .	755
ee)	Kennzeichnungskraft von Unternehmenskennzeichen, die durch Verkehrsgeltung Schutz errungen haben . . . . .	756
	α) Beschreibende und freihaltebedürftige Angaben . . . . .	756
	β) Zum Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion aufgerückte andere Wortzeichen . . . . .	757
	γ) Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	757
c)	Steigerung der Kennzeichnungskraft durch Benutzung. . . . .	757
	aa) Grundlagen . . . . .	757
	α) Steigerung durch Benutzung . . . . .	757
	β) Gemeinschaftliche Benutzung . . . . .	757
	γ) Benutzung durch Lizenznehmer . . . . .	758
	δ) Benutzung eines Unternehmenskennzeichens als Marke. . .	758
	ε) Benutzung als Element eines Kombinationszeichens . . . .	759
	ζ) Rückgang einer einstmals gesteigerten Kennzeichnungs- kraft auf Normalmaß. . . . .	759
	bb) Feststellung der durch Benutzung gesteigerten Kennzeichnungs- kraft. . . . .	759
	cc) Exkurs: Kriterien für die Steigerung der Kennzeichnungskraft von eingetragenen Marken nach der Rechtsprechung des EuGH .	761
	dd) Die beim Unternehmenskennzeichen geltenden Grundsätze . . . .	762
	α) Orientierung an den »Lloyd«-Kriterien neben anderen . . .	762
	β) Eigenschaften des Unternehmenskennzeichens von Haus aus. . . . .	764
	γ) Markterfolg. . . . .	764
	δ) Intensität, geographische Verbreitung und Dauer der Benut- zung . . . . .	765
	ε) Werbeaufwand und Werbemaßnahmen . . . . .	765
	ζ) Zuordnungsgrad . . . . .	767
	αα) Zuordnung des Unternehmenskennzeichens zum Unternehmen . . . . .	767
	ββ) Die angesprochenen Verkehrskreise. . . . .	768
	η) Erklärungen von IHKs, Berufsverbänden oder Branchenver- tretern . . . . .	768
	ee) Kasuistik . . . . .	768
d)	Schwächung der Kennzeichnungskraft durch Drittzeichen . . . . .	770
	aa) Grundlagen . . . . .	770
	bb) Normative Begründung . . . . .	772
	cc) Der maßgebliche Zeitpunkt für die Zeichenschwächung . . . . .	773
	dd) Die Voraussetzungen im einzelnen . . . . .	774
	α) Schwächung nur durch Kennzeichen. . . . .	774
	β) Schwächung nur durch gleiche oder sehr ähnliche Zeichen	774
	γ) Schwächung nur durch Zeichen in der gleichen oder einer eng benachbarten Branche . . . . .	776
	δ) Schwächung nur durch Zeichen innerhalb des räumlichen Schutzbereichs . . . . .	777



ε)	Anzahl der Drittzeichen . . . . .	777
ζ)	Umfang und wirtschaftliche Bedeutung der Benutzung der Drittzeichen. . . . .	777
η)	Dauerhaftes Nebeneinanderbestehen . . . . .	779
θ)	Weitgehende Resistenz von Zeichen mit Verkehrsgeltung und gesteigerter Kennzeichnungskraft gegen Schwächung . . . . .	779
ι)	Nicht schwächende und schwächende Eigen- und Drittbe- nutzungen. . . . .	779
κ)	Schwächung durch Zeichen Dritter, nicht des Verletzers . . . . .	781
ee)	Gesamtabwägung mit Blick auf das angegriffene jüngere Zeichen. . . . .	781
ff)	Kasuistik . . . . .	782
2.	Die Zeichenähnlichkeit . . . . .	782
a)	Identität und Ähnlichkeit von Zeichen. . . . .	782
aa)	Bedeutung im Rahmen des Verletzungstatbestands . . . . .	782
bb)	Zeichenidentität . . . . .	782
cc)	Zeichenähnlichkeit . . . . .	784
α)	Der Begriff der Zeichenähnlichkeit . . . . .	784
β)	Graduelle Abstufungen der Zeichenähnlichkeit und ihre Bedeutung. . . . .	784
γ)	Zusammenhang mit den anderen Faktoren der Verwech- slungsgefahr . . . . .	785
δ)	Rechtscharakter . . . . .	785
ε)	Die Beurteilung der Zeichenähnlichkeit und die Rolle der Erfahrungssätze. . . . .	785
b)	Die Auswahl der sich gegenüberstehenden Zeichen bei der Beurteilung von Zeichenidentität und Zeichenähnlichkeit. . . . .	786
aa)	Das prioritätsältere Zeichen . . . . .	786
α)	Grundsatz . . . . .	786
β)	Schlagwortartiger Namens- und Firmenbestandteil als äl- teres Recht. . . . .	786
γ)	Mehrgliedrige besondere Geschäftsbezeichnung als älteres Recht. . . . .	786
bb)	Das jüngere Zeichen . . . . .	788
α)	Grundsatz . . . . .	788
β)	Spiegelbildlicher Maßstab für jüngere Namen, Firmen, besondere Geschäftsbezeichnungen und Geschäftsabzei- chen bei der Prüfung der Zeichenähnlichkeit . . . . .	788
γ)	Jüngere Marken . . . . .	790
cc)	Die Abgrenzung des Kombinationszeichens von der Mehrfach- kennzeichnung . . . . .	791
α)	Praktische Bedeutung der Abgrenzung. . . . .	791
β)	Kriterien für die Abgrenzung. . . . .	792
c)	Ausblendung der Begleitumstände . . . . .	798
d)	Besonderheiten bei Domainnamen . . . . .	799
e)	Allgemeine Grundsätze für den Zeichenvergleich . . . . .	800
aa)	Undeutlicher Erinnerungseindruck . . . . .	800
bb)	Stärkeres Gewicht der Übereinstimmungen . . . . .	800
cc)	Prüfungsreihenfolge . . . . .	801
dd)	Der Gesamteindruck und seine Facetten. . . . .	801
α)	Maßgeblichkeit des Gesamteindrucks . . . . .	801
β)	Die Beurteilung des Gesamteindrucks durch das Gericht . . . . .	804
γ)	Prägetheorie und selbständig kennzeichnende Stellung. . . . .	804
αα)	Grundsatz der Prägetheorie. . . . .	804
ββ)	Die Kennzeichnungskraft des Zeichenbestandteils und weitere Faktoren für die Prägung . . . . .	807
γγ)	Erhalt einer selbständig kennzeichnenden Stellung . . . . .	809

## Inhaltsverzeichnis

---

	(i) Begriff der selbständig kennzeichnenden Stellung . . . . .	809
	(ii) Bedeutung der selbständig kennzeichnenden Stellung mit Blick auf die Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne . . . . .	810
	(iii) Kriterien für die Beurteilung der selbständig kennzeichnenden Stellung . . . . .	810
	(iv) Kasuistik . . . . .	825
	δ) Besonderheiten bei bekannten Unternehmenskennzeichen mit Blick auf die Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne . . . . .	833
f)	Die Beurteilung der Zeichenähnlichkeit hinsichtlich der unterschiedlichen Zeichenkategorien. . . . .	834
	aa) Die Ähnlichkeit von Wortzeichen untereinander . . . . .	834
	α) Allgemeine Grundsätze. . . . .	834
	β) Die drei Wahrnehmungsrichtungen Klang, Schriftbild und Sinngehalt. . . . .	836
	αα) Klangwirkung . . . . .	839
	(i) Grundsätze . . . . .	839
	(ii) Kriterien für den Zeichenvergleich . . . . .	844
	(iii) Kasuistik . . . . .	848
	ββ) Optische Wirkung . . . . .	853
	(i) Grundsätze . . . . .	853
	(ii) Kriterien für den Zeichenvergleich . . . . .	855
	(iii) Kasuistik . . . . .	858
	γγ) Sinngehalt. . . . .	862
	(i) Grundsätze . . . . .	862
	(ii) Kasuistik . . . . .	866
	δδ) Ausschluß der Zeichenähnlichkeit wegen deutlich abweichenden Sinngehalts. . . . .	867
	(i) Grundsätze . . . . .	867
	(ii) Kasuistik . . . . .	871
	γ) Besonderheiten bei Werbeslogans . . . . .	872
	αα) Keine Verkürzungsneigung . . . . .	872
	ββ) Kasuistik. . . . .	872
bb)	Die Ähnlichkeit von Bildzeichen untereinander . . . . .	873
	α) Allgemeine Grundsätze. . . . .	873
	β) Gestaltgesetze der Wahrnehmung . . . . .	876
	γ) Die beiden Wahrnehmungsrichtungen Erscheinungsbild und Sinngehalt. . . . .	878
	αα) Erscheinungsbild . . . . .	878
	(i) Grundsätze . . . . .	878
	(ii) Kasuistik . . . . .	879
	ββ) Sinngehalt. . . . .	883
	(i) Grundsätze . . . . .	883
	(ii) Kasuistik . . . . .	886
cc)	Die Ähnlichkeit von dreidimensionalen Gestaltungen untereinander. . . . .	887
dd)	Die wechselseitige Ähnlichkeit von Wortzeichen, Bildzeichen und dreidimensionalen Gestaltungen . . . . .	888
	α) Verletzung von Bildzeichen durch wörtliche Wiedergabe . . . . .	888
	β) Verletzung von Bildzeichen durch dreidimensionale Wiedergabe. . . . .	889
	γ) Verletzung von dreidimensionalen Zeichen durch Bildzeichen. . . . .	889
	δ) Verletzung von Wortzeichen durch Bildzeichen sowie Farben . . . . .	889

	ε)	Verletzung von Wortzeichen durch dreidimensionale Gestaltungen . . . . .	890
	ζ)	Verletzung von dreidimensionalen Zeichen durch Wortzeichen. . . . .	891
	ee)	Kombinationszeichen mit Wortbestandteil . . . . .	891
	α)	Allgemeines . . . . .	891
	β)	Die anwendbaren Grundsätze . . . . .	891
	αα)	Ermittlung des Gesamteindrucks nach den drei Wahrnehmungsrichtungen . . . . .	891
	ββ)	Klanglicher Zeichenvergleich . . . . .	892
	γγ)	(Schrift-)bildlicher Zeichenvergleich . . . . .	892
	(i)	Grundsätze . . . . .	892
	(ii)	Kasuistik . . . . .	893
	δδ)	Zeichenvergleich nach dem Sinngehalt . . . . .	895
	ff)	Muster und Ornamente . . . . .	895
	gg)	Hausfarben . . . . .	896
	hh)	Hörzeichen . . . . .	897
3.	Die Branchennähe . . . . .		898
	a)	Allgemeines . . . . .	898
	aa)	Die Rolle der Branchennähe innerhalb des § 15 Abs. 2 MarkenG . . . . .	898
	bb)	Rechtsfrage . . . . .	900
	cc)	Rechtsentwicklung. . . . .	900
	dd)	Eigenständigkeit des Kriteriums der Branchennähe gegenüber der Waren- und Dienstleistungsähnlichkeit bei Marken . . . . .	902
	ee)	Berührungspunkte als ausschlaggebend für die Verwechslungsgefahr . . . . .	903
	ff)	Zusammenhang von Branchennähe und Zeichenähnlichkeit . . . . .	907
	gg)	Zusammenhang von Branchennähe und Kennzeichnungskraft. . . . .	908
	hh)	Absolute Branchenferne . . . . .	910
	ii)	Praxis des EUIPO . . . . .	911
	b)	Die Bestimmung der Branchennähe. . . . .	912
	aa)	Gesamtschau . . . . .	912
	bb)	Keine Bildung von Branchen-Oberbegriffen . . . . .	912
	cc)	Der Geschäftsgegenstand, für den das ältere Unternehmenskennzeichen Schutz genießt . . . . .	914
	dd)	Die Tätigkeit des Nutzers des jüngeren Zeichens . . . . .	917
	ee)	Allgemeine Indizien für eine Branchennähe. . . . .	918
	ff)	Fallgruppen . . . . .	923
	α)	Fabrikation und Handwerk . . . . .	923
	β)	Fertig- und Halbfertigprodukte sowie Bauteile. . . . .	923
	γ)	Hersteller und Fachhändler . . . . .	924
	δ)	Groß- und Einzelhändler . . . . .	924
	ε)	Stationärer Handel, Versandhandel und E-Commerce . . . . .	925
	ζ)	Online-Nutzung. . . . .	925
	η)	Kulturschaffende. . . . .	925
	θ)	Gastronomie . . . . .	926
	ι)	Vermittlung . . . . .	926
	κ)	Franchisesysteme. . . . .	926
	λ)	Börsennotierung . . . . .	926
	μ)	Venture Capital . . . . .	927
	ν)	Wirtschaftsverbände. . . . .	927
	ξ)	Vereine . . . . .	927
	gg)	Besonderheiten bei großen Handelsunternehmen . . . . .	927
	hh)	Ausweitungstendenzen . . . . .	929
	α)	Ausweitungstendenzen beim Inhaber des älteren Unternehmenskennzeichens. . . . .	929
	αα)	Grundsatz. . . . .	929

ββ) Einzelheiten . . . . .	930
γγ) Kasuistik . . . . .	935
β) Ausweitungstendenzen beim Nutzer des jüngeren Zeichens	936
ii) Zusammenhang und Unterschiede zwischen Ausweitungstendenzen und Lizenzvermutung . . . . .	937
c) Kasuistik . . . . .	941
aa) Branchennähe bejaht . . . . .	941
bb) Branchennähe verneint . . . . .	954
III. Zum Kriterium der räumlichen Nähe . . . . .	960
IV. Zur Bedeutung vergangener verwechslungsfähiger Zeichenbenutzungen . . . . .	961
V. Indizien für das Bestehen von Verwechslungsgefahr ohne Aussagewert für das bewegliche System . . . . .	961
1. Tatsächliche Verwechslungen . . . . .	961
2. Die Absicht, Verwechslungen hervorzurufen . . . . .	963
VI. Gesamtabwägung . . . . .	964
1. Die Notwendigkeit einer Gesamtabwägung . . . . .	964
2. Faustregeln . . . . .	964

**§ 14 Der erweiterte Schutz bekannter Unternehmenskennzeichen gemäß**

<b>§ 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .</b>	<b>967</b>
A. Überblick . . . . .	969
B. Die Entwicklung des ergänzenden Kennzeichenschutzes in Deutschland vor 1995 . . . . .	969
I. Allgemeines . . . . .	969
II. Das berühmte Kennzeichen und sein Schutz gegen »Verwässerung« . . . . .	970
1. Erste Phase: Schutz über § 1 UWG von 1909 . . . . .	970
2. Zweite Phase: Schutz über §§ 12, 823 Abs. 1 BGB . . . . .	972
III. Das bekannte Kennzeichen und sein Schutz gegen Rufausbeutung und Rufschädigung . . . . .	973
C. Der erweiterte Schutz bekannter Unternehmenskennzeichen gemäß § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	975
I. Gesetzgebungsziel und Verhältnis zu § 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 MarkenG . . . . .	975
1. Schutz des mit der bekannten Kennzeichnung verbundenen wettbewerblichen Besitzstandes in Fällen fehlender Verwechslungsgefahr . . . . .	975
a) Schutz der Goodwill-Funktion außerhalb der Verwechslungsgefahr . . . . .	975
b) Verhältnis zum Schutz gegen Verwechslungsgefahr . . . . .	975
aa) Strenge Alternativität . . . . .	975
bb) Schmalere Anwendungsbereich . . . . .	976
c) Besitzstandsschutz . . . . .	977
2. Verhältnis zu den §§ 9 Abs. 1 Nr. 3, 14 Abs. 2 Satz 1 Nr. 3 MarkenG . . . . .	978
a) Kein Zwang zu richtlinienkonformer Interpretation . . . . .	978
b) Ziel des weitgehenden Gleichlaufs mit dem erweiterten Markenschutz . . . . .	978
c) Grenzen der einheitlichen und vereinheitlichenden Auslegung . . . . .	979
II. Die Bekanntheit – Aufgreifkriterium für den erweiterten Zeichenschutz . . . . .	980
1. Der Bezugspunkt der Bekanntheit . . . . .	980
a) Aufgreifkriterium . . . . .	980
b) Bekanntheit gerade als Unternehmenskennzeichen . . . . .	981
2. Die Ermittlung der Bekanntheit . . . . .	982
a) Rechtsfrage . . . . .	982
b) Darlegungs- und Beweislast . . . . .	983
c) Die für die Bekanntheit maßgeblichen Verkehrskreise . . . . .	984
aa) Problemstellung . . . . .	984
bb) Die Rechtsprechung des EuGH zur bekannten eingetragenen Marke . . . . .	984
cc) Die relevanten Verkehrskreise beim Unternehmenskennzeichen . . . . .	984
3. Das maßgebliche Gebiet . . . . .	985
a) Inländische Bekanntheit . . . . .	985

b)	Unternehmenskennzeichen mit lokal oder regional begrenztem Schutz . . . . .	985
c)	Bundesweit geschützte Unternehmenskennzeichen . . . . .	985
4.	Der maßgebliche Zeitpunkt . . . . .	987
a)	Allgemeines . . . . .	987
b)	Unterlassungs- und Beseitigungsanspruch . . . . .	987
aa)	Grundsatz . . . . .	987
bb)	Geschütztes jüngeres Zeichen. . . . .	987
c)	Bereicherungs-, Schadensersatz- und Auskunftsanspruch. . . . .	987
5.	Die Elemente der Bekanntheit . . . . .	988
a)	Allgemeines . . . . .	988
b)	Der Grad der Verkehrsanerkennung. . . . .	988
aa)	Der Zuordnungsgrad als maßgebliches Kriterium . . . . .	988
bb)	Verkehrsgeltung als Untergrenze . . . . .	989
c)	Marktanteil bzw. Markterfolg. . . . .	991
d)	Intensität der Benutzung. . . . .	992
e)	Geographische Ausdehnung der Benutzung. . . . .	992
f)	Dauer der Benutzung. . . . .	992
g)	Werbe- und Vertriebsinvestitionen. . . . .	992
h)	Weitere Anhaltspunkte . . . . .	993
i)	Keine Berücksichtigung qualitativer Elemente . . . . .	994
6.	Kasuistik . . . . .	995
III.	Identität bzw. Ähnlichkeit der Zeichen als Anknüpfungspunkt . . . . .	996
1.	Gleicher Zeichenähnlichkeitsbegriff wie bei der Verwechslungsgefahr. . . . .	996
2.	Zeichenähnlichkeit als faktischer Anknüpfungspunkt für die Tatbestände des erweiterten Schutzes . . . . .	998
IV.	Die gedankliche Verknüpfung . . . . .	1001
1.	Grundsatz . . . . .	1001
2.	Kriterien für die gedankliche Verknüpfung . . . . .	1002
a)	Gesamtbetrachtung . . . . .	1002
b)	Einzelheiten . . . . .	1003
aa)	Identität bzw. Grad der Ähnlichkeit von Unternehmenskennzeichen und jüngeren Zeichen . . . . .	1003
bb)	Grad der Branchenferne . . . . .	1004
cc)	Gemeinsamkeiten in den angesprochenen Verkehrskreisen trotz Branchenferne . . . . .	1004
α)	Allgemeines . . . . .	1004
β)	Deckung und Überschneidung der Abnehmerkreise . . . . .	1004
γ)	Unterschiedliche Abnehmerkreise . . . . .	1005
dd)	Ausmaß der Bekanntheit des älteren Unternehmenskennzeichens. . . . .	1005
ee)	Grad der Kennzeichnungskraft und Originalität des älteren Unternehmenskennzeichens. . . . .	1005
ff)	Alleinstellung . . . . .	1007
c)	Kasuistik . . . . .	1008
V.	Die einzelnen Eingriffstatbestände. . . . .	1009
1.	Allgemeines . . . . .	1009
a)	Systematik . . . . .	1009
b)	Ernsthafte Gefahr der Verwirklichung der Eingriffstatbestände. . . . .	1009
c)	Umfassende Prüfung unter Berücksichtigung der Stärke und Wirkungsweise der gedanklichen Verknüpfung . . . . .	1010
2.	Die Ausnutzungstatbestände. . . . .	1011
a)	Allgemeines . . . . .	1011
b)	Die Ausnutzung der Wertschätzung. . . . .	1011
aa)	Der Begriff der Wertschätzung i.S.d. Ausnutzungstatbestands innerhalb des § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1011
α)	Wertschätzung als Inbegriff positiver Publikumserwartungen . . . . .	1011

	β)	Rechtlich schutzwürdiges Interesse an der Übertragbarkeit des Rufs . . . . .	1012
bb)		Der Ausnutzungsvorgang . . . . .	1013
	α)	Allgemeines . . . . .	1013
	β)	Der Imagetransfer auf eine andere Branche . . . . .	1014
	γ)	Kriterien für den Imagetransfer . . . . .	1016
	αα)	Art der betroffenen Waren und Dienstleistungen und der Grad des Branchenabstands . . . . .	1016
	ββ)	Art und Überschneidungen der Abnehmerkreise . . . . .	1016
	γγ)	Art des Rufinhalts . . . . .	1018
	i)	Grund- und Zusatznutzen . . . . .	1018
	ii)	Spezifikation des Rufinhalts . . . . .	1021
	δ)	Ausnutzung der Wertschätzung innerhalb derselben Branche . . . . .	1022
c)		Die Ausnutzung der Unterscheidungskraft . . . . .	1023
	aa)	Der Begriff der Unterscheidungskraft i.S.d. Ausnutzungstatbestands innerhalb des § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1023
	bb)	Der Ausnutzungsvorgang . . . . .	1023
	α)	Die Ausnutzung der Signalwirkung des bekannten Zeichens . . . . .	1023
	β)	Kriterien für die Ausnutzung der Unterscheidungskraft . . . . .	1025
	αα)	Alleinstellung und Drittverwendung . . . . .	1025
	ββ)	Kennzeichnungskraft und Originalität des bekannten Unternehmenskennzeichens . . . . .	1026
	γγ)	Die Rolle der Zeichenähnlichkeit . . . . .	1027
3.		Die Beeinträchtigungstatbestände . . . . .	1027
	a)	Allgemeines . . . . .	1027
	b)	Die Beeinträchtigung der Wertschätzung . . . . .	1028
	aa)	Begriff der Wertschätzung i.S.d. Beeinträchtigungstatbestands innerhalb des § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1028
	bb)	Der Beeinträchtigungsvorgang . . . . .	1028
	α)	Das Wesen der Beeinträchtigung der Wertschätzung . . . . .	1028
	β)	Rufschädigung ohne Verwechslungsgefahr . . . . .	1028
	γ)	Fallgruppen . . . . .	1028
	αα)	Qualitativ minderwertige Produkte . . . . .	1028
	ββ)	Unternehmen mit schlechtem Ruf . . . . .	1029
	γγ)	Inkompatibler Zweitgebrauch . . . . .	1029
	δδ)	Kennzeichenverunglimpfung und Herabsetzung im Kontext . . . . .	1030
	c)	Die Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft . . . . .	1032
	aa)	Der Begriff der Unterscheidungskraft i.S.d. Beeinträchtigungstatbestands innerhalb des § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1032
	bb)	Der Beeinträchtigungsvorgang . . . . .	1032
	α)	Die Verwässerung . . . . .	1032
	αα)	Allgemeines . . . . .	1032
	ββ)	Die Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft bekannter eingetragener Marken nach der Formel des EuGH . . . . .	1033
	γγ)	Die Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft beim Unternehmenskennzeichen . . . . .	1038
	β)	Kriterien für die Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft . . . . .	1039
	αα)	Alleinstellung und Drittverwendung . . . . .	1039
	ββ)	Umfang, Dauer und Nachhaltigkeit der Nutzung des jüngeren Zeichens . . . . .	1040
	γγ)	Art der betroffenen Waren und Dienstleistungen und der Grad des Branchenabstands . . . . .	1040
	δδ)	Art und Überschneidungen der Abnehmerkreise . . . . .	1040
	εε)	Eigenart des bekannten Unternehmenskennzeichens . . . . .	1041

ζζ)	Die Rolle der Zeichenähnlichkeit . . . . .	1041
ηη)	Grad der Bekanntheit und Kennzeichnungskraft des bekannten Unternehmenskennzeichens. . . . .	1041
VI.	Das Tatbestandsmerkmal »ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise«. . . . .	1041
1.	Allgemeines . . . . .	1041
2.	Einzelne Rechtfertigungsgründe bzw. die Unlauterkeit ausschließende Umstände. . . . .	1043
a)	Vergleichende Werbung. . . . .	1043
b)	Nicht vermeidbare und beiläufige Tatbestandserfüllung . . . . .	1043
aa)	Nutzung bekannter Zeichen auf Modellen und Spielzeugen . . . . .	1043
bb)	Nutzung bekannter Zeichen in Ausführung eines gebilligten Geschäftsmodells. . . . .	1044
cc)	Abstrakte Farbzeichen. . . . .	1044
c)	Gattungsmäßige Verwendung. . . . .	1045
d)	Keywords. . . . .	1045
e)	Redliche Vorbenutzung. . . . .	1046
f)	Grundrechte. . . . .	1048
aa)	Anwendbarkeit deutscher Grundrechte. . . . .	1048
bb)	Meinungs- und Pressefreiheit nach Art. 5 Abs. 1 GG. . . . .	1048
cc)	Kunstfreiheit nach Art. 5 Abs. 3 GG . . . . .	1053
g)	Gleichnamigkeit und Gleichgewichtslagen. . . . .	1056
h)	Beschreibende Benutzung . . . . .	1057

**§ 15 Unternehmenskennzeichen im Rechtsverkehr – Inhaberschaft, Übertragung, Gestattung . . . . .**

		1058
A.	Inhaberschaft. . . . .	1059
I.	Grundsatz . . . . .	1059
II.	Unternehmenspacht. . . . .	1060
1.	Rechtscharakter der Unternehmenspacht . . . . .	1060
2.	Rechtsinhaberschaft . . . . .	1060
3.	Rechtsverhältnis zwischen Verpächter und Pächter während der Pachtzeit . . . . .	1061
4.	Folgen der Beendigung der Pacht . . . . .	1061
III.	Geschäftsraummiete. . . . .	1061
IV.	Auftreten von Personenmehrheiten in Kunst und Kultur . . . . .	1062
1.	Maßgeblichkeit der internen rechtlichen Beziehungen . . . . .	1062
2.	Mitgliederwechsel . . . . .	1062
3.	Produzent als Unternehmensinhaber und Künstler als Angestellte . . . . .	1063
V.	Sonstige Personengesellschaften . . . . .	1063
VI.	Konzerne und Unternehmensgruppen . . . . .	1064
VII.	Lizenzbeziehungen. . . . .	1065
B.	Die Übertragung von Unternehmenskennzeichen . . . . .	1065
I.	Prioritätserhalt bei Übertragung . . . . .	1065
II.	Übertragung gemäß §§ 398, 413 BGB . . . . .	1066
1.	Übertragung durch Vertrag . . . . .	1066
a)	Allgemeines . . . . .	1066
b)	Auslegung . . . . .	1066
2.	Akzessorietätsprinzip. . . . .	1067
III.	Die Übertragung von Unternehmenskennzeichen zusammen mit dem Unternehmen. . . . .	1068
1.	Der Name des Unternehmensinhabers i.S.d. § 5 Abs. 2 Satz 1 Alt. 1 MarkenG . . . . .	1068
2.	Die Firma i.S.d. § 5 Abs. 2 Satz 1 Alt. 2 MarkenG: Fortführung der Firma und Bindung der Firma an das kaufmännische Unternehmen . . . . .	1069
a)	Allgemeines . . . . .	1069
b)	Einwilligung des vorigen berechtigten Inhabers in die Fortführung der Firma . . . . .	1070
aa)	Übertragung durch den Inhaber . . . . .	1070

## Inhaltsverzeichnis

---

bb)	Übertragung durch den Insolvenzverwalter . . . . .	1073
α)	Insolvenzbeschlagnahme . . . . .	1073
β)	Verwertung . . . . .	1073
αα)	Reine Phantasie- und Sachfirmen . . . . .	1073
αα)	Firma der Kapitalgesellschaft mit Namen einer natürlichen Person im Firmen Kern . . . . .	1073
γγ)	Firma des Einzelkaufmanns und der Personenhandels-gesellschaft mit Namen einer natürlichen Person im Firmen Kern . . . . .	1074
β)	Einwilligung in die Firmenfortführung durch den Insolvenzverwalter . . . . .	1075
c)	Fortführung der Firma und Übertragung und Fortführung des Unternehmens . . . . .	1076
aa)	Grundsatz . . . . .	1076
bb)	Fortführung der Firma . . . . .	1076
cc)	Übertragung und Fortführung des Unternehmens . . . . .	1078
dd)	Übergangsweise Weiternutzung der übertragenen Firma durch ihren ehemaligen Inhaber . . . . .	1079
3.	Übertragung von schlagwortartigen Firmenbestandteilen mit dem Unternehmen . . . . .	1080
4.	Übertragung der besonderen Geschäftsbezeichnung (§ 5 Abs. 2 Satz 1 Alt. 3 MarkenG) und der Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion (§ 5 Abs. 2 Satz 2 MarkenG) mit dem Unternehmen . . . . .	1081
a)	Einwilligung des Inhabers in die Veräußerung des Kennzeichens mit dem Unternehmen . . . . .	1081
b)	Grundsatz der Akzessorietät . . . . .	1081
aa)	Allgemeine Geltung . . . . .	1081
bb)	Besondere Geschäftsbezeichnung . . . . .	1081
cc)	Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	1083
5.	Praktische Gesichtspunkte . . . . .	1083
6.	Übertragung des Unternehmenskennzeichens bei Übertragung des Unternehmens im großen und ganzen . . . . .	1084
a)	Allgemeines . . . . .	1084
b)	Produktionsunternehmen . . . . .	1085
c)	Handelsunternehmen . . . . .	1086
d)	Dienstleistungsunternehmen . . . . .	1086
e)	Besonderheiten bei der Betriebsveräußerung durch den Insolvenzverwalter . . . . .	1087
7.	Übertragung des Unternehmenskennzeichens bei Teilveräußerung des Unternehmens . . . . .	1087
a)	Allgemeines . . . . .	1087
b)	Anforderungen bei der Übertragung nur eines Geschäftszweigs . . . . .	1088
aa)	Die Verkörperung der Geschäftstradition gerade im übertragenen Unternehmensteil . . . . .	1088
bb)	Aufgabe der Kennzeichennutzung durch den Veräußerer . . . . .	1089
c)	Praktische Gesichtspunkte . . . . .	1090
C.	Die Verfügung von Todes wegen . . . . .	1090
D.	Die Bestellung von Sicherungsrechten . . . . .	1090
I.	Die Bestellung eines Pfandrechts . . . . .	1090
II.	Die Sicherungsabtretung . . . . .	1091
E.	Die Bestellung eines Nießbrauchs . . . . .	1091
F.	Die Pfändung . . . . .	1092
I.	Keine Pfändung der Firma . . . . .	1092
II.	Keine Pfändung der besonderen Geschäftsbezeichnung und des Unternehmenskennzeichens ohne Namensfunktion . . . . .	1092
G.	Gestattung der Nutzung eines Zeichens durch Dritte . . . . .	1092
I.	Begriffsklärung . . . . .	1092



II.	Voraussetzungen und Reichweite . . . . .	1094
1.	Wesen und Form . . . . .	1094
a)	Einseitige Gestattung . . . . .	1094
b)	Gestattungsvertrag . . . . .	1096
2.	Keine Irreführung . . . . .	1098
3.	Grenzen der Nutzungsbefugnis . . . . .	1099
a)	Allgemeines . . . . .	1099
aa)	Persönliche Reichweite . . . . .	1099
bb)	Sachlicher Umfang . . . . .	1100
cc)	Zeitliche Beschränkung. . . . .	1101
dd)	Widerruf. . . . .	1103
ee)	Kündigung . . . . .	1103
α)	Ordentliche Kündigung . . . . .	1103
β)	Außerordentliche Kündigung aus wichtigem Grund . . . . .	1104
b)	Typische Konstellationen . . . . .	1107
aa)	Auslegung durch Ermittlung des Parteiwillens . . . . .	1107
bb)	Franchising-, Alleinvertriebs- und Handelsvertreterbeziehungen . . . . .	1108
cc)	Kennzeichen-Merchandising . . . . .	1109
dd)	Komplexe Kooperationsverträge, Joint Ventures, Konzernverbindungen . . . . .	1109
ee)	Bildung einer GbR . . . . .	1110
ff)	Gestattung der Nutzung seines Namens durch Gesellschafter . . . . .	1110
α)	Gestattung zur Bildung einer Firma . . . . .	1110
αα)	Allgemeines zu § 24 Abs. 2 HGB. . . . .	1110
ββ)	Gesellschafter einer Kapitalgesellschaft. . . . .	1111
γγ)	Persönlich haftender Gesellschafter einer Personengesellschaft . . . . .	1112
δδ)	Kommanditist . . . . .	1113
εε)	Namensgebender Gesellschafter einer GmbH & Co. KG . . . . .	1113
β)	Gestattung zur Bildung der Bezeichnung einer GbR und einer PartG . . . . .	1114
γ)	Gestattung zur Bildung einer besonderen Geschäftsbezeichnung . . . . .	1114
4.	Erwerb und Rolle eigener Rechte des Lizenznehmers bzw. Gestattungsempfängers während der erlaubten Nutzungsdauer . . . . .	1114
a)	Echter Gestattungsvertrag . . . . .	1114
aa)	Verhältnis zum Lizenzgeber . . . . .	1114
bb)	Verhältnis zu Dritten . . . . .	1116
b)	Einseitige konkludente Gestattung. . . . .	1116
aa)	Verhältnis zum Lizenzgeber . . . . .	1116
bb)	Verhältnis zu Dritten . . . . .	1117
 <b>§ 16 Konkurrenzen und verbleibender Anwendungsbereich von Normen außerhalb des MarkenG. . . . .</b>		<b>1118</b>
A.	§ 12 BGB. . . . .	1119
I.	Allgemeines . . . . .	1119
II.	Die Anwendung von § 12 BGB zum Schutz von Unternehmenskennzeichen vor 1995 . . . . .	1119
1.	Ursprüngliche Konzeption des BGB Gesetzgebers . . . . .	1119
2.	Ausweitung des Namensschutzes durch die Rechtsprechung. . . . .	1120
a)	Ausdehnung auf sämtliche Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion . . . . .	1120
b)	Deckungsgleiche Handhabung der Verletzungstatbestände §§ 12 BGB, 16 UWG von 1909 . . . . .	1121

## Inhaltsverzeichnis

---

c)	Ausbau des § 12 BGB zur Zentralnorm eines allumfassenden Kennzeichenschutzes. . . . .	1122
d)	Kritik an der Ausdehnung des § 12 BGB . . . . .	1122
III.	Heutige Rechtslage: Spezialität der §§ 5, 15 MarkenG im geschäftlichen Verkehr . . . . .	1123
1.	Verbleibende Bedeutung innerhalb des geschäftlichen Verkehrs. . . . .	1123
a)	Grundsatz der Spezialität. . . . .	1123
aa)	Spezielle Regelung des Rechts der geschäftlichen Kennzeichen im MarkenG . . . . .	1123
bb)	Aufweichung der Spezialität durch den BGH . . . . .	1124
cc)	Kritik . . . . .	1124
b)	Kein Rückgriff auf § 12 BGB bei (fehlender) Verwechslungsgefahr. . . . .	1125
c)	Verwässerungsgefahr . . . . .	1125
d)	Markennutzung. . . . .	1126
e)	Namensleugnung. . . . .	1127
f)	Domainregistrierung. . . . .	1127
g)	Domainnutzung . . . . .	1130
2.	Anwendung außerhalb des geschäftlichen Verkehrs . . . . .	1131
a)	Schutz für Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion gegen Verletzungshandlungen außerhalb des geschäftlichen Verkehrs . . . . .	1131
aa)	Anwendungsbereich . . . . .	1131
bb)	Schutzfähigkeit als Name i.S.d. § 12 BGB . . . . .	1132
b)	Schutz von Namen i.S.d. § 12 BGB, die nicht im geschäftlichen Verkehr benutzt werden. . . . .	1134
B.	§ 823 Abs. 1 BGB . . . . .	1135
C.	§ 37 Abs. 2 HGB. . . . .	1135
I.	Zweck und Regelungsgehalt. . . . .	1135
II.	Voraussetzungen und Zielrichtung der Ansprüche aus § 37 Abs. 2 HGB . . . . .	1135
1.	Unbefugte Firmenführung . . . . .	1135
2.	Verletzung in eigenen Rechten . . . . .	1136
a)	Subjektive Rechte . . . . .	1136
b)	Verletzung rechtlich geschützter Interessen wirtschaftlicher Art. . . . .	1137
aa)	Rechtlich geschützte Interessen wirtschaftlicher Art. . . . .	1137
bb)	Irreführende Firmen. . . . .	1137
cc)	Nicht unterscheidungskräftige Firmen . . . . .	1138
c)	Keine Gestattung. . . . .	1138
3.	Rechtsfolge. . . . .	1138
a)	Anspruch auf Unterlassung . . . . .	1138
b)	Anspruch auf Beseitigung . . . . .	1138
c)	Anspruch auf Schadensersatz . . . . .	1138
d)	Verwirkung . . . . .	1139
D.	UWG . . . . .	1139
I.	Verhältnis des MarkenG gegenüber dem Individualschutz des Zeicheninhabers durch das UWG. . . . .	1139
1.	Grundsatz . . . . .	1139
2.	Einem ergänzenden Zeichenschutz entgegenstehende Wertungen des MarkenG . . . . .	1139
a)	Kein Kennzeichenschutz nach dem MarkenG wegen fehlender Verkehrsgeltung . . . . .	1139
aa)	Kein Nachahmungsschutz für Zeichen gemäß § 4 Nr. 3 UWG . . . . .	1139
bb)	Kein Nachahmungsschutz für Zeichen auf der Grundlage der Generalklausel des § 3 Abs. 1 UWG . . . . .	1140
cc)	Kein Schutz der Verkehrsgeltungsanwartschaft. . . . .	1142
dd)	Sonderthematik der Nachahmung von Produktformen . . . . .	1142
ee)	Sonderthematik der Nachahmung von Geschäftsausstattungen . . . . .	1143
b)	Keine Bekanntheit eines geschützten Zeichens . . . . .	1143
c)	Nachgelagerter wettbewerbsrechtlicher Schutz bei Erlöschen eines Unternehmenskennzeichens. . . . .	1144

d) Behinderungswettbewerb außerhalb des § 15 Abs. 3 MarkenG und Verhältnis zu § 4 Nr. 4 UWG . . . . .	1145
II. Hervorrufen einer Verwechslungsgefahr bzw. Irreführung über Unternehmenszusammenhänge (§ 5 Abs. 1 und 2 Nr. 1 bzw. Abs. 3 Nr. 1 UWG) . . . . .	1146
III. Irreführung über das Angebot von Markenware . . . . .	1146
<b>§ 17 Die Schutzschränken des § 23 MarkenG . . . . .</b>	<b>1147</b>
A. Allgemeines . . . . .	1148
I. Schutzschränken als Ausgleich von Individualinteresse und freiem Wettbewerb . . . . .	1148
II. Zur Frage der richtlinienkonformen Interpretation . . . . .	1149
1. Grundlagen . . . . .	1149
2. Das Recht der Gleichnamigen und Gleichgewichtslagen (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 1 MarkenG) . . . . .	1150
3. Benutzung der eigenen Anschrift (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 2 MarkenG) . . . . .	1150
4. Benutzung nicht unterscheidungskräftiger Zeichen und beschreibender Angaben (§ 23 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG) . . . . .	1150
5. Referentielle Benutzung eines Unternehmenskennzeichens zum Zwecke der Identifizierung (§ 23 Abs. 1 Nr. 3 Alt. 1 MarkenG) . . . . .	1151
6. Benutzung von Unternehmenskennzeichen als Verweis auf Waren oder Dienstleistungen ihres Inhabers (§ 23 Abs. 1 Nr. 3 Alt. 2 MarkenG analog?) . . . . .	1151
III. Zur Rechtslage vor 1995 . . . . .	1151
IV. Anwendungsbereich der Schutzschränken . . . . .	1152
1. Verletzungsverfahren . . . . .	1152
a) Verwechslungsgefahr gemäß § 15 Abs. 2 MarkenG . . . . .	1152
b) Keine eigenständige Bedeutung beim erweiterten Schutz bekannter Unternehmenskennzeichen gemäß § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1152
2. Registerverfahren . . . . .	1153
3. Lauterkeitsrecht . . . . .	1155
B. Das Recht der Gleichnamigen und Gleichgewichtslagen gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 1 MarkenG . . . . .	1155
I. Grundlagen und Systematik . . . . .	1155
1. Zum Begriff des Rechts der Gleichnamigen . . . . .	1155
2. Rechtsentwicklung . . . . .	1156
3. Zur Einordnung des Rechts der Gleichnamigen in § 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 1 MarkenG . . . . .	1158
a) Rechtszustand vor Inkrafttreten des MaMoG . . . . .	1158
b) Rechtszustand seit Inkrafttreten des MaMoG . . . . .	1158
c) Bedeutung des § 23 Abs. 2 MarkenG . . . . .	1162
4. Anwendung der Grundsätze auf Gleichnamigkeit und Gleichgewichtslagen bei Namensrechten gemäß § 12 BGB . . . . .	1162
II. Der Name i.S.d. § 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 1 MarkenG . . . . .	1163
1. Beschränkung auf den Familiennamen natürlicher Personen . . . . .	1163
2. Abgrenzung zu freigewählten Handelsnamen . . . . .	1165
3. Abgrenzung zu Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	1168
III. Namensführungsrecht einer Gesellschaft . . . . .	1168
IV. Einrücken des Rechtsnachfolgers in das Namensführungsrecht . . . . .	1169
V. Die im Recht der Gleichnamigen entwickelten Lösungsmodelle . . . . .	1170
1. Die Grundregel des Rechts der Gleichnamigen . . . . .	1170
2. Die Handhabung in der Praxis . . . . .	1171
a) Redlichkeit und schutzwürdiges Eigeninteresse . . . . .	1171
aa) Grundsatz . . . . .	1171
bb) Strohmänngründungen . . . . .	1171
α) Wesen der Strohmänngründung . . . . .	1171
β) Kasuistik . . . . .	1172
cc) Unredliche Annahme eines neuen Familiennamens . . . . .	1172
b) Interessenabwägung . . . . .	1173

## Inhaltsverzeichnis

aa)	Verpflichtung zur Abgrenzung . . . . .	1173
bb)	Art und Maß der Abgrenzung . . . . .	1174
α)	Die in die Abwägung einzustellenden Interessen . . . . .	1174
β)	Ausrichtung an den Maßstäben der Verwechslungsgefahr. . . . .	1175
γ)	Beurteilung durch das Verletzungsgericht . . . . .	1176
δ)	Kasuistik. . . . .	1176
cc)	Hinnahme eines unvermeidlichen Rests an Verwechslungsgefahr . . . . .	1177
dd)	Bildung von Domainnamen. . . . .	1178
3.	Markenmäßige Benutzung und Namensmarke . . . . .	1179
a)	Grundsätzlich kein Recht auf eine Namensmarke . . . . .	1179
b)	Ausnahmefälle. . . . .	1180
aa)	Identifikation des Produkts mit dem Namensträger. . . . .	1180
α)	Strenger Maßstab . . . . .	1180
β)	Kasuistik. . . . .	1181
bb)	Gesetzliche Verpflichtung . . . . .	1181
cc)	Firma mit Rechtsformzusatz als Hinweis nicht auf das Unternehmen als Ursprung der Warenherkunft, sondern auf den Unternehmensinhaber. . . . .	1182
dd)	Traditionell auch markenmäßige Nutzung. . . . .	1182
ee)	Erhalt des Namens als Marke bei Fusion oder Umfirmierung? . . . . .	1183
VI.	Gleichgewichtslagen. . . . .	1183
1.	Gleichgewichtslagen als Einschränkung des Prioritätsgrundsatzes . . . . .	1183
2.	Entstehung von Gleichgewichtslagen . . . . .	1185
a)	Gleichgewichtslagen aus Konflikten zwischen Gleichnamigen . . . . .	1185
b)	Gleichgewichtslagen mit anderen Ursachen . . . . .	1185
aa)	Allgemeines . . . . .	1185
bb)	Dogmatische Fundierung . . . . .	1186
cc)	Anforderungen an den Besitzstand . . . . .	1187
3.	Einrücken des Rechtsnachfolgers in die Gleichgewichtslage . . . . .	1189
4.	Störung und Austarieren von Gleichgewichtslagen. . . . .	1189
a)	Störungen von Gleichgewichtslagen . . . . .	1189
b)	Rechtfertigung der Störung als Ergebnis einer Interessenabwägung . . . . .	1192
aa)	Schutzwürdiges Interesse . . . . .	1192
bb)	Markenmäßige Nutzung und Anmeldung von Marken . . . . .	1193
cc)	Maßnahmen der Abgrenzung. . . . .	1195
VII.	Führung des Handelsnamens nach »Anheuser Busch« – ein wohlerworbenes Recht? . . . . .	1197
C.	Das Recht zur Nutzung der eigenen Anschrift gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 1 Alt. 2 MarkenG . . . . .	1199
I.	Zum Begriff der Anschrift. . . . .	1199
II.	Zur Frage der Begrenzung auf die Anschrift natürlicher Personen . . . . .	1199
D.	Das Recht zur Benutzung nicht unterscheidungskräftiger oder beschreibender Angaben gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG . . . . .	1200
I.	Allgemeines . . . . .	1200
II.	Zeichen, denen jegliche Unterscheidungskraft fehlt (§ 23 Abs. 1 Nr. 2 Alt. 1 MarkenG). . . . .	1201
1.	Inhalt und Regelungsziel mit Blick auf eingetragene Marken . . . . .	1201
2.	Bedeutung für Unternehmenskennzeichen . . . . .	1201
III.	Beschreibende Angabe (§ 23 Abs. 1 Nr. 2 Alt. 2 MarkenG) . . . . .	1202
1.	Inhalt und Regelungsziel mit Blick auf eingetragene Marken . . . . .	1202
2.	Bedeutung für Unternehmenskennzeichen . . . . .	1203
3.	Begriff der beschreibenden Angabe. . . . .	1203
4.	Abgrenzung zu originär unterscheidungskräftigen Kennzeichen und der Schutzschranke des § 23 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG . . . . .	1206
a)	Erweiterung des Begriffs der beschreibenden Angabe auf originär unterscheidungskräftige Kennzeichen durch die frühere Rechtsprechung . . . . .	1206
b)	Kritik . . . . .	1207
5.	Beschreibende Angaben in Kombinationszeichen. . . . .	1208
6.	Keine Privilegierung von Abwandlungen beschreibender Angaben. . . . .	1209

7. Feststellung im Prozeß . . . . .	1209
8. Kasuistik . . . . .	1210
IV. Schranken-Schranke (§ 23 Abs. 2 MarkenG) . . . . .	1211
1. Interessenabwägung am Maßstab der anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel. . . . .	1211
2. Relevante Gesichtspunkte . . . . .	1212
3. Gesichtspunkte ohne Relevanz . . . . .	1214
E. Referentielle Benutzung fremder Zeichen zu Zwecken der Identifizierung oder als Ver- weis auf Waren oder Dienstleistungen gemäß § 23 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG . . . . .	1215
I. Allgemeines . . . . .	1215
1. Inhalt und Normzweck . . . . .	1215
2. Inhalt und Anwendungsbereich mit Blick auf Unternehmenskennzeichen. . . . .	1216
II. Benutzung eines Unternehmenskennzeichens zum Zwecke der Identifizierung (§ 23 Abs. 1 Nr. 3 Alt. 1 MarkenG) . . . . .	1217
III. Benutzung von Unternehmenskennzeichen als Verweis auf Waren oder Dienstleis- tungen ihres Inhabers (§ 23 Abs. 1 Nr. 3 Alt. 2 MarkenG analog?) . . . . .	1217
1. Zu den Voraussetzungen eine Analogie . . . . .	1217
2. Verweis auf Waren oder Dienstleistungen des Zeicheninhabers. . . . .	1219
3. Insbesondere Bestimmungsangaben . . . . .	1219
a) Bestimmungsangaben bei Waren . . . . .	1219
4. Bestimmungsangaben bei Dienstleistungen . . . . .	1220
IV. Erforderlichkeit der Bestimmungsangabe . . . . .	1221
V. Schranken-Schranke (§ 23 Abs. 2 MarkenG) . . . . .	1222
1. Interessenabwägung am Maßstab der anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel. . . . .	1222
2. Relevante Gesichtspunkte . . . . .	1223
a) Irreführung über Handelsbeziehungen . . . . .	1223
b) Unlautere Ausnutzung der Wertschätzung oder Unterscheidungskraft . . . . .	1223
c) Herabsetzung . . . . .	1225
d) Imitationswerbung. . . . .	1225
<b>§ 18 Die Erschöpfung des Rechts am Unternehmenskennzeichen . . . . .</b>	<b>1226</b>
A. Grundzüge der gesetzlichen Regelung . . . . .	1226
B. Art. 34, 36 AEUV und die MarkenRL in ihrer Auswirkung auf die Erschöpfung des Rechts am Unternehmenskennzeichen. . . . .	1227
C. Fehlende Bedeutung des Erschöpfungsgrundsatzes für das Recht am Unternehmenskenn- zeichen. . . . .	1229
I. Notwendigkeit eines vorgreiflichen Verletzungstatbestandes. . . . .	1229
II. Die Verletzungstatbestände des § 15 MarkenG . . . . .	1229
1. Der Schutz vor Verwechslungsgefahr gemäß § 15 Abs. 2 MarkenG . . . . .	1229
a) Keine Doppelidentität . . . . .	1229
b) Verwechslungsgefahr im engeren Sinne. . . . .	1229
aa) Originalwaren. . . . .	1229
α) Allgemeines . . . . .	1229
β) Aufgearbeitete und umgebaute Originalwaren . . . . .	1230
γ) Umdeklarierung eines Originalprodukts . . . . .	1232
δ) Verwechslungsfähige Bezeichnung, die vom Zeicheninha- ber selbst herrührt. . . . .	1232
bb) Produktfälschungen . . . . .	1232
c) Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne . . . . .	1233
aa) Normalfall . . . . .	1233
bb) Verletzung von Absprachen mit dem Zeicheninhaber beim Inver- kehrbringen . . . . .	1233
2. Der erweiterte Schutz gemäß § 15 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1234

<b>§ 19 Rechtsfolgen bei der Verletzung von Unternehmenskennzeichen</b> . . . . .	1235
A. Überblick . . . . .	1241
B. Die Aktivlegitimation . . . . .	1242
I. Rechtsinhaber als Gläubiger. . . . .	1242
1. Abwehransprüche. . . . .	1242
2. Bereicherungsanspruch . . . . .	1242
3. Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten . . . . .	1242
4. Schadensersatzanspruch . . . . .	1242
II. Abtretung . . . . .	1243
1. Abwehransprüche. . . . .	1243
2. Bereicherungsanspruch . . . . .	1243
3. Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten . . . . .	1243
4. Schadensersatzanspruch . . . . .	1243
III. Prozeßstandschaft . . . . .	1244
1. Abwehransprüche. . . . .	1244
2. Bereicherungsanspruch . . . . .	1246
3. Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten . . . . .	1246
4. Schadensersatzanspruch . . . . .	1246
C. Die Passivlegitimation . . . . .	1247
I. Allgemeines . . . . .	1247
1. Lückenhafte gesetzliche Regelung . . . . .	1247
2. Ausfüllung durch die Rechtsprechung. . . . .	1247
3. Gang der Darstellung . . . . .	1248
II. Grundfälle der Haftung für eigenes Verhalten . . . . .	1249
1. Äquivalente und adäquate Kausalität . . . . .	1249
2. Täterschaft . . . . .	1250
a) Der Täter . . . . .	1250
b) Abgrenzung von Täterschaft und Teilnahme durch Tatherrschaft . . . . .	1250
aa) Die Linie der deutschen Rechtsprechung . . . . .	1250
bb) Ansätze einer auf dem Benutzungsbegriff aufbauenden Dogmatik des EuGH. . . . .	1251
c) Die klassischen Formen der Täterschaft . . . . .	1253
aa) Unmittelbare Alleintäterschaft . . . . .	1253
α) Definition . . . . .	1253
β) Kasuistik. . . . .	1253
bb) Mittelbare Täterschaft . . . . .	1257
cc) Mitttäterschaft. . . . .	1258
3. Tun und Unterlassen . . . . .	1259
a) Bedeutung der Unterscheidung zwischen Tun und Unterlassen . . . . .	1259
b) Schwerpunkt der Vorwerfbarkeit . . . . .	1261
c) Garantenstellung . . . . .	1262
aa) Allgemeines . . . . .	1262
bb) Garantenstellung aus Ingerenz . . . . .	1263
cc) Garantenstellung aus Gesetz . . . . .	1264
dd) Garantenstellung aus Vertrag . . . . .	1264
ee) Garantenstellung aus Inanspruchnahme von Vertrauen . . . . .	1265
d) Möglichkeit der Erfolgsabwendung . . . . .	1265
e) Zumutbarkeit der Erfolgsabwendung . . . . .	1265
4. Teilnahme (Anstiftung und Beihilfe) . . . . .	1265
a) Allgemeines . . . . .	1265
b) Anstiftung . . . . .	1266
c) Beihilfe . . . . .	1267
d) Modifikationen bei vorsätzlicher Haupttat und Handhabung des sog. »doppelten« Teilnehmervorsatzes . . . . .	1269
aa) Der »doppelte« Teilnehmervorsatz. . . . .	1269
bb) Gelockerte Anforderungen an die Konkretetheit des »doppelten« Teilnehmervorsatzes . . . . .	1271

cc)	Durch § 10 TMG gezogene Grenzen . . . . .	1273
III.	Haftung für eigenes Verhalten bei mittelbarer, unvorsätzlicher Ermöglichung und Förderung von Rechtsverletzungen . . . . .	1274
1.	Interessenlage . . . . .	1274
2.	Die Haftung des Störers . . . . .	1275
a)	Grundlagen . . . . .	1275
aa)	Rechtsentwicklung. . . . .	1275
bb)	Unionsrechtliche Vorgaben . . . . .	1276
cc)	Objektive Mitverursachung der Rechtsverletzung . . . . .	1276
dd)	Beschränkung der Störerhaftung auf Verletzung von Verhaltenspflichten . . . . .	1277
ee)	Das Verhältnis der Störerhaftung zur Verletzung wettbewerbsrechtlicher Verkehrspflichten im UWG . . . . .	1277
ff)	Inhalt der Störerhaftung . . . . .	1279
b)	Verhältnis der Störerhaftung zu §§ 7–10 TMG . . . . .	1280
aa)	Allgemeines zum TMG . . . . .	1280
bb)	Eigene Inhalte . . . . .	1281
α)	Abgrenzung von eigenen und fremden Inhalten. . . . .	1281
β)	Kasustik. . . . .	1282
cc)	Fremde Inhalte . . . . .	1284
dd)	Durchleitung . . . . .	1285
ee)	Zwischenspeicherung . . . . .	1285
ff)	Haftungsprivilegierung des Host-Providers . . . . .	1285
α)	Keine Haftung bei Unkenntnis der Rechtsverletzung . . . . .	1285
β)	Anwendung des § 10 Satz 1 TMG auf den Unterlassungsanspruch. . . . .	1286
γ)	Keine Privilegierung des Host-Providers mit aktiver Rolle . . . . .	1287
c)	Allgemeine Voraussetzungen der Störerhaftung. . . . .	1288
aa)	Adäquat kausaler Beitrag zur Rechtsverletzung . . . . .	1288
bb)	Verletzung zumutbarer Verhaltenspflichten . . . . .	1288
d)	Inhaltliche Anforderungen der Verhaltenspflichten bei der Störerhaftung . . . . .	1289
e)	Faktoren für die Bestimmung der Verhaltenspflichten . . . . .	1291
aa)	Wertungen des TMG. . . . .	1291
bb)	Unterscheidung zwischen aktiven und neutralen Mittlern. . . . .	1291
cc)	Art und Bedeutung der Tätigkeit für das Allgemeininteresse . . . . .	1291
dd)	Gewinnerzielungsabsicht. . . . .	1291
ee)	Gefahrgeneigntheit . . . . .	1292
ff)	Keine Gefährdung rechtlich gebilligter Geschäftsmodelle . . . . .	1292
gg)	Grundrechtliche Wertungen. . . . .	1293
hh)	Gewicht der gefährdeten Interessen . . . . .	1294
ii)	Eigenverantwortung des unmittelbar Handelnden. . . . .	1295
jj)	Bestehen und Wirksamkeit automatisierter technischer Hilfsmittel . . . . .	1295
kk)	Die Kosten denkbarer Prüfungsmaßnahmen . . . . .	1295
ll)	Erkennbarkeit der Rechtsverletzung. . . . .	1296
mm)	Schutzbedürfnis des Verletzten . . . . .	1296
f)	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	1296
g)	Fallgruppen . . . . .	1297
aa)	Bedeutung der Fallgruppenbildung . . . . .	1297
bb)	Presse und Medien . . . . .	1297
cc)	Handelsplattformen im Internet . . . . .	1298
dd)	Betreiber physischer Marktplätze und Einkaufszentren. . . . .	1301
ee)	Verkäufer auf der Handelsplattform Amazon-Marketplace . . . . .	1302
ff)	Videoportale . . . . .	1302
gg)	Access-Provider. . . . .	1303
hh)	Domainnamen . . . . .	1304
ii)	Suchmaschinen . . . . .	1305
jj)	Hyperlinks. . . . .	1305

	kk) Keyword-Werbung . . . . .	1306
	ll) Logistikbranche. . . . .	1307
	h) Zeitpunkt des Eingreifens von Verhaltenspflichten und Wiederholungs- gefahr . . . . .	1308
	i) Streitgegenstand im Vergleich zur Haftung als Täter oder Teilnehmer . .	1308
	j) Keine Besonderheiten bei der Tenorierung . . . . .	1308
	3. Die Haftung des Inhabers eines eBay-Accounts. . . . .	1308
IV.	Die Passivlegitimation persönlich haftender Gesellschafter . . . . .	1309
	1. Abwehransprüche. . . . .	1309
	2. Bereicherungsanspruch . . . . .	1310
	3. Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten . . . . .	1310
	4. Schadensersatzanspruch. . . . .	1310
V.	Die persönliche Haftung von Organen . . . . .	1310
	1. Abwehransprüche. . . . .	1310
	a) Grundlagen . . . . .	1310
	b) Täterschaft und Teilnahme des Organs durch aktives Tun. . . . .	1311
	aa) Beurteilungsgrundsätze . . . . .	1311
	bb) Kasuistik . . . . .	1312
	c) Störerhaftung oder täterschaftliche Haftung für Unterlassen in Garan- tenstellung? . . . . .	1313
	aa) Die Grundsätze der Störerhaftung des Organs nach der traditio- nellen Rechtsprechung des BGH . . . . .	1313
	bb) Haftung für Unterlassen in Garantstellung. . . . .	1314
	α) Unterlassen als Schwerpunkt der Vorwerfbarkeit . . . . .	1314
	β) Garantstellung des Organs . . . . .	1315
	αα) Erfordernis einer Garantstellung . . . . .	1315
	ββ) Garantstellung aus Gesetz . . . . .	1315
	γγ) Garantstellung aus Ingerenz . . . . .	1315
	δδ) Garantstellung aus Vertrag. . . . .	1317
	εε) Garantstellung aus Inanspruchnahme von Ver- trauen . . . . .	1317
	cc) Ressortverantwortlichkeit . . . . .	1317
	2. Bereicherungsanspruch . . . . .	1318
	3. Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten . . . . .	1318
	4. Schadensersatzanspruch. . . . .	1318
VI.	Die persönliche Haftung von Angestellten und Beauftragten. . . . .	1318
	1. Abwehransprüche. . . . .	1318
	a) Grundsatz . . . . .	1318
	b) Haftungsmodelle . . . . .	1319
	c) Gleichrangige Haftung mit dem Unternehmensinhaber . . . . .	1320
	2. Bereicherungsanspruch . . . . .	1320
	3. Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten . . . . .	1320
	4. Schadensersatzanspruch. . . . .	1320
VII.	Haftung für fremdes Verhalten. . . . .	1320
	1. Allgemeines . . . . .	1320
	2. Haftung für Organhandeln nach § 31 BGB analog . . . . .	1320
	3. Repräsentantenhaftung . . . . .	1321
	4. Haftung für Angestellte und Beauftragte gemäß §§ 15 Abs. 6, 14 Abs. 7 Mar- kenG. . . . .	1322
	a) Grundlagen . . . . .	1322
	aa) Regelungsgelt . . . . .	1322
	bb) Normzweck und Entstehungsgeschichte . . . . .	1323
	cc) Weite Auslegung. . . . .	1326
	b) Inhaber eines geschäftlichen Betriebes . . . . .	1326
	aa) Begriff . . . . .	1326
	bb) Rechtliche Möglichkeit, die Geschicke des Unternehmens zu bestimmen. . . . .	1328



cc)	Keine Entlastung durch faktischen Kontrollverlust . . . . .	1329
c)	Angestellter . . . . .	1329
aa)	Begriff . . . . .	1329
bb)	Kasuistik . . . . .	1330
d)	Beauftragter . . . . .	1331
aa)	Begriff . . . . .	1331
bb)	Unselbständige Dritte . . . . .	1332
cc)	Selbständige Dritte . . . . .	1333
e)	Kasuistik . . . . .	1334
f)	Verletzungshandlung in einem geschäftlichen Betrieb . . . . .	1336
aa)	Begründung eines Anspruchs gegen den Angestellten oder Beauftragten . . . . .	1336
bb)	Innerer Zusammenhang mit dem Betrieb . . . . .	1336
cc)	Ausschluß rein privater Handlungen . . . . .	1337
dd)	Ausschluß von Handlungen aus fremdem Geschäftskreis . . . . .	1338
ee)	Kasuistik . . . . .	1339
g)	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	1339
h)	Rechtsfolgen . . . . .	1340
aa)	Entstehen eines selbständigen Anspruchs gegen den Betriebsinhaber . . . . .	1340
bb)	Inhalt des Anspruchs . . . . .	1340
α)	Identischer Inhalt . . . . .	1340
β)	Urteilstenor . . . . .	1340
cc)	Eigenständiges rechtliches Schicksal eines jeden Anspruchs . . . . .	1341
α)	Grundsatz . . . . .	1341
β)	Unterlassungsanspruch . . . . .	1341
γ)	Beseitigungsanspruch . . . . .	1341
δ)	Schadensersatzanspruch . . . . .	1341
dd)	Inhaberwechsel . . . . .	1342
α)	Auswirkungen des Inhaberwechsels auf den Unterlassungsanspruch . . . . .	1342
β)	Auswirkungen des Inhaberwechsels auf den Beseitigungsanspruch . . . . .	1343
γ)	Bereicherungsanspruch . . . . .	1343
δ)	Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten . . . . .	1343
ε)	Auswirkungen des Inhaberwechsels auf den Schadensersatzanspruch . . . . .	1343
ee)	Arbeitsplatzwechsel von Angestellten und Entpflichtung von Beauftragten . . . . .	1343
5.	Haftung für Verrichtungsgehilfen gemäß § 831 BGB . . . . .	1344
a)	Anwendbarkeit . . . . .	1344
b)	Verrichtungsgehilfen . . . . .	1344
c)	In Ausführung der Verrichtung . . . . .	1345
d)	Exkulpation . . . . .	1345
e)	Dezentralisierter Entlastungsbeweis und Organisationsverschulden . . . . .	1346
VIII.	Haftung mehrerer Schuldner bei einer Mehrheit von Verletzern . . . . .	1346
1.	Abwehransprüche . . . . .	1346
a)	Unterlassungsanspruch . . . . .	1346
b)	Beseitigungsanspruch . . . . .	1347
2.	Bereicherungsanspruch . . . . .	1347
3.	Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten . . . . .	1347
4.	Schadensersatzanspruch . . . . .	1347
a)	Allgemeines . . . . .	1347
b)	Zusammenwirken bei einer einheitlichen schädigenden Handlung . . . . .	1347
c)	Voneinander unabhängige Verletzungshandlungen . . . . .	1348
d)	Schadensausgleich in der Verletzerkette . . . . .	1348
aa)	Keine Gesamtschuld . . . . .	1348

## Inhaltsverzeichnis

bb)	Keine Genehmigungs- oder Erschöpfungswirkung . . . . .	1349
cc)	Abzugsmöglichkeiten für den Verletzer . . . . .	1350
α)	Verletzergewinn . . . . .	1350
β)	Pauschalbetrag auf Basis einer angemessenen Lizenzgebühr . . . . .	1350
D.	Der Unterlassungsanspruch . . . . .	1350
I.	Bedeutung . . . . .	1350
II.	Inhalt des Unterlassungsanspruchs . . . . .	1351
1.	Unterlassen als Nichtbegehen der Zuwiderhandlung . . . . .	1351
2.	Erfüllung der Unterlassungsverpflichtung durch bloßes Nichtstun . . . . .	1351
3.	Erfüllung der Unterlassungsverpflichtung durch Vornahme positiver Handlungen . . . . .	1352
a)	Positive Handlungen zur Sicherstellung des schlichten Unterlassens . . . . .	1352
b)	Positive Handlungen bei Schaffung eines fortdauernden bzw. fortwirkenden Störungszustands . . . . .	1352
c)	Fortdauernder Störungszustand durch Dauerhandlung . . . . .	1353
d)	Fortwirkender Störungszustand nach Einzelhandlung . . . . .	1353
aa)	Grundsatz . . . . .	1353
bb)	Einwirkung auf Dritte . . . . .	1355
cc)	Insbesondere Verstöße im Internet . . . . .	1358
dd)	Insbesondere Rückruf rechtsverletzend gekennzeichnete Ware . . . . .	1359
III.	Verhältnis von Unterlassungsanspruch und Beseitigungsanspruch . . . . .	1362
IV.	Die Begehungsgefahr als Voraussetzung des Unterlassungsanspruchs . . . . .	1363
1.	Begehungsgefahr als einheitliche Anspruchsvoraussetzung . . . . .	1363
2.	Wiederholungsgefahr und Erstbegehungsgefahr . . . . .	1364
a)	Wiederholungsgefahr . . . . .	1364
b)	Erstbegehungsgefahr . . . . .	1364
c)	Verhältnis von vorbeugendem Unterlassungsanspruch und Verletzungsunterlassungsanspruch . . . . .	1364
d)	Erstreckung auf unterschiedliche Handlungsmodalitäten des § 14 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1366
e)	Beurteilung der Begehungsgefahr . . . . .	1367
aa)	Beurteilung durch den Tatrichter . . . . .	1367
bb)	Maßgeblicher Zeitpunkt . . . . .	1367
cc)	Darlegungs- und Beweislast . . . . .	1368
3.	Die Wiederholungsgefahr als Voraussetzung für den Verletzungsunterlassungsanspruch . . . . .	1368
a)	Entstehen einer Wiederholungsgefahr durch Zuwiderhandlung . . . . .	1368
b)	Wegfall der Wiederholungsgefahr . . . . .	1370
aa)	Allgemeines . . . . .	1370
bb)	Wegfall der Wiederholungsgefahr durch strafbewehrte Unterlassungserklärung . . . . .	1370
α)	Strafbewehrte Unterlassungserklärung . . . . .	1370
β)	Unterlassungsvertrag und Vertragsstrafversprechen . . . . .	1371
αα)	Zustandekommen des Unterlassungsvertrags . . . . .	1371
ββ)	Schuldhaftes Zuwiderhandlung . . . . .	1374
γγ)	Die Haftung für Erfüllungsgehilfen gemäß § 278 BGB und ihr Ausschluß . . . . .	1374
δδ)	Bemessung und Höhe der Vertragsstrafe . . . . .	1376
εε)	Abbedingung des § 348 HGB . . . . .	1378
ζζ)	AGB-Kontrolle der Vertragsstrafenhöhe . . . . .	1379
ηη)	Regelung der Verwirkung der Vertragsstrafe bei mehreren Verstößen . . . . .	1380
γ)	Angebot eines ausländischen Gerichtsstands . . . . .	1381
δ)	Praktischen Fragen bei Verstoß gegen die strafbewehrte Unterlassungserklärung . . . . .	1381
αα)	Verwirkung der Vertragsstrafe bei schuldhaftem Verstoß . . . . .	1381

	ββ) Anrechnung eines Ordnungsgeldes . . . . .	1382
	γγ) Anrechnung einer Vertragsstrafe . . . . .	1382
cc)	Wegfall der Wiederholungsgefahr durch Prozeßvergleich . . . . .	1383
dd)	Wegfall der Wiederholungsgefahr durch rechtskräftigen Titel . . .	1383
ee)	Einstweilige Verfügung und Abschlusserklärung . . . . .	1383
ff)	Gesetzliche Klärung der Rechtslage . . . . .	1384
	α) Ausdrückliches Verbot . . . . .	1384
	α) Ausdrückliche Legalisierung. . . . .	1384
gg)	Andere Fälle, in denen ein Wegfall der Wiederholungsgefahr diskutiert wird . . . . .	1384
	α) Notarielle Unterwerfung . . . . .	1384
	β) Beteuerungen und Versprechen des Verletzers . . . . .	1386
	γ) Veränderung der Umstände. . . . .	1386
	αα) Grundsatz. . . . .	1386
	ββ) Kasuistik. . . . .	1387
	δ) Nachträgliche Änderung der Verkehrsauffassung . . . . .	1388
	ε) Bessere Einsicht nach höchstrichterlicher Klärung der Rechtslage . . . . .	1388
	ζ) Tod . . . . .	1389
	η) Verjährung . . . . .	1389
hh)	Kein Wiederaufleben der Wiederholungsgefahr durch erneute Verletzung . . . . .	1389
4.	Die Erstbegehungsgefahr als Voraussetzung für den vorbeugenden Unterlassungsanspruch. . . . .	1390
a)	Drohen einer erstmaligen Verletzung des Unternehmenskennzeichens . .	1390
b)	Objektive Feststellung. . . . .	1390
c)	Berühmung . . . . .	1391
d)	Ankündigungen und Vorbereitungshandlungen . . . . .	1394
	aa) Allgemeines . . . . .	1394
	bb) Kasuistik . . . . .	1394
	α) Anweisungen an Mitarbeiter . . . . .	1394
	β) Werbung. . . . .	1394
	γ) Messeauftritte. . . . .	1395
	δ) Eintragung und Anmeldung im Handels-, Partnerschafts- oder Vereinsregister . . . . .	1396
	ε) Vorbereitung der Benutzung als eigenes Unternehmenskennzeichen. . . . .	1397
	ζ) Anmeldung einer Marke. . . . .	1397
	η) Anmeldung eines Domainnamens. . . . .	1399
	θ) Titelschutzanzeige . . . . .	1400
e)	Wegfall der Erstbegehungsgefahr . . . . .	1400
	aa) Grundsatz: strafbewehrte Unterlassungserklärung nicht erforderlich . . . . .	1400
	bb) Actus contrarius . . . . .	1400
	α) Grundsatz . . . . .	1400
	β) Berühmung . . . . .	1401
	γ) Ankündigungen und Vorbereitungshandlungen . . . . .	1401
	δ) Anmeldung einer Marke. . . . .	1402
	ε) Eintragung und Anmeldung im Handels-, Partnerschafts- oder Vereinsregister . . . . .	1404
	ζ) Titelschutzanzeige . . . . .	1404
V.	Persönliche Reichweite des Unterlassungsanspruchs und Rechtsnachfolge auf der Passivseite . . . . .	1404
	1. Maßgeblichkeit der Verhältnisse der Person des in Anspruch genommenen. . .	1404
	2. Rechtsnachfolge und Inhaberwechsel . . . . .	1405
	3. Insolvenzverwalter . . . . .	1407
VI.	Räumliche Reichweite des Unterlassungsanspruchs . . . . .	1407

VII. Sachliche Reichweite des Unterlassungsanspruchs . . . . .	1408
1. Beschränkung auf die konkrete Verletzungsform . . . . .	1408
a) Grundsatz . . . . .	1408
b) Beschränkung des Unterlassungsanspruchs auf die konkrete Verletzungsform auch bei mehrgliedrigen rechtsverletzenden Zeichen . . . . .	1410
c) Ausnahme: Schlechthin-Verbot des kollisionsbegründenden Bestandteils bei Per-se-Verletzung und Bösgläubigkeit . . . . .	1413
aa) Per-se-Verletzung . . . . .	1413
bb) Bösgläubigkeit . . . . .	1413
d) Beschreibung der Tätigkeit des Verletzers . . . . .	1415
2. Kerntheorie und Erweiterung auf kerngleiche Verletzungshandlungen . . . . .	1416
a) Grundsatz . . . . .	1416
b) Kernbereich bei gerichtlichen Titeln . . . . .	1418
c) Kernbereich bei Unterlassungsvereinbarungen . . . . .	1420
VIII. Beschränkung des Unterlassungsanspruchs . . . . .	1422
1. Aufbrauchfrist (Umstellungsfrist) . . . . .	1422
a) Allgemeines . . . . .	1422
b) Interessenabwägung . . . . .	1423
c) Dauer . . . . .	1426
d) Umfang . . . . .	1426
e) Prozessuales . . . . .	1426
2. Verhältnismäßigkeit . . . . .	1427
3. Keine Anwendung des § 8c UWG . . . . .	1428
4. Allgemeiner Rechtsmißbrauch . . . . .	1429
IX. Prozessuale Besonderheiten . . . . .	1431
1. Orientierung des Unterlassungsantrags an der konkreten Verletzungsform . . . . .	1431
a) Bestimmung und Bestimmtheit der konkreten Verletzungsform . . . . .	1431
b) Prozessuale Folgen einer zu weiten Antragsfassung . . . . .	1433
2. Besonderheiten der Tenorierung und Rechtsdurchsetzung bei rechtsverletzenden Firmen . . . . .	1434
a) Kein Verbot der Kennzeichnung von Geschäftsbetrieb oder Unternehmen durch die Firma . . . . .	1434
b) Kein Verbot der Benutzung einer Firma durch einstweilige Verfügung . . . . .	1437
E. Der Beseitigungsanspruch . . . . .	1439
I. Allgemeines . . . . .	1439
1. Rechtsgrundlage . . . . .	1439
2. Verhältnis zum Unterlassungsanspruch . . . . .	1440
3. Verhältnis zum Schadensersatzanspruch . . . . .	1440
II. Anspruchsvoraussetzungen . . . . .	1441
1. Überblick . . . . .	1441
2. Bereits bestehender Störungszustand . . . . .	1441
3. Fortdauernder Störungszustand . . . . .	1441
4. Rechtswidriger Störungszustand . . . . .	1442
III. Inhalt und Umfang des Beseitigungsanspruchs . . . . .	1442
1. Pflicht zur Beseitigung des Störungszustands . . . . .	1442
2. Verhältnismäßigkeit . . . . .	1442
IV. Verbot der Vorwegnahme der Hauptsache . . . . .	1443
V. Rechtsschutzbedürfnis . . . . .	1444
VI. Einzelne Ausprägungen des Beseitigungsanspruchs . . . . .	1444
1. Entfernen rechtswidriger Kennzeichen . . . . .	1444
2. Rückruf . . . . .	1444
3. Löschung einer rechtsverletzenden Firma . . . . .	1446
a) Rechtsgrundlage . . . . .	1446
b) Reichweite und Tenorierung . . . . .	1446
c) Prozessuales . . . . .	1447
4. Anspruch auf Freigabe eines verletzenden Domainnamens . . . . .	1448
F. Erklärung der Nichtigkeit einer jüngeren Marke (§ 12 MarkenG) . . . . .	1449

I.	Regelungsgehalt . . . . .	1449
II.	Anknüpfung an einen bundesweiten Unterlassungsanspruch . . . . .	1449
III.	Teilweise Nichtigerklärung . . . . .	1451
IV.	Prozessuales . . . . .	1451
G.	Der Bereicherungsanspruch . . . . .	1451
I.	Allgemeines . . . . .	1451
II.	Aktivlegitimation . . . . .	1452
	1. Rechtsinhaber . . . . .	1452
	2. Abtretungsempfänger . . . . .	1452
	3. Prozeßstandschaft. . . . .	1452
III.	Passivlegitimation . . . . .	1452
	1. Empfänger des Erlangten. . . . .	1452
	2. Persönlich haftende Gesellschafter . . . . .	1453
	3. Organe juristischer Personen. . . . .	1453
	4. Angestellte und Beauftragte . . . . .	1453
IV.	Voraussetzungen . . . . .	1453
	1. Vollendete Verletzungshandlung . . . . .	1453
	2. Das erlangte Etwas . . . . .	1453
	3. Auf Kosten des Rechtsinhabers . . . . .	1453
	4. In sonstiger Weise . . . . .	1454
	5. Ohne rechtlichen Grund . . . . .	1454
V.	Der Umfang der Bereicherungsherausgabe . . . . .	1454
	1. Ersparte Lizenzgebühren als Wert des Erlangten . . . . .	1454
	2. Wegfall der Bereicherung. . . . .	1455
H.	Der Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten. . . . .	1456
I.	Rechtsgrundlage . . . . .	1456
II.	Aktivlegitimation . . . . .	1457
	1. Abmahnender . . . . .	1457
	2. Abtretungsempfänger . . . . .	1457
	3. Prozeßstandschaft. . . . .	1457
III.	Passivlegitimation . . . . .	1458
	1. Adressat einer berechtigten Abmahnung . . . . .	1458
	2. Persönlich haftende Gesellschafter . . . . .	1458
	3. Organe juristischer Personen. . . . .	1458
	4. Angestellte und Beauftragte . . . . .	1458
IV.	Anspruchsvoraussetzungen. . . . .	1458
	1. Vorliegen einer Abmahnung. . . . .	1458
	2. Zugang der Abmahnung . . . . .	1459
	3. Keine Notwendigkeit einer Vollmacht. . . . .	1461
	4. Berechtigung der Abmahnung. . . . .	1461
	5. Abmahnung durch Anwalt interessengerecht für den Abgemahnten. . . . .	1463
	a) Allgemeines . . . . .	1463
	b) Abmahnung durch Rechtsanwalt. . . . .	1464
	c) Abmahnung durch Patentanwalt . . . . .	1464
	d) Kein Anspruch bei Abmahnung nach »Schubladenverfügung« . . . . .	1464
	e) Kein Anspruch bei Zweitabmahnung . . . . .	1465
	6. Kostentragungspflicht des Abmahnenden gegenüber seinem Anwalt . . . . .	1465
V.	Höhe der Kostenerstattung . . . . .	1465
	1. Unterscheidung zwischen Honorarvereinbarung und Abrechnung nach RVG . . . . .	1465
	2. Regelgebühr . . . . .	1466
	3. Gegenstandswert . . . . .	1466
	4. Zusammenfassung mehrerer Gegenstände zu einer gebührenrechtlichen Angelegenheit . . . . .	1468
	5. Zusätzliche Beauftragung eines Patentanwalts. . . . .	1470
VI.	Steuerrechtliche Aspekte . . . . .	1471
VII.	Zahlungsanspruch auch ohne Begleichung der eigenen Anwaltsrechnung. . . . .	1472
I.	Der Schadensersatzanspruch . . . . .	1472

I.	Allgemeines . . . . .	1472
1.	Der verschuldensabhängige Schadensersatzanspruch des § 15 Abs. 5 MarkenG . . . . .	1472
2.	Einfluß des europäischen Rechts . . . . .	1473
II.	Aktivlegitimation . . . . .	1473
1.	Rechtsinhaber . . . . .	1473
2.	Lizenznehmer . . . . .	1473
3.	Abtretungsempfänger . . . . .	1474
4.	Prozeßstandschaft . . . . .	1474
III.	Passivlegitimation . . . . .	1474
1.	Täter und Teilnehmer . . . . .	1474
2.	Störer . . . . .	1474
3.	Persönlich haftende Gesellschafter . . . . .	1474
4.	Haftungszurechnung zu juristischen Personen . . . . .	1475
5.	Haftung für Angestellte oder Beauftragte . . . . .	1475
6.	Haftung für Verrichtungsgehilfen . . . . .	1475
IV.	Vollendete Verletzungshandlung . . . . .	1475
V.	Schuldhaftes Handeln . . . . .	1475
1.	Allgemeines . . . . .	1475
2.	Vorsätzliches Handeln . . . . .	1476
a)	Definition des Vorsatzes . . . . .	1476
b)	Vorsatzinhalt bei der Verletzung eines Unternehmenskennzeichens . . . . .	1476
c)	Konkretheit des Vorsatzes . . . . .	1478
3.	Fahrlässiges Handeln . . . . .	1479
a)	Definition der Fahrlässigkeit . . . . .	1479
b)	Sorgfaltsverstoß bei Unkenntnis der Tatumstände . . . . .	1480
aa)	Strenger Maßstab . . . . .	1480
bb)	Ausschöpfung aller möglichen und zumutbaren Quellen . . . . .	1480
cc)	Umfang und sachliche Reichweite der Überprüfungspflicht nach Branchen . . . . .	1482
dd)	Umfang und sachliche Reichweite der Überprüfungspflicht nach Zeichen . . . . .	1483
ee)	Keine automatische kontinuierliche Überprüfungspflicht . . . . .	1483
ff)	Überprüfungspflichten bei Markenwaren . . . . .	1483
gg)	Sorgfaltspflichten bei einer Gestattung . . . . .	1484
c)	Sorgfaltsverstoß bei der rechtlichen Bewertung . . . . .	1485
VI.	Art und Umfang des Schadensersatzes . . . . .	1487
1.	Begriff des Schadens . . . . .	1487
a)	Grundlagen . . . . .	1487
b)	Kausalität und Zurechnungszusammenhang . . . . .	1490
aa)	Allgemeines . . . . .	1490
bb)	Adäquate Kausalität . . . . .	1490
cc)	Schutzzweck der Norm und hypothetisches rechtmäßiges Alternativverhalten . . . . .	1492
c)	Mitwirkendes Verschulden des Verletzten bei der Schadensentstehung . . . . .	1493
2.	Der konkrete Schaden . . . . .	1493
a)	Positiver Schaden . . . . .	1493
aa)	Kosten der Rechtsverfolgung als Schaden . . . . .	1493
bb)	Einzelne Schadenspositionen bei den Kosten der Rechtsverfolgung . . . . .	1494
α)	Handelsregisterauskünfte . . . . .	1494
β)	Testkäufe und Detektivkosten . . . . .	1494
γ)	Anwaltskosten . . . . .	1495
αα)	Anwaltskosten der Abmahnung . . . . .	1495
ββ)	Weitere Rechtsanwaltskosten . . . . .	1497
γγ)	Höhe des Ersatzes von Rechtsanwaltskosten . . . . .	1497
δ)	Maßnahmen der Schadensfeststellung . . . . .	1499
ε)	Prozeßfinanzierung . . . . .	1499
ζ)	Außergerichtliche Mühewaltung . . . . .	1499

	η)	Vorsorgeaufwendungen . . . . .	1500
	θ)	Der sogenannte »Marktverwirrungsschaden« . . . . .	1500
	αα)	Frühere Bedeutung des Marktverwirrungsschadens . .	1500
	ββ)	Heutige Bedeutung des Marktverwirrungsschadens . .	1500
	γγ)	Ermittlung des Marktverwirrungsschadens . . . . .	1501
b)		Entgangener Gewinn . . . . .	1502
	aa)	Wesen und Bedeutung . . . . .	1502
	bb)	Ermittlung . . . . .	1502
	cc)	Schätzung eines Mindestschadens . . . . .	1506
3.		Immaterieller Schaden? . . . . .	1506
4.		Objektive Schadensberechnung . . . . .	1507
	a)	Grundlagen der traditionellen »dreifachen« Schadensberechnung . . . . .	1507
	b)	Kritik . . . . .	1508
	c)	Neufundierung nach der Umsetzung der Durchsetzungsrichtlinie . . . . .	1509
	d)	Lizenzanalogie bzw. Pauschalbetrag auf der Grundlage einer angemessenen Lizenzgebühr . . . . .	1510
	aa)	Grundlagen der Lizenzanalogie . . . . .	1510
	bb)	Angemessene Lizenzgebühr . . . . .	1512
	α)	Allgemeines . . . . .	1512
	β)	Faktoren zur Bemessung der Lizenzgebühr . . . . .	1514
	αα)	Sachliche und räumliche Reichweite der Verletzung . . . . .	1514
	ββ)	Lizenztyp . . . . .	1515
	ββ)	Bandbreite marktüblicher Lizenzsätze . . . . .	1520
		(i) Der von der Rechtsprechung angenommene Rahmen von 1 %-5 % . . . . .	1520
		(ii) Die empirisch feststellbare Bandbreite vom Lizenzsätzen . . . . .	1521
		(iii) Höhere Lizenzgebühr beim Unternehmenskennzeichen . . . . .	1523
	γγ)	Übliche Lizenzsätze des Zeicheninhabers . . . . .	1524
	δδ)	Branchenübung . . . . .	1526
	δδ)	Bekanntheitsgrad und Ruf des verletzten Zeichens . . . . .	1526
	εε)	Maß der Verwechslungsgefahr . . . . .	1528
	ζζ)	Grad der Zeichenähnlichkeit . . . . .	1529
	ηη)	Umfang der Verletzungshandlung . . . . .	1529
	θθ)	Dauer der Verletzungshandlung . . . . .	1529
	υ)	Intensität der Beeinträchtigung . . . . .	1529
	κκ)	Marktverwirrungsschaden . . . . .	1530
	λλ)	Minderung des Prestigewerts . . . . .	1531
	μμ)	Verhandlungsposition der Parteien und Interesse des Lizenznehmers am Abschluß . . . . .	1531
	νν)	Alter des verletzten Kennzeichens . . . . .	1533
	ξξ)	Mehrfachkennzeichnung . . . . .	1533
	οο)	Branchentypische Umsatzrendite . . . . .	1535
	cc)	Zur Frage der Einbeziehung erhöhender Faktoren zur Ermittlung des Pauschalbetrags auf Basis der angemessenen Lizenzgebühr . . . . .	1536
	α)	Angemessene Lizenzgebühr als Untergrenze . . . . .	1536
	β)	Berücksichtigung des konkreten Schadens . . . . .	1536
	γ)	Marktverwirrung . . . . .	1536
	δ)	Eigene Mühewaltung . . . . .	1536
	ε)	Verletzerzuschlag? . . . . .	1537
	ζ)	Zinszuschlag . . . . .	1538
	η)	Kein Strafzuschlag für Vorsatz . . . . .	1538
e)		Abschöpfung des Verletzergewinns . . . . .	1539
	aa)	Grundlagen . . . . .	1539
	bb)	Berücksichtigung aller Umstände . . . . .	1540
	cc)	Grundsätze der Gewinnermittlung . . . . .	1541

	α)	Begriff des Gewinns in Abgrenzung zur traditionellen Praxis der Abschöpfung des Verletzergewinns. . . . .	1541
	β)	Der Gewinn des Verletzers nach der Durchsetzungsrichtlinie . . . . .	1542
	dd)	Umfang der Gewinnherausgabe und »Verletzeranteil« . . . . .	1544
	α)	Der »Kausalanteil« bzw. »Verletzeranteil« . . . . .	1544
	β)	Ermittlung des »Kausalanteils« bzw. »Verletzeranteils« . . . . .	1545
	αα)	Grundsätze der Ermittlung . . . . .	1545
	ββ)	Einzelfaktoren . . . . .	1547
	γ)	Kasuistik . . . . .	1549
	5.	Wahlrecht und Vermengungsverbot . . . . .	1549
	a)	Elektive Konkurrenz . . . . .	1549
	b)	Wechsel der Berechnungsart im Prozeß . . . . .	1550
	c)	Das Vermengungs- und Additionsverbot . . . . .	1551
	6.	Anrechnung von Vertragsstrafeansprüchen . . . . .	1553
VII.		Prozessuales . . . . .	1553
	1.	Leistungsklage . . . . .	1553
	a)	Bezifferung . . . . .	1553
	b)	Unbestimmter Antrag . . . . .	1553
	2.	Stufenklage . . . . .	1554
	3.	Feststellungsklage . . . . .	1554
	4.	Kopplung von Feststellungs- und Auskunftsklage . . . . .	1555
J.		Die Ansprüche auf Vernichtung, Rückruf und Entfernung aus den Vertriebswegen . . . . .	1555
	I.	Der Anspruch auf Vernichtung . . . . .	1555
	1.	Allgemeines . . . . .	1555
	2.	Aktiv- und Passivlegitimation . . . . .	1556
	a)	Aktivlegitimation . . . . .	1556
	b)	Passivlegitimation . . . . .	1556
	3.	Voraussetzungen . . . . .	1558
	a)	Verletzung des Unternehmenskennzeichens . . . . .	1558
	b)	Widerrechtlich gekennzeichnete Waren . . . . .	1558
	aa)	Widerrechtlichkeit . . . . .	1558
	bb)	Werbematerial als Ware? . . . . .	1558
	cc)	Ware und Verpackung . . . . .	1559
	c)	Materialien und Geräte . . . . .	1559
	4.	Verhältnismäßigkeit . . . . .	1560
	5.	Keine Vorwegnahme der Hauptsache . . . . .	1563
	II.	Ansprüche auf Rückruf und Entfernen aus den Vertriebswegen . . . . .	1563
	1.	Allgemeines . . . . .	1563
	2.	Aktiv- und Passivlegitimation . . . . .	1564
	a)	Aktivlegitimation . . . . .	1564
	b)	Passivlegitimation . . . . .	1565
	3.	Voraussetzungen . . . . .	1565
	4.	Verhältnismäßigkeit . . . . .	1565
	5.	Keine Vorwegnahme der Hauptsache . . . . .	1566
K.		Der Anspruch auf Auskunft gemäß § 19 MarkenG . . . . .	1566
	I.	Allgemeines . . . . .	1566
	II.	Aktiv- und Passivlegitimation . . . . .	1567
	1.	Aktivlegitimation . . . . .	1567
	2.	Passivlegitimation . . . . .	1568
	a)	Verletzer . . . . .	1568
	b)	Persönlich haftende Gesellschafter . . . . .	1568
	c)	Organe . . . . .	1568
	d)	Unbeteiligte Dritte (Drittauskunft) gemäß § 19 Abs. 2 MarkenG . . . . .	1569
	III.	Bezugspunkt der Auskunft . . . . .	1570
	IV.	Art und Umfang der Auskunft . . . . .	1571
	1.	Wissenserklärung . . . . .	1571
	2.	Umfang . . . . .	1571



a)	Abschließende Festlegung des Umfangs in § 19 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1571
b)	Angaben gemäß § 19 Abs. 3 Nr. 1 MarkenG . . . . .	1572
c)	Angaben gemäß § 19 Abs. 3 Nr. 2 MarkenG . . . . .	1573
V.	Verhältnismäßigkeit . . . . .	1574
VI.	Prozessuales . . . . .	1575
1.	Klage und Zwangsvollstreckung . . . . .	1575
2.	Durchsetzung im Verfügungsverfahren . . . . .	1575
3.	Auskunft unter Verwendung von Verkehrsdaten . . . . .	1577
VII.	Schadensersatzanspruch bei falscher oder unvollständiger Auskunft gemäß § 19 Abs. 5 MarkenG bzw. §§ 280 Abs. 1, 249 Abs. 1 BGB . . . . .	1577
1.	Inhalt und Regelungszweck . . . . .	1577
2.	Verhältnis zum Anspruch aus §§ 280 Abs. 1, 249 Abs. 1 BGB . . . . .	1577
3.	Verschulden . . . . .	1578
4.	Zu ersetzender Schaden . . . . .	1578
VIII.	Haftungsprivilegierung des vermeintlich Auskunftspflichteten gegenüber Dritten gemäß § 19 Abs. 6 MarkenG . . . . .	1578
L.	Der allgemeine Anspruch auf Auskunft gemäß § 242 BGB . . . . .	1579
I.	Allgemeines . . . . .	1579
1.	Der Anspruch auf Auskunft . . . . .	1579
2.	Die Rechnungslegung als Zielrichtung des Anspruchs auf Auskunft . . . . .	1579
II.	Aktiv- und Passivlegitimation . . . . .	1580
1.	Aktivlegitimation . . . . .	1580
2.	Passivlegitimation . . . . .	1580
a)	Schuldner des Hauptanspruchs . . . . .	1580
b)	Drittauskunft? . . . . .	1580
III.	Allgemeine Anspruchsvoraussetzungen . . . . .	1581
1.	Verletzung des Unternehmenskennzeichens . . . . .	1581
2.	Erforderlichkeit und Möglichkeit der Auskunftserteilung . . . . .	1581
a)	Allgemeines . . . . .	1581
b)	Unverschuldete Unkenntnis des Gläubigers . . . . .	1582
c)	Möglichkeit und Zumutbarkeit der Auskunftserteilung für den Schuldner . . . . .	1582
IV.	Allgemeines zu Inhalt und Umfang . . . . .	1583
1.	Wissenserklärung . . . . .	1583
2.	Mitzuteilende Tatsachen . . . . .	1583
3.	Umfang des Anspruchs . . . . .	1584
4.	Geheimhaltungsinteressen und Wirtschaftsprüfervorbehalt . . . . .	1584
V.	Rechnungslegung . . . . .	1585
1.	Rechnungslegung als gesteigerte Form der Auskunft . . . . .	1585
2.	Anwendungsbereich der Rechnungslegung . . . . .	1586
3.	Form und Inhalt der Rechnungslegung . . . . .	1586
VI.	Zielrichtung, Voraussetzungen, Inhalt und Umfang des Auskunftsanspruchs abgestimmt auf den durchzusetzenden Hauptanspruch . . . . .	1587
1.	Anspruch auf Auskunft als Hilfsanspruch zum Schadensersatzanspruch . . . . .	1587
a)	Spezielle Zielrichtung . . . . .	1587
b)	Spezielle Voraussetzungen . . . . .	1587
c)	Spezieller Inhalt . . . . .	1587
aa)	Differenzierung nach Berechnungsmethoden . . . . .	1587
bb)	Lizenzanalogie . . . . .	1588
cc)	Herausgabe des Verletzergewinns . . . . .	1589
dd)	Konkrete Schadensberechnung . . . . .	1591
2.	Anspruch auf Auskunft als Hilfsanspruch zum Anspruch auf Restschadensersatz . . . . .	1592
3.	Anspruch auf Auskunft als Hilfsanspruch zum Bereicherungsanspruch . . . . .	1592
a)	Spezielle Zielrichtung . . . . .	1592
b)	Spezielle Voraussetzungen . . . . .	1592
c)	Spezieller Inhalt . . . . .	1592
4.	Anspruch auf Auskunft als Hilfsanspruch zum Beseitigungsanspruch . . . . .	1593

## Inhaltsverzeichnis

---

a)	Spezielle Zielrichtung . . . . .	1593
b)	Spezielle Voraussetzungen . . . . .	1593
c)	Spezieller Inhalt . . . . .	1593
VII.	Erfüllung des Anspruchs auf Auskunft . . . . .	1593
VIII.	Schadensersatzanspruch bei schuldhaft falsch oder unvollständig erteilter Auskunft . . . . .	1594
M.	Der Anspruch auf Vorlage von Urkunden und Besichtigung von Sachen gemäß § 19a MarkenG . . . . .	1594
I.	Allgemeines . . . . .	1594
II.	Gegenstand der Besichtigung oder Vorlage . . . . .	1595
1.	Sachen und Urkunden . . . . .	1595
a)	Allgemeines . . . . .	1595
b)	Verfügungsgewalt . . . . .	1596
c)	Begriff der Urkunde . . . . .	1596
d)	Antragsfassung . . . . .	1596
2.	Bank-, Finanz- und Handelsunterlagen . . . . .	1596
a)	Weite Auslegung . . . . .	1596
b)	Bankunterlagen . . . . .	1596
c)	Finanzunterlagen . . . . .	1597
d)	Handelsunterlagen . . . . .	1597
e)	Antragsfassung . . . . .	1597
III.	Hinreichende Wahrscheinlichkeit einer Rechtsverletzung . . . . .	1597
IV.	Erforderlichkeit der Besichtigung oder Vorlage . . . . .	1598
1.	Umfassende Interessenabwägung . . . . .	1598
2.	Erforderlichkeit der Besichtigung von Sachen . . . . .	1598
3.	Erforderlichkeit der Vorlage von Unterlagen . . . . .	1598
4.	Berücksichtigung von Geheimhaltungsinteressen . . . . .	1599
V.	Verhältnismäßigkeit . . . . .	1599
VI.	Durchsetzung im Verfügungsverfahren . . . . .	1600
N.	Der Anspruch auf Vorlage zwecks Sicherung gemäß § 19b MarkenG . . . . .	1600
I.	Allgemeines . . . . .	1600
II.	Gegenstand der Vorlage . . . . .	1600
III.	Rechtsverletzung im gewerblichen Ausmaß . . . . .	1600
IV.	Erfüllung des Schadensersatzes fraglich . . . . .	1600
V.	Berücksichtigung von Geheimhaltungsinteressen . . . . .	1601
VI.	Verhältnismäßigkeit . . . . .	1601
VII.	Durchsetzung im Verfügungsverfahren . . . . .	1601
O.	Der Anspruch auf Urteilsbekanntmachung gemäß § 19c MarkenG . . . . .	1601
I.	Allgemeines . . . . .	1601
II.	Aktiv- und Passivlegitimation . . . . .	1603
1.	Aktivlegitimation . . . . .	1603
2.	Passivlegitimation . . . . .	1603
III.	Voraussetzungen . . . . .	1603
1.	Urteil nach Klage gestützt auf das MarkenG . . . . .	1603
2.	Antrag . . . . .	1605
3.	Berechtigtes Interesse der obsiegenden Partei an der Bekanntmachung . . . . .	1605
a)	Bedeutung des Tatbestandsmerkmals . . . . .	1605
b)	Interesse des Rechtsinhabers . . . . .	1606
c)	Interesse des mutmaßlichen Verletzers . . . . .	1608
IV.	Art und Umfang der Bekanntmachung . . . . .	1609
V.	Erlöschen der Bekanntmachungsbefugnis . . . . .	1610
P.	Die Verjährung von Ansprüchen . . . . .	1610
I.	Allgemeines . . . . .	1610
II.	Regelmäßige Verjährungsfrist . . . . .	1610
1.	Dreijährige Ultimoverjährung . . . . .	1610
2.	Objektiver Anknüpfungspunkt für den Beginn der Regelverjährung . . . . .	1611
a)	Unterlassungsanspruch gemäß § 15 Abs. 4 MarkenG . . . . .	1611
aa)	Verletzungsunterlassungsanspruch . . . . .	1611

bb)	Vorbeugender Unterlassungsanspruch . . . . .	1612
b)	Beseitigungsanspruch . . . . .	1613
aa)	Allgemeiner Beseitigungsanspruch . . . . .	1613
bb)	Beseitigung gerichtet auf Löschung bzw. Nichtigerklärung einer eingetragenen Marke gemäß § 12 MarkenG . . . . .	1613
c)	Bereicherungsanspruch . . . . .	1614
d)	Anspruch auf Erstattung der Abmahnkosten . . . . .	1614
e)	Schadensersatzanspruch . . . . .	1614
f)	Ansprüche auf Vernichtung, Rückruf und Entfernung aus den Vertriebswegen gemäß § 18 MarkenG . . . . .	1615
g)	Anspruch auf Auskunft gemäß § 19 MarkenG . . . . .	1616
h)	Anspruch auf Auskunft gemäß § 242 BGB . . . . .	1616
i)	Anspruch auf Vorlage von Urkunden und Besichtigung von Sachen gemäß § 19a MarkenG . . . . .	1616
j)	Ansprüche auf Vorlage zwecks Sicherung gemäß § 19b MarkenG . . . . .	1616
k)	Anspruch auf Urteilsbekanntmachung gemäß § 19c MarkenG . . . . .	1617
3.	Subjektiver Anknüpfungspunkt für den Beginn der Regelverjährung . . . . .	1617
a)	Grundsatz . . . . .	1617
b)	Positive Kenntnis der anspruchsbegründenden Tatsachen . . . . .	1618
aa)	Positive Kenntnis . . . . .	1618
bb)	Kenntnis der anspruchsbegründenden Tatsachen . . . . .	1618
cc)	Kenntnis der Person des Schuldners . . . . .	1618
c)	Grob fahrlässige Unkenntnis . . . . .	1618
d)	Wissenszurechnung in arbeitsteiligen Organisationen . . . . .	1620
aa)	Grundsatz . . . . .	1620
bb)	Organe . . . . .	1620
cc)	Wissensvertreter . . . . .	1621
α)	Grundsatz . . . . .	1621
β)	Kasuistik . . . . .	1622
III.	Absolute Verjährung gemäß § 199 Abs. 3, 4 BGB . . . . .	1623
IV.	Verjährung rechtskräftig festgestellter Ansprüche . . . . .	1624
V.	Hemmung der Verjährung . . . . .	1624
1.	Wesen der Verjährungshemmung . . . . .	1624
2.	Verhandlungen zwischen den Parteien . . . . .	1625
a)	Inhalt und Zweck der Regelung . . . . .	1625
b)	Begriff der Verhandlungen . . . . .	1625
c)	Gegenstand der Verhandlungen . . . . .	1625
d)	Ende der Verhandlungen . . . . .	1625
e)	Ablaufhemmung nach Ende der Verhandlungen . . . . .	1626
3.	Rechtsverfolgung . . . . .	1626
a)	Allgemeines . . . . .	1626
b)	Klage . . . . .	1626
aa)	Leistungs- und Feststellungsklage . . . . .	1626
α)	Leistungsklage . . . . .	1626
β)	Feststellungsklage . . . . .	1626
bb)	Erhebung der Klage . . . . .	1627
cc)	Umfang der Hemmung . . . . .	1627
c)	Antrag auf Erlaß einer einstweiligen Verfügung . . . . .	1627
d)	Zustellung des Mahnbescheids . . . . .	1628
e)	Ende der Hemmung . . . . .	1628
aa)	Rechtskraft . . . . .	1628
bb)	Weitere Gründe für das Ende der Hemmung . . . . .	1628
cc)	Besonderheiten des Verfügungsverfahrens . . . . .	1628
VI.	Neubeginn der Verjährung . . . . .	1629
1.	Allgemeines . . . . .	1629
2.	Anerkenntnis . . . . .	1629
3.	Vollstreckungshandlung . . . . .	1630

## Inhaltsverzeichnis

a)	Neubeginn durch Vollstreckungshandlung . . . . .	1630
b)	Rückwirkender Wegfall des Neubeginns . . . . .	1630
VII.	Rechtsgeschäftliche Abänderung der Verjährung . . . . .	1630
1.	Dispositionsfreiheit der Parteien . . . . .	1630
2.	Grenzen der Dispositionsfreiheit . . . . .	1630
3.	Verzicht . . . . .	1631
VIII.	Wirkungen der Verjährung . . . . .	1631
1.	Leistungsverweigerungsrecht . . . . .	1631
2.	Keine Rückforderung bereits erbrachte Leistungen. . . . .	1631
3.	Anspruch auf Restschadensersatz gemäß § 20 Satz 2 MarkenG i.V.m. § 852 Satz 1 BGB . . . . .	1632
a)	Allgemeines . . . . .	1632
b)	Rechtsnatur und Voraussetzungen . . . . .	1632
c)	Umfang des Anspruchs auf Restschadensersatz . . . . .	1633
IX.	Prozessuales . . . . .	1634
1.	Einrede . . . . .	1634
2.	Klagabweisung bei vorgerichtlicher Erhebung der Einrede. . . . .	1634
3.	Erledigung der Hauptsache bei Erhebung der Einrede im Prozeß . . . . .	1635
4.	Beweislast. . . . .	1635
Q.	Die Verwirkung von Ansprüchen . . . . .	1635
I.	Allgemeines . . . . .	1635
1.	Entwicklung des auf § 242 BGB gestützten Rechtsinstituts der allgemeinen Verwirkung. . . . .	1635
2.	Die unionsrechtlich vorgegebene Verwirkung . . . . .	1636
a)	Gesetzliche Regelung in § 21 MarkenG . . . . .	1636
b)	Richtlinienkonforme Interpretation . . . . .	1637
c)	Regelungszweck. . . . .	1637
d)	Regelungen in Bezug auf Unionsmarken. . . . .	1637
II.	Verwirkung gegenüber einer jüngeren eingetragenen Marke gemäß § 21 Abs. 1 MarkenG . . . . .	1638
1.	Regelungsbereich . . . . .	1638
2.	Fünffährige Benutzung für die eingetragenen Waren oder Dienstleistungen in der eingetragenen Form. . . . .	1638
a)	Fünffjahresfrist. . . . .	1638
b)	Ernsthafte Benutzung für die eingetragenen Waren oder Dienstleistungen . . . . .	1639
c)	Benutzung der eingetragenen Form . . . . .	1640
d)	Rechtsnachfolge. . . . .	1640
3.	Fünffährige Kenntnis der Benutzung . . . . .	1640
4.	Fünffährige Duldung der Benutzung . . . . .	1641
a)	Wesen der Duldung und Abgrenzung gegenüber der Gestattung . . . . .	1641
b)	Wesen der Beendigung der Duldung und Abgrenzung gegenüber der Gestattung . . . . .	1642
c)	Einlegung eines Rechtsbehelfs. . . . .	1642
d)	Abmahnung, auf die in angemessener Frist ein Rechtsbehelf folgt. . . . .	1643
e)	Verhandlungen nach Abmahnung?. . . . .	1644
5.	Keine Bösgläubigkeit . . . . .	1645
6.	Rechtsfolge . . . . .	1646
a)	Vollständiger Ausschluss . . . . .	1646
b)	Faktisches Weiterbenutzungsrecht . . . . .	1646
III.	Verwirkung gegenüber sonstigen jüngeren Rechten nach § 21 Abs. 2 MarkenG . . . . .	1646
1.	Regelungsbereich . . . . .	1646
2.	Fünffährige Benutzung . . . . .	1647
a)	Fünffjahresfrist. . . . .	1647
b)	Benutzung des jüngeren Zeichens im Rahmen seines Schutzbereichs. . . . .	1647
3.	Fünffährige Kenntnis . . . . .	1648
4.	Fünffährige Duldung . . . . .	1648
5.	Keine Bösgläubigkeit . . . . .	1648

6. Rechtsfolge . . . . .	1648
a) Vollständiger Ausschluss . . . . .	1648
IV. Koexistenz gemäß § 21 Abs. 3 MarkenG . . . . .	1648
V. Die Verwirkung gegenüber jüngeren Unionsmarken . . . . .	1649
VI. Die Verwirkung nach den allgemeinen Grundsätzen gemäß §§ 21 Abs. 4 MarkenG, 242 BGB . . . . .	1649
1. Verhältnis zu § 21 Abs. 1 und 2 MarkenG . . . . .	1649
2. Rechtsgrundlage . . . . .	1650
3. Voraussetzungen und Gegenstand der Verwirkung . . . . .	1651
a) Abwehransprüche . . . . .	1651
aa) Unterlassungsanspruch und Beseitigungsanspruch . . . . .	1651
bb) Beschränkung der Verwirkung bei Unterlassungsansprüchen aufgrund von wiederholten gleichartigen Handlungen? . . . . .	1652
α) Praxis des BGH . . . . .	1652
β) Kritik . . . . .	1653
b) Schadensersatzanspruch . . . . .	1658
c) Bereicherungsanspruch . . . . .	1658
4. Die Voraussetzungen der Verwirkung des Unterlassungsanspruchs gemäß § 242 BGB im einzelnen . . . . .	1659
a) Längere andauernde redliche Nutzung . . . . .	1659
aa) Längere Dauer . . . . .	1659
α) Rolle des Kriteriums . . . . .	1659
β) Beginn des verwirkungsrelevanten Nutzungszeitraums . . . . .	1662
γ) Ende des verwirkungsrelevanten Nutzungszeitraums . . . . .	1662
δ) Kasuistik . . . . .	1662
bb) Redlichkeit . . . . .	1666
b) Wertvoller Besitzstand . . . . .	1667
aa) Allgemeines . . . . .	1667
bb) Inländischer Besitzstand . . . . .	1669
cc) Kriterien für die Bewertung des Besitzstandes . . . . .	1670
dd) Tatrichterliche Beurteilung . . . . .	1671
ee) Schutzwürdigkeit des Besitzstandes . . . . .	1671
c) Anschein der Duldung durch den Zeicheninhaber . . . . .	1671
aa) Allgemeines . . . . .	1671
bb) Innere Einstellung des Zeicheninhabers . . . . .	1673
α) Kenntnis des Zeicheninhabers . . . . .	1673
β) Sorgfaltswidrige Unkenntnis des Zeicheninhabers . . . . .	1673
γ) Unkenntnis des Zeicheninhabers ohne Verletzung der Marktbeobachtungsobliegenheit . . . . .	1675
cc) Untätigkeit . . . . .	1675
d) Berechtigtes Vertrauen des Verletzers . . . . .	1676
5. Rechtsnachfolge und vergleichbare Situationen . . . . .	1676
6. Wirkungen und Reichweite der allgemeinen Verwirkung . . . . .	1677
a) Erlöschen des Anspruchs . . . . .	1677
b) Erhalt des status quo . . . . .	1677
aa) Maßgeblichkeit des Besitzstandes . . . . .	1677
bb) Sachliches Tätigkeitsgebiet . . . . .	1678
cc) Räumliches Tätigkeitsgebiet . . . . .	1678
dd) Verwendungs- und Zeichenart . . . . .	1679
ee) Zeichengestaltung . . . . .	1679
c) Grenzen der Verwirkung im Allgemeininteresse . . . . .	1681
VII. Prozessuales . . . . .	1681
1. Einwand . . . . .	1681
2. Darlegungs- und Beweislast . . . . .	1682
a) Allgemeines . . . . .	1682
b) Kenntnis des Rechtsinhabers von der Rechtsverletzung . . . . .	1682
c) Verletzung der Marktbeobachtungsobliegenheit . . . . .	1682

d)	Wertvoller Besitzstand. . . . .	1683
e)	Bösgläubigkeit. . . . .	1683
<b>§ 20</b>	<b>Unternehmenskennzeichen als relative Eintragungshindernisse . . . . .</b>	<b>1685</b>
A.	Unternehmenskennzeichen vor dem DPMA. . . . .	1685
I.	Unternehmenskennzeichen als relative Eintragungshindernisse im Widerspruchsverfahren. . . . .	1685
1.	Überblick. . . . .	1685
2.	Widerspruchsgrund . . . . .	1685
3.	Einheitlicher Widerspruch aus mehreren Kennzeichen desselben Inhabers. . . . .	1686
4.	Form- und fristgerechte Einlegung des Widerspruchs. . . . .	1686
a)	Formgerechte Einlegung . . . . .	1686
aa)	Zwingende Angaben als konstitutives Element des Widerspruchs. . . . .	1686
bb)	Spezifikation der Art des Unternehmenskennzeichens . . . . .	1687
cc)	Wiedergabe des Kennzeichens . . . . .	1688
dd)	Festlegung der Form . . . . .	1688
ee)	Zeitrang . . . . .	1688
ff)	Gegenstand . . . . .	1688
gg)	Inhaber . . . . .	1689
hh)	Einlegung des Widerspruchs in Prozeßstandschaft . . . . .	1689
ii)	Substantiierung. . . . .	1690
α)	Darlegungslast . . . . .	1690
αα)	Grundsatz. . . . .	1690
ββ)	Schutzentstehung . . . . .	1690
γγ)	Geschäftsgegenstand . . . . .	1690
δδ)	Inhaberschaft bzw. Prozeßstandschaft . . . . .	1691
εε)	Zeitrang . . . . .	1691
ζζ)	Fortbestehen des Unternehmenskennzeichens . . . . .	1691
ηη)	Bundesweiter Schutz . . . . .	1691
θθ)	Umstände zur Begründung der Verwechslungsgefahr . . . . .	1692
υ)	Umstände zum Eingreifen des Bekanntheitsschutzes . . . . .	1692
β)	Beweislast . . . . .	1692
b)	Fristgerechte Einlegung. . . . .	1692
aa)	Dreimonatsfrist. . . . .	1692
bb)	Gebührezahlung innerhalb der Dreimonatsfrist . . . . .	1693
II.	Unternehmenskennzeichen als Lösungsgrund im Amtslösungsverfahren (§ 53 MarkenG). . . . .	1693
B.	Unternehmenskennzeichen vor dem EUIPO . . . . .	1694
I.	Unternehmenskennzeichen als relative Eintragungshindernisse im Widerspruchsverfahren. . . . .	1694
1.	Überblick. . . . .	1694
2.	Widerspruchsgrund . . . . .	1695
a)	Die Voraussetzungen des Widerspruchsgrundes in der Gesamtschau . . . . .	1695
b)	Nebeneinander europäischer und nationaler Standards. . . . .	1696
3.	Darlegung der einzelnen Voraussetzungen durch den Widersprechenden . . . . .	1698
a)	Die Regelung des Art. 7 DVUM zur Substantiierung des Widerspruchs. . . . .	1698
b)	Die Last zur Darlegung des nationalen Rechts . . . . .	1699
c)	Grundsätze zur Dichte und Qualität von Sachvortrag und Nachweisen . . . . .	1702
d)	Die Darlegungslast in der Praxis . . . . .	1705
e)	Einzelheiten zur Darlegungslast beim deutschen Unternehmenskennzeichen. . . . .	1705
aa)	Das konkret in Anspruch genommene Unternehmenskennzeichen als geschäftliche Bezeichnung und subjektives Recht mit eigentumsähnlichen Charakter . . . . .	1705
α)	Nationaler Rechtsrahmen . . . . .	1705
αα)	Subjektives Recht mit eigentumsähnlichen Charakter . . . . .	1705

	ββ)	Konkrete Bezeichnung der Art des Unternehmenskennzeichens . . . . .	1706
	γγ)	Besonderer Vortrag zum Schutz des schlagwortartigen Namens- und Firmenbestandteils . . . . .	1707
	δδ)	Besonderer Vortrag zum Firmen- und Namenskennwort . . . . .	1708
	εε)	Besonderer Vortrag zur besonderen Geschäftsbezeichnung . . . . .	1708
	ζζ)	Besonderer Vortrag zu Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	1708
	β)	Tatsachen . . . . .	1708
bb)		Entstehen des Schutzes für das Unternehmenskennzeichen (nationaler Standard) . . . . .	1709
	α)	Vortrag zum nationalen Rechtsrahmen. . . . .	1709
	αα)	Gesetzestext. . . . .	1709
	ββ)	Funktionsgerechte Benutzung im geschäftlichen Verkehr. . . . .	1709
	γγ)	Besondere Schutzvoraussetzungen der Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion . . . . .	1711
	δδ)	Besonderer Vortrag zur besonderen Geschäftsbezeichnung . . . . .	1712
	εε)	Verkehrsgeltung als Schutzvoraussetzung der Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion. . . . .	1712
	ζζ)	Befugte Benutzung . . . . .	1712
	ηη)	Kein Eintragungserfordernis . . . . .	1712
	θθ)	Kein Erfordernis einer inländischen Zweigstelle gemäß Art. 2 Abs. 2 PVÜ. . . . .	1713
	β)	Tatsachenvortrag. . . . .	1713
	αα)	Funktionsgerechte Benutzung im geschäftlichen Verkehr. . . . .	1713
	ββ)	Besondere Schutzvoraussetzungen der Unternehmenskennzeichen mit Namensfunktion . . . . .	1714
	γγ)	Besondere Schutzvoraussetzung der Unternehmenskennzeichen ohne Namensfunktion . . . . .	1714
	δδ)	Befugte Benutzung . . . . .	1715
cc)		Sachlicher Gegenstand des Schutzes (nationaler Standard) . . . . .	1715
	α)	Vortrag zum nationalen Rechtsrahmen. . . . .	1715
	αα)	Gesetzestext. . . . .	1715
	ββ)	Der Geschäftsgegenstand . . . . .	1715
	β)	Tatsachenvortrag. . . . .	1716
dd)		Fortbestehen des Schutzes (nationaler Standard) . . . . .	1716
	α)	Vortrag zum nationalen Rechtsrahmen. . . . .	1716
	αα)	Gesetzestext. . . . .	1716
	ββ)	Kein Eingreifen eines der Tatbestände des Erlöschens des Schutzes . . . . .	1716
	β)	Tatsachenvortrag. . . . .	1716
ee)		Älterer Zeitrang (nationaler Standard) . . . . .	1717
	α)	Vortrag zum nationalen Rechtsrahmen. . . . .	1717
	αα)	Gesetzestext. . . . .	1717
	ββ)	Zeitrangvergleich . . . . .	1717
	β)	Tatsachenvortrag. . . . .	1718
ff)		Benutzung im geschäftlichen Verkehr (europäischer Standard) . . . . .	1718
	α)	Rechtliche Anforderungen. . . . .	1718
	αα)	Die Tatbestandsvoraussetzung der Benutzung im geschäftlichen Verkehr i.S.d. Art. 8 Abs. 4 UMV . . . . .	1718
	ββ)	Benutzung im geschäftlichen Verkehr vor dem Prioritätszeitpunkt der Unionsmarkenanmeldung. . . . .	1720

## Inhaltsverzeichnis

---

γγ)	Fortdauer der Benutzung zum Zeitpunkt der Einlegung des Widerspruchs . . . . .	1720
β)	Tatsachenvortrag zur Benutzung im geschäftlichen Verkehr . . . . .	1721
αα)	Geschäftlicher Verkehr, nicht Handelsverkehr . . . . .	1721
ββ)	Intensität des Vortrags . . . . .	1721
γγ)	Benutzung im geschäftlichen Verkehr vor dem Prioritätszeitpunkt der Unionsmarkenanmeldung . . . . .	1722
δδ)	Fortdauer der Benutzung zum Zeitpunkt der Einlegung des Widerspruchs . . . . .	1722
gg)	Mehr als lediglich örtliche Bedeutung des Kennzeichenrechts . . . . .	1723
α)	Rechtliche Anforderungen . . . . .	1723
αα)	Inhalt des Tatbestandsmerkmals . . . . .	1723
ββ)	Nutzung in wirtschaftlich bedeutender Weise . . . . .	1724
γγ)	Bedeutung in mehr als nur einem geringen Teil des überörtlich relevanten Gebiets . . . . .	1725
δδ)	Mehr als lediglich örtliche Bedeutung vor dem Prioritätszeitpunkt der Unionsmarkenanmeldung . . . . .	1726
εε)	Kasuistik . . . . .	1726
β)	Tatsachenvortrag zur mehr als lediglich örtlichen Bedeutung . . . . .	1728
hh)	Sachbefugnis des Widersprechenden zur Einlegung des Widerspruchs (nationaler Standard) . . . . .	1729
α)	Vortrag zum nationalen Rechtsrahmen . . . . .	1729
αα)	Gesetzestext . . . . .	1729
ββ)	Rechtsinhaberschaft . . . . .	1729
γγ)	Prozeßstandschaft . . . . .	1730
β)	Tatsachenvortrag . . . . .	1730
αα)	Rechtsinhaberschaft . . . . .	1730
ββ)	Prozeßstandschaft . . . . .	1730
ii)	Recht zur Untersagung der Benutzung gemäß Art. 8 Abs. 4 lit. b UMV (nationaler Standard) . . . . .	1730
α)	Vortrag zum nationalen Rechtsrahmen . . . . .	1730
αα)	Gesetzestext . . . . .	1730
ββ)	Recht zur Untersagung der Benutzung . . . . .	1731
γγ)	Die vom EUIPO zu beachtenden Besonderheiten des Schutzbereichs eines deutschen Unternehmenskennzeichens . . . . .	1732
β)	Tatsachen . . . . .	1735
4.	Keine Stützung eines Widerspruchs aus einem Unternehmenskennzeichen auf § 12 BGB . . . . .	1736
5.	Fehlerhafte Ermittlung und Anwendung nationalen Rechts im Klage- und Rechtsmittelverfahren . . . . .	1736
a)	Die Praxis des EUIPO . . . . .	1736
b)	Pflichten des EUIPO zu Ermittlung des Inhalts des nationalen Rechts . . . . .	1736
c)	Kontrolle durch EuG und EuGH . . . . .	1737
II.	Unternehmenskennzeichen als relative Eintragungshindernisse im Nichtigkeitsverfahren . . . . .	1739
	<b>Entscheidungsregister . . . . .</b>	<b>1741</b>
	<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>1977</b>