

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 5. Auflage	V
Benutzungshinweise	VII
Abkürzungen und Literatur	XXV
Internet-Links	XXXI
Gerichte	XXXI
Entscheidungen	XXXI
Ämter	XXXI
Formulare	XXXI
Markenrecherche	XXXI
Vorschriften	XXXII
Erster Teil Grundlagen	1
§ 1 Überblick über das Kennzeichenrecht	1
I. Begriff des Kennzeichenrechts	1
II. Bedeutung von Kennzeichenrechten	1
III. Arten von Kennzeichen	4
1. Marken	4
a) Arten von Marken	5
b) Markenfähigkeit, absolute und relative Schutzhindernisse ..	6
c) Das Leben der Marke	7
2. Unternehmensbezeichnungen	8
3. Werktitel	9
4. Namensrechte	9
5. Geografische Herkunftsangaben	10
6. Sonstige Kennzeichen	10
IV. Prioritätsprinzip und Territorialitätsprinzip	11
V. Rechtsgrundlagen	12
1. Staatsverträge	12
2. Europarechtliche Vorschriften	14
3. Nationale Vorschriften	15
VI. Ämter und Gerichte	16
VII. Bedeutung des EuGH	16
VIII. Souveränität der Markensysteme und Rechtskraft	20
IX. Schrifttum und elektronische Hilfsmittel	23
Zweiter Teil Marken	27
Erstes Kapitel Erwerb und Erhalt des Markenschutzes	27
§ 2 Markenfähigkeit und verschiedene Arten von Marken	27
I. Begriff, Rechtsgrundlagen, Voraussetzungen und Markenformen ..	27
II. Zeichen	29
III. Klar und eindeutig bestimmbar Darstellbarkeit	30

IV. Unterscheidungsseignung	34
V. Kollektivmarken, Gewährleistungs- und Garantimarken	35
§ 3 Inhaberschaft	38
I. Grundsätze	38
II. Besonderheiten bei Unionsmarken und internationalen Registrierungen	39
III. Kollektivmarken	39
§ 4 Absolute Eintragungshindernisse	41
I. Überblick über die absoluten Eintragungshindernisse	42
II. Abgrenzung zu relativen Eintragungshindernissen	44
III. Gemeinsame Grundsätze absoluter Eintragungshindernisse	45
1. Produktbezug des Markenrechts	45
a) Grundsätze	45
b) Selbständige Würdigung der Produkte im Verfahren	46
c) Problematik pauschaler Oberbegriffe	49
d) Keine Bedeutung salvatorischer Einschränkungsversuche pauschaler Begriffe	51
2. Verkehrsverständnis im Markenrecht	52
a) Grundsätze	52
b) Geteiltes Verkehrsverständnis	64
c) Europäischer Verbraucher und die Bedeutung von Entscheidungen der mitgliedstaatlichen Gerichte und des EUIPO	67
3. Wahrnehmungsrichtungen des Verkehrs	68
4. Gesamteindruck und Marke als solche als Ausgangspunkt der Würdigung	69
5. Maßgeblicher Zeitpunkt der Prüfung	74
6. Allgemeininteresse als Grundlage absoluter Eintragungshindernisse	77
7. Prüfungsumfang und Prüfungsmaßstab im Eintragungsverfahren	78
IV. Unterscheidungskraft, beschreibende Angaben, übliche Bezeichnung	80
1. Merkmalsbeschreibende Angaben	82
a) Gesetzliche Grundlagen und Allgemeininteresse	82
b) Erforderlicher Grad der Abweichung vom Üblichen, insbesondere Abkürzungen	83
c) Erfordernis einer gewissen Unmittelbarkeit der Beschreibung	86
d) Mehrdeutige und unscharfe Zeichen	89
e) Bedeutung künftiger Verwendungsmöglichkeiten	92
f) Bedeutungslosigkeit der Verbraucherrelevanz des beschriebenen Merkmals	95
g) Bedeutungslosigkeit von Synonymen und des Fehlens von Konkurrenten	95

h) Besonderheiten bei geografischen Angaben und sonstigen Angaben zu Produktions- oder Vertriebsstätte	96
i) (Keine) Besonderheiten bei dreidimensionalen Marken oder Bildmarken.	98
2. Übliche Bezeichnungen	99
a) Voraussetzungen des Eintragungshindernisses	99
b) Besonderheiten im Verfallsverfahren	101
3. Sonstiges Fehlen der Unterscheidungskraft.	102
a) Gesetzliche Grundlagen	102
b) Herkunftsfunktion	103
c) Allgemeininteresse	104
d) Verhältnis zur abstrakten Unterscheidungseignung im Rahmen der allgemeinen Markenfähigkeit.	106
e) Keine Bedeutung der konkreten Benutzung der Marke und des Kennzeichenumfelds.	106
f) Für die Unterscheidungskraft erforderlicher Grad der Abweichung vom Branchenüblichen	109
g) Mittelbare Differenzierung der einzelnen Kategorien von Marken aufgrund unterschiedlichen Verkehrsverständnisses	113
h) Wortmarken.	116
(1) Ansatz von EuGH und EuG	116
(2) Ansatz des BGH	117
(3) Vage und mehrdeutige Bezeichnungen	119
i) Slogans, Werbeschlagworte und andere Wortfolgen.	121
(1) Vorgaben des EuGH	121
(2) Linie des EuG	123
(3) Linie des BGH	125
j) Personennamen.	127
k) Bildmarken und Wort-/Bildmarken	127
l) Abstrakte Farbmarken	136
m) Formmarken.	138
(1) Ansatz von EuGH und EuG	138
(2) Ansatz des BGH	145
(3) Verpackungsformen	149
n) Positionsmarken.	151
o) Hörmarken.	153
4. Erwerb von Unterscheidungskraft infolge Benutzung.	153
a) Grundsätze.	153
b) Feststellung erworbener Unterscheidungskraft im Verfahren	161
V. Form der Ware oder anderes charakteristisches Merkmal	167
1. Form oder anderes charakteristisches Merkmal durch Art der Ware bedingt.	169
2. Form oder anderes charakteristisches Merkmal technisch bedingt	172
3. Form oder anderes charakteristisches Merkmal wertverleihend	178
VI. Bösgläubige Marken Anmeldung.	179

1. Einsatz der Marke gegen inländische Benutzungshandlungen, insbesondere gegen Vorbenutzung durch einen Dritten	183
2. Einsatz der Marke zur Marktabstottung gegenüber dem Ausland	188
3. Markenmeldung zu Spekulationszwecken	190
VII. Sonstige Eintragungshindernisse	192
1. Täuschungseignung	193
2. Öffentliche Ordnung	194
3. Verstoß gegen die guten Sitten	195
4. Hoheitszeichen und Ähnliches	196
5. Öffentliches Interesse	198
6. Geografische Angaben	199
7. Traditionelle Lebensmittelbezeichnungen und Sortenschutzbezeichnungen	200
VIII. Telle-quelle-Schutz gemäß Art. 6 ^{quinquies} PVÜ	200
§ 5 Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen	203
I. Abfassung des Verzeichnisses	203
II. Auslegung des Verzeichnisses	207
III. Nachträgliche Änderung des Verzeichnisses	210
IV. Teilung der Marke	211
§ 6 Markenschutz ohne Eintragung	212
I. Überblick	212
II. Markenschutz durch Verkehrsgeltung	213
III. Markenschutz durch notorische Bekanntheit	215
§ 7 Priorität und Seniorität	217
I. Priorität	217
II. Seniorität	219
§ 8 Benutzungszwang	223
I. Grundsätze	223
II. Art und Umfang der Benutzung	224
1. Grundsätze	224
2. Einzelheiten zur Art der Benutzung	227
3. Einzelheiten zum Umfang der Benutzung	232
4. Wechselbeziehung von Art, Umfang und Dauer der Benutzung	234
III. Ort der Benutzung	235
IV. Benutzung durch Dritte	238
V. Abweichungen von Marke und benutzter Form	239
1. Grundlagen	239
2. Praxis des EuG	240
3. Praxis des BGH	247
VI. Benutzung nur für ein Produktsegment	253
VII. Berechtigter Grund für die Nichtbenutzung	257
VIII. Zeitraum der Benutzung und Benutzungsschonfrist	259
1. Grundsätze der Benutzungsschonfrist	259

2. Berechnung der Frist in den einzelnen Verfahren	261
IX. Verfahrensrechtliches, Nachweis und Glaubhaftmachung	264
§ 9 Schutzdauer und Verlängerung	272
I. Gemeinsame Grundsätze	272
II. Schutzdauer und Verlängerung der Unionsmarke	272
III. Schutzdauer und Verlängerung der deutschen Marke	273
IV. Schutzdauer und Verlängerung der internationalen Registrierung	275
Zweites Kapitel Reichweite des Markenschutzes.	277
§ 10 Grundlagen	277
I. Die drei Verletzungstatbestände	277
II. Grundsatz der Bindung des Verletzungsrichters an die eingetragene Marke.	278
III. Vorbemerkung: Unterschiede zwischen Widerspruchs- und Verletzungsverfahren	280
IV. Benutzungshandlungen.	282
1. Grundsätze.	282
2. Insbesondere: Wiederbefüllung gekennzeichnete Behältnisse	283
3. Insbesondere: Besitz von Ware zum Zwecke des Angebots	284
4. Insbesondere: Einfuhr, Ausfuhr und Durchfuhr	284
5. Sachverhalte mit Auslandsbezug	286
6. Erfordernis der Benutzung in der eigenen kommerziellen Kommunikation	287
V. Geschäftlicher Verkehr.	289
VI. Keine Zustimmung.	291
VII. Funktionswidrigkeit der Benutzung	292
1. Grundsätze	292
2. Beeinträchtigung der Herkunftsfunktion	294
a) Grundsätze.	294
b) Beschreibende Zeichen	296
c) Bestellzeichen.	298
d) Herkunftsfunktion bei neuen Markenformen	299
e) Gütezeichen und Testsiegel.	302
f) Benutzung als Unternehmenskennzeichen.	302
g) Benutzung als Werktitel	306
h) Nutzung als Domain	306
i) Metatags.	306
j) Adwords	307
k) Treffer plattforminterner Suchmaschinen	309
l) Koexistenz	310
a) Werbefunktion	310
b) Investitionsfunktion	311
§ 11 Identität von Marke und Produkt	313
I. Zeichenidentität	313
II. Produktidentität.	315
§ 12 Verwechslungsgefahr	317
I. Grundsätze.	318

1. Tatbestandsvoraussetzungen	318
2. Unterfälle der Verwechslungsgefahr und Terminologie der Gerichte	324
3. Verkehrsverständnis in der Zeichenkollision.	328
II. Kennzeichnungskraft	334
1. Grundsätze	334
2. Maßgeblicher Zeitpunkt der Beurteilung	338
3. Durchschnittliche Kennzeichnungskraft als Ausgangspunkt der Beurteilung	340
4. Kennzeichnungskraft mindernde Umstände	341
5. Kennzeichnungskraft erhöhende Umstände	345
III. Zeichenähnlichkeit	348
1. Überblick	348
a) Grundzüge	348
b) Prüfungsreihenfolge und Systematisierung nach »Variation« und »Kombination«.	349
2. Wahrnehmungsrichtungen – insbesondere Fallgruppe »Variation«	351
a) Überblick	351
b) Klangliche Ähnlichkeit	352
(1) Ausspracheregeln	352
(2) Anlehnung an beschreibende Angaben	356
(3) Position von Übereinstimmungen der Zeichen und die Bedeutung des Zeichenbeginns	356
(4) Vokal- und Konsonantenähnlichkeiten	362
(5) Betonung, Silbenzahl und -struktur.	364
c) Bildliche Ähnlichkeit	366
(1) Wortmarke gegen Wortmarke.	367
(2) Wort-/Bildmarke gegen Wortmarke	370
(3) Wort-/Bildmarke gegen Wort-/Bildmarke.	376
(4) Bildmarken.	383
(5) Farbmarken	388
(6) Formmarken.	389
d) Ähnlichkeit des Bedeutungsgehalts	390
e) Gewichtung der einzelnen Wahrnehmungsrichtungen	395
f) Wechselseitiges Neutralisieren von Ähnlichkeiten	397
3. Gesamteindruck.	403
a) Grundsätze.	403
b) Herangehensweise von EuG und BGH.	405
4. Unterscheidungskraftige und dominierende Zeichenelemente	409
a) Grundsätze.	409
b) Prüfungsreihenfolge	414
c) Erster Schritt: Ermittlung der Eigenschaften von Zeichenelementen	415
(1) Fantasiebezeichnung.	416
(2) Schutzunfähige, insbesondere beschreibende Bestandteile	418

(3) Bestandteile mit allgemeiner oder anpreisender Bedeutung und unauffällige Bestandteile	421
(4) An schutzunfähige Zeichen angelehnte Bestandteile. . .	425
(5) Bildelemente.	427
(6) Formmarken.	439
(7) Intensive Benutzung eines Zeichenelements.	442
d) Zweiter Schritt: Ermittlung des relativen Gewichts von Zeichenelementen	443
(1) Ausnahme: Prägung durch schutzunfähige oder schwache Bestandteile?	444
(2) Bedeutung der Position des Zeichenelements.	450
(3) Namen.	451
e) Spezialfall: Übernahme eines Teils der Bestandteile unter Hinzufügen neuer Bestandteile	453
5. Selbständig kennzeichnende Stellung eines Elements	454
a) Selbständig kennzeichnende Stellung neben bekannter Marke oder Unternehmensbezeichnung	455
b) Selbständig kennzeichnende Stellung bei Zweitmarken . . .	457
c) Übernahme von Stammbestandteilen von Zeichenserien . . .	463
d) Übernahme von Unternehmenskennzeichen	467
e) Sonderfall: Selbständig kennzeichnender Bestandteil trotz schwacher Kennzeichnungskraft	468
f) Sonderfall: Selbständig kennzeichnender Bestandteil ist variiert	468
g) Sonderfall: Umkehrung der Prioritätslage	469
IV. Produktähnlichkeit	471
1. Grundsätze	471
2. Einzelfälle	478
V. Wechselbeziehung	487
§ 13 Schutz der bekannten Marke	493
I. Begriff der »bekannten Marke«.	495
II. Zeichenähnlichkeit	499
III. Spezifische Schutzvoraussetzungen	505
1. Handeln ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise . . .	507
2. Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft	509
3. Beeinträchtigung der Wertschätzung	512
4. Ausnutzung der Unterscheidungskraft oder der Wertschätzung	513
§ 14 Verjährung, Verwirkung, Koexistenz	518
I. Verjährung	518
II. Verwirkung und Duldung.	519
1. Duldungstatbestand von MRR und UMW	519
2. Weitergehender nationaler Verwirkungstatbestand	521
3. Kritik des nationalen Sonderwegs	524
III. Koexistenz	525
§ 15 Beschränkung der Wirkungen der Marke	530
I. Überblick	530

II. Gebrauch von Name und Anschrift	532
III. Merkmalsangaben	534
IV. Bestimmungsangaben	537
V. Anständige Gepflogenheiten in Gewerbe oder Handel	539
§ 16 Erschöpfung	544
I. Begriff und Bedeutung	544
II. Voraussetzungen der Erschöpfung (Abs. 1)	545
1. Begriff des Inverkehrbringens	545
2. Inverkehrbringen im EWR	547
3. Ware des Rechtsinhabers oder einer wirtschaftlich verbundenen Person	548
4. Zustimmung des Rechtsinhabers	548
5. Beweislast	550
III. Wirkung der Erschöpfung	551
IV. Ausnahmen von der Erschöpfung (Abs. 2)	553
1. Veränderung oder Verschlechterung des Originalzustands der Ware	553
2. Vertriebsmodalitäten	555
3. Entfernung der Marke	558
4. Entfernung von Kontroll- oder Identifikationsnummern	558
5. Umverpacken und Neuetikettierung	560
a) Insbesondere: Künstliche Abschottung der Märkte und Erforderlichkeit des Umverpackens.	562
b) Insbesondere: Beeinträchtigung des Originalzustands der Ware und Qualität der Umverpackung	565
c) Insbesondere: Unterrichts- und Lieferungspflicht	567
d) Insbesondere: Angabe des Umverpackers	569
6. Änderung der Kennzeichnung	570
Dritter Teil Geschäftliche Bezeichnungen	573
Erstes Kapitel Unternehmenskennzeichen	573
§ 17 Begründung und Untergang des Rechts am Unternehmenskennzeichen	573
I. Überblick	573
II. Rechtsbegründung	574
1. Aufnahme der befugten Benutzung eines Unternehmenskennzeichens.	575
2. Namensmäßige Unterscheidungskraft	577
3. Besondere Geschäftsbezeichnungen, insbesondere Etablissementbezeichnungen	579
4. Verkehrsdurchsetzung	580
5. Eigenständiger Schutz von Zeichenbestandteilen	580
III. Räumlicher Schutzbereich	582
IV. Untergang des Rechts	583
§ 18 Reichweite des Schutzes	586
I. Überblick	586

II. Rechtsverletzende Benutzung im geschäftlichen Verkehr	586
III. Verwechslungsgefahr	587
1. Kennzeichnungskraft	588
2. Zeichenähnlichkeit	589
3. Branchenähnlichkeit	590
4. Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne	592
IV. Erweiterter Schutz bekannter Unternehmenskennzeichen	593
V. Schranken	593
Zweites Kapitel Titel	596
§ 19 Begründung und Untergang des Titelrechts	596
I. Überblick	596
II. Rechtsbegründung	597
III. Zeitrang des Titelrechts und seine Vorverlagerung durch Titel- schutzanzeige	599
IV. Inhaberschaft	601
V. Untergang des Titelschutzes	602
§ 20 Reichweite des Schutzes	603
I. Grundsätze	603
II. Verwechslungsgefahr	604
1. Kennzeichnungskraft	604
2. Zeichenähnlichkeit	605
3. Werknähe	607
4. Titelrechtlicher Schutz gegen Marken und Unternehmens- kennzeichen als Ausnahme	608
III. Erweiterter Schutz bekannter Titel	610
IV. Einreden, Einwendungen und Rechtsfolgen	610
Vierter Teil Namen, Domains, Geografische Herkunftsangaben	611
§ 21 Namen	611
I. Überblick und Anwendungsbereich	611
II. Rechtsbegründung, -einräumung, und -beendigung	613
III. Reichweite des Schutzes	614
1. Namensleugnung	614
2. Namensanmaßung	615
3. Namensgebrauch zu Werbezwecken	617
§ 22 Domains	619
I. Überblick	619
II. Ansprüche gegen Top-Level-Domains »eu«	620
III. Ansprüche gegen Top-Level-Domains »de«	622
1. Kennzeichenrechtliche Ansprüche	623
2. Namensrechtliche Ansprüche	624
3. Ausnahmekonstellationen beiderseitiger Berechtigung	627
a) Regelfall: kein Anspruch bei beiderseitiger Berechtigung	628
b) Ausnahmsweise: Pflicht zur Rücksichtnahme	629
c) Ganz ausnahmsweise: Lösungsanspruch	630

4. Ansprüche bei bloßer Registrierung	631
5. Angriffe auf E-Mail-Adressen	632
IV. Ansprüche gegen andere Top-Level-Domains	632
§ 23 Geografische Herkunftsangaben	634
I. Überblick	634
II. Schutz von Bezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel nach der Verordnung (EU) 1151/2012	636
1. Anwendungsbereich	636
2. Eintragungsverfahren	637
3. Schutzzumfang	638
III. Einfache geografische Herkunftsangaben	642
IV. Qualifizierte geografische Herkunftsangaben	645
V. Geografische Herkunftsangaben mit besonderem Ruf	646
Fünfter Teil Kennzeichen im Rechtsverkehr	647
§ 24 Marken im Rechtsverkehr	647
I. Übertragung	647
1. Grundzüge	647
2. Eintragung des Inhaberwechsels	648
3. Bedeutung der Eintragung des Inhaberwechsels im Register	649
4. Prozessführung	650
5. Besonderheiten bei Verwertungsgesellschaften	650
6. Besonderheiten bei der Übertragung von Namensmarken	651
II. Lizenz	652
1. Grundsätze	652
2. Inhaltliche Beschränkungen der Lizenz	655
3. Prozessführung	656
4. Sukzessionsschutz	658
III. Gestattung	659
IV. Abgrenzungs- und Vorrechtsvereinbarung	660
V. Zwangsvollstreckung und Insolvenz	661
VI. Markenmeldungen vor Eintragung und Benutzungsmarken	662
§ 25 Geschäftliche Bezeichnungen im Rechtsverkehr	663
I. Unternehmenskennzeichen	663
1. Übertragung	663
2. Lizenz und Gestattung	664
II. Titel	665
Sechster Teil Ergänzende außerkennzeichenrechtliche Ansprüche. . . .	667
§ 26 Ergänzende wettbewerbsrechtliche Ansprüche und Ansprüche aus unerlaubter Handlung	667
I. Wettbewerbsrechtlicher Schutz der bekannten Marke	670
II. Gezielte Behinderung	671
III. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	672
IV. Irreführungsverbot	677

V. Vergleichende Werbung	679
Siebenter Teil Rechtsfolgen der Verletzung und Überblick über die Verfahrensarten	683
§ 27 Rechtsfolgen der Kennzeichenverletzung	683
I. Unterlassungsanspruch	685
1. Wiederholungsgefahr	687
2. Erstbegehungsgefahr	689
3. Antragsfassung	692
4. Haftung, insbesondere Haftung der Mittelsperson und soge- nannte Störerhaftung	696
5. Pflicht zur Störungsbeseitigung und Rückrufanspruch als Teil des Unterlassungsanspruchs	703
II. Lösungsanspruch und Nichtkeitsanspruch	705
III. Anspruch auf Rücknahme einer Markenmeldung	708
IV. Schadensersatzanspruch	708
1. Voraussetzungen	708
2. Dreifache Schadensberechnung	713
V. Bereicherungsanspruch	718
VI. Auskunftsanspruch	719
1. Auskunftsanspruch nach § 242 BGB zur Vorbereitung von Schadensersatzansprüchen	720
2. Auskunftsanspruch nach § 19 MarkenG über Herkunft und Vertriebsweg der Produkte	721
VII. Vorlage- und Besichtigungsanspruch	726
VIII. Vorlageanspruch zur Sicherung von Schadensersatzansprüchen ...	727
IX. Zurückbehaltungsanspruch an widerrechtlich gekennzeichnete Ware	728
X. Vernichtungs- und Rückrufanspruch	728
XI. Anspruch auf Urteilsveröffentlichung	730
XII. Übertragungsanspruch	731
XIII. Anspruch auf Hinweis in Nachschlagewerken	733
XIV. Strafrecht und Bußgeldvorschriften	733
XV. Grenzbeschlagnahme	734
1. Voraussetzungen und Unterschiede der europäischen und nati- onalen Regelungen	735
2. Antragsverfahren	736
3. Grenzbeschlagnahmeverfahren	737
§ 28 Verfahren beim EUIPO	739
I. Eintragungsverfahren Unionsmarke	741
II. Widerspruchsverfahren gegen Unionsmarke oder internationale Registrierung mit Schutz für die EU	743
1. Mögliche Widerspruchsgründe	744
a) Grundsätze	744
b) Widerspruch aus sonstigen Rechten gemäß Art. 8 IV UMV ..	745
c) Sprachenregelung	749

2. Zulässigkeit und Begründetheit	749
3. Verfahrensverlauf.	753
III. Verfalls- und Nichtigkeitsverfahren Unionsmarke oder internationale Registrierung mit Schutz für die EU	757
IV. Teilungs- und Umwandlungsverfahren	760
V. Allgemeine Verfahrensgrundsätze	761
1. Fristenregelung, Wiedereinsetzung in den vorigen Stand und Weiterbehandlung	761
2. Widerruf	765
3. Begründungspflicht	766
4. Sonstige Grundsätze	768
5. Aussetzung und Unterbrechung des Verfahrens	771
VI. Rechtsmittel	772
1. Beschwerde	773
2. Klage zum EuG.	779
3. Rechtsmittel zum EuGH.	789
§ 29 Verfahren beim DPMA	795
I. Allgemeine Grundsätze.	795
II. Eintragungsverfahren nationale Marke	797
III. Widerspruchsverfahren gegen nationale Marke oder internationale Registrierung mit Schutz für Deutschland	799
IV. Verzicht	802
V. Amtliche Verfalls- und Nichtigkeitsverfahren gegen nationale Marken oder internationale Registrierungen mit Schutz für Deutschland	802
1. Regelung bis zum 30.4.2020.	802
2. Regelung ab dem 1.5.2020	803
VI. Rechtsmittel	806
1. Erinnerung	806
2. Beschwerde	807
3. Rechtsbeschwerde	808
§ 30 Verfahren der internationalen Registrierung bei der WIPO	815
I. Überblick.	815
II. Internationale Registrierung und nachträgliche Schutzerstreckung.	816
§ 31 Gerichtliche Verfahren.	818
I. Vorprozessuale Strategie.	819
II. Verfahren vor den ordentlichen Gerichten	823
1. Gerichtliche Zuständigkeit.	823
2. Aussetzung des Verfahrens	828
3. Gegenstandswert und Kosten.	829
4. Streitgegenstand.	832
III. Andere Hauptsacheverfahren	836
IV. Einstweiliger Rechtsschutz	837

Achter Teil Kennzeichenpraxis	845
§ 32 Kennzeichenkonzeption, -strategie und -bewertung	845
I. Kennzeichenkonzeption	845
II. Recherche- und Überwachungsstrategien	846
1. Recherche	846
2. Überwachung	847
III. Anmeldestrategie	847
1. Wer meldet an?	848
2. Wo und wie wird angemeldet?	848
3. Welche Marke wird angemeldet?	849
4. Für welche Produkte wird angemeldet?	850
5. Ist es besser, ganz auf eine Anmeldung zu verzichten?	850
IV. Internationale Strategien	851
V. Markenführung und Vermarktungsstrategien	852
VI. Kennzeichenbewertung	854
§ 33 Checkliste Kennzeichenpraxis	856
A. Recherche	856
B. Marken Anmeldung	857
C. Markenverwaltung	858
D. Angriff	859
E. Verteidigung	860
§ 34 Checkliste Verwechslungsgefahr	861
A. Voraussetzungen Verwechslungsgefahr	861
B. Bestimmung Zeichenähnlichkeit	861
§ 35 Checkliste Verfügungsverfahren	863
A. Vorfeld des Verfügungsverfahrens	863
B. Vorbereitung des Antrags durch den Antragsteller	863
C. Nach Erlass der Verfügung	863
§ 36 Checkliste Grenzbeschlagnahme	865
A. Die Grenzbeschlagnahme nach der Verordnung (EU) Nr. 608/2013	865
B. Die Grenzbeschlagnahme nach den §§ 146ff. MarkenG	866
Entscheidungsregister	869
Stichwortverzeichnis	963