

DANIEL GÖRLICH

Die anlehrende
Markennutzung für
nicht ähnliche Produkte

*Geistiges Eigentum und
Wettbewerbsrecht*

84

Mohr Siebeck

Daniel Görlich

Die anlehrende Markennutzung für nicht ähnliche Produkte



Mohr Siebeck

Daniel Görlich: geboren 1985; Studium der Rechtswissenschaften an der Universität Bayreuth; Promotionsstudium an der Universität Bayreuth im DFG-Graduiertenkolleg für Geistiges Eigentum und Gemeinfreiheit; seit Dezember 2012 Rechtsreferendar am Landgericht Bonn.

ISBN 978-3-16-152929-0

ISSN 1860-7306 (Geistiges Eigentum und Wettbewerbsrecht)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© 2013 Mohr Siebeck Tübingen. www.mohr.de

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Das Buch wurde von Gulde-Druck in Tübingen auf alterungsbeständiges Werkdruckpapier gedruckt und von der Buchbinderei Nägele in Nehren gebunden.

Geistiges Eigentum und Wettbewerbsrecht

herausgegeben von

Peter Heermann, Diethelm Klippel,
Ansgar Ohly und Olaf Sosnitza

84



Vorwort

Die vorliegende Arbeit entstand im Rahmen des DFG-Graduiertenkollegs für Geistiges Eigentum und Gemeinfreiheit an der Universität Bayreuth. Sie wurde von der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät im März 2013 als Dissertationsschrift angenommen. Rechtsprechung und Literatur wurden bis Juni 2013 berücksichtigt.

Bedanken möchte ich mich zunächst bei meinem Doktorvater, Prof. Dr. Peter Heermann, LL.M., der bei meinen Fragen stets ein offenes Ohr und Anregungen für mich hatte. Er hat die Entstehung dieser Arbeit in vorbildlicher Art und Weise betreut, wobei insbesondere die kurzen Reaktions- und Bearbeitungszeiten hervorzuheben sind. Zu nennen ist weiterhin Prof. Dr. Ansgar Ohly, LL.M., der das Zweitgutachten zu dieser Arbeit verfasst hat. Außerdem ist ihm für seine Rolle als ehemaliger Sprecher des Graduiertenkollegs und seinem inspirierendem Engagement im Bereich des Geistigen Eigentums zu danken.

Für das großzügige Stipendium der DFG im Rahmen des Graduiertenkollegs für Geistiges Eigentum und Gemeinfreiheit, welches diese Arbeit erst ermöglicht hat, bedanke ich mich ebenfalls sehr. Einen erheblichen Anteil am Gelingen der Arbeit haben auch meine ehemaligen Mitkollegiaten, Promotionskollegen und Freunde in Bayreuth. An dieser Stelle kann zwar nicht jeder genannt werden, aber dies betrifft insbesondere Robert, Stefan und Philipp, denen ich verdanke, dass die Promotionszeit in Bayreuth auch abseits der Dissertation durchweg sehr lebenswert war.

Dies gilt natürlich erst recht für meine Freundin Jannika, deren Unterstützung und Liebe mir gerade in anstrengenderen Phasen die erforderliche Motivation gegeben haben. Ich kann mich glücklich schätzen, jemanden an meiner Seite zu haben, der mich ohne jede Beschwerde zwei weitere Jahre in weiter Entfernung hat weilen lassen, um diese Arbeit zu erstellen.

Zusammen mit meiner Mutter Susanne hat sie auch die nicht beneidenswerte Aufgabe des Korrekturlesens meiner Arbeit übernommen. Meiner Mutter kann ich ohnehin nicht genug danken, da ich ohne ihre bedingungslose Unterstützung und vorbildliche Erziehung niemals dahin gekommen wäre, wo ich heute bin.

Köln, Juli 2013

Daniel Görlich

Abkürzungsverzeichnis

Neben den unten angegebenen Abkürzungen werden nur solche nach Duden, Die deutsche Rechtschreibung, herausgegeben von der Dudenredaktion, 25. Aufl., Mannheim u.a. 2009, verwendet.

a.A.	anderer Ansicht
a.a.O.	am angegebenen Ort
a.E.	am Ende
a.F.	alte Fassung
AcP	Archiv für die civilistische Praxis (Zeitschr.)
ABl.	Amtsblatt
Abs.	Absatz
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
allg.	allgemein(er)
Art.	Artikel
Aufl.	Auflage
ähnl.	ähnlich
Beschl.	Beschluss
BGH	Bundesgerichtshof
Bsp(e).	Beispiel(e)
BT-Drucks.	Bundestagsdrucksache
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerfGE	Amtliche Sammlung der Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts
CaS	Causa Sport (Zeitschr.)
Darst.	Darstellung
ders.	derselbe
dies.	dieselbe(n)
EG	Europäische Gemeinschaft
EuG	Gericht erster Instanz der Europäischen Gemeinschaft
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EuGRZ	Europäische Grundrechte-Zeitschrift (Zeitschr.)
EUV	Vertrag über die Europäische Union (in der Fassung von Lissabon 2008)
EuZW	Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht (Zeitschr.)
f.	folgende(r)
ff.	fortfolgende
Fn.	Fußnote
FS	Festschrift
Journ.	Journal
GA/Gain	Generalanwalt/Generalanwältin
GeschmMG	Geschmacksmustergesetz

GG	Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland von 1949
GRCh.	Grundrechtecharta
grdl.	grundlegend
grds.	grundsätzlich
GRUR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht (Zeitschr.)
GRUR Int.	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Internationaler Teil (Zeitschr.)
GRUR-RR	Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht – Rechtsprechungsreport (Zeitschr.)
HABM	Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt
Hrsg.	Herausgeber
IIC	International Review of Industrial Property and Copyright Law (Zeitschr.)
IP	Intellectual Property
JuS	Juristische Schulung (Zeitschr.)
JZ	Juristen-Zeitung (Zeitschr.)
i.d.S.	in diesem Sinne
insbes.	insbesondere
i.R.d.	im Rahmen der/des
i.S.v.	im Sinne von
i.V.	in Verbindung
i.Ü.	im Übrigen
Kap.	Kapitel
krit.	kritisch
KUG	Kunsturhebergesetz
K&R	Kommunikation und Recht (Zeitschr.)
LG	Landesgericht
lit.	littera
MA	Der Markenartikel (Zeitschr.)
MarkenG	Markengesetz
MarkenR	Markenrecht (Zeitschr.)
MarkenRRL	Richtlinie 2008/95/EG vom 22. Oktober 2008 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über Marken
Mitt.	Mitteilungen der deutschen Patentanwälte (Zeitschr.)
MuW	Markenschutz und Wettbewerb (Zeitschr.)
m.w.N.	mit weiteren Nachweisen
m.z.w.N.	mit zahlreichen weiteren Nachweisen
NJW	Neue Juristische Wochenschrift (Zeitschr.)
NJW-RR	Neue Juristische Wochenschrift – Rechtsprechungsreport Zivilrecht (Zeitschr.)
NVwZ	Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht (Zeitschr.)
Nr.	Nummer
OGH	Oberster Gerichtshof der Republik Österreich
OLG	Oberlandesgericht
OlympSchG	Gesetz zum Schutz des olympischen Emblems und der olympischen Bezeichnungen
Rev.	Review
RG	Reichsgericht
RGZ	Amtliche Sammlung des Reichsgerichts in Zivilsachen
RL	Richtlinie

Rspr.	Rechtsprechung
RStV	Rundfunkstaatsvertrag
Rz.	Randziffer
S.	Seite
Slg.	Sammlung
SpuRT	Zeitschrift für Sport und Recht (Zeitschr.)
st. Rspr.	ständige Rechtsprechung
u. a.	und andere/unter anderem
UAbs.	Unterabsatz
UGP-RL	Richtlinie 2005/29/EG vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken
UrhG	Urhebergesetz
Urt.	Urteil
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (aktuelle Fassung oder jeweils Jahresangabe)
v.	von/vom
v. a.	vor allem
vgl.	vergleiche
WerbeRL	Richtlinie 2006/114/EG vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis (Zeitschr.)
WZG	Warenzeichengesetz von 1936
z. B.	zum Beispiel
ZHR	Zeitschrift für das gesamte Handels- und Wirtschaftsrecht (Zeitschr.)
z. T.	zum Teil
zust.	zustimmend

Geistiges Eigentum und Wettbewerbsrecht

Herausgegeben von

Peter Heermann, Diethelm Klippel, Ansgar Ohly und Olaf Sosnitzer

Alphabetische Übersicht:

- Albert, Carsten F.*: Patente in der Fusionskontrolle. 2011. *Band 49.*
- Amschewitz, Dennis*: Die Durchsetzungsrichtlinie und ihre Umsetzung im deutschen Recht. 2008. *Band 21.*
- Apel, Simon*: Der ausübende Musiker im Recht Deutschlands und der USA. 2011. *Band 57.*
- Barudi, Malek*: Autor und Werk – eine prägende Beziehung? 2013. *Band 75.*
- Becker, Guido M.*: Zur Konkurrenz von Marken- und Geschmacksmusterschutz. 2013. *Band 82.*
- Beckstein, Frank*: Einschränkungen des Schutzlandprinzips. 2010. *Band 33.*
- Berberich, Matthias*: Virtuelles Eigentum. 2010. *Band 36.*
- Birner, Cornelia*: Die Internet-Domain als Vermögensrecht. 2005. *Band 3.*
- Böxler, Bernhard*: Markenstrafrecht. 2013. *Band 80.*
- Bosch, Nikolaus / Bung, Jochen / Klippel, Diethelm* (Hg.): Geistiges Eigentum und Strafrecht. 2011. *Band 42.*
- Brämer, Antje*: Die Sicherungsabtretung von Markenrechten. 2005. *Band 1.*
- Brinkel, Guido*: Filesharing. 2006. *Band 4.*
- Brömmelmeyer, Christoph*: Internetwettbewerbsrecht. 2007. *Band 8.*
- Bung, Jochen*: siehe *Bosch, Nikolaus*.
- Dahm, Katja*: Der Schutz des Urhebers durch die Kunstfreiheit. 2012. *Band 68.*
- Daneshzadeh Tabrizi, Mahdi*: Lizenzen in der Insolvenz nach dem Scheitern des Gesetzes zur Einführung eines § 108a InsO. 2011. *Band 59.*
- Decker, Maximilian*: Geistiges Eigentum als Kreditsicherheit. 2012. *Band 72.*
- Eichhammer, Stefan*: Die markenmäßige Benutzung. 2008. *Band 17.*
- Eisfeld, Jens / Pahlow, Louis* (Hg.): Grundlagen und Grundfragen des Geistigen Eigentums. 2008. *Band 13.*
- Essig, Holger*: Die gattungsmäßige Verwendung von Marken. 2010. *Band 47.*
- Förster, Achim*: Fair Use. 2008. *Band 18.*
- Fröhlich, Stefan*: Düfte als geistiges Eigentum. 2009. *Band 24.*
- Glas, Vera*: Die urheberrechtliche Zulässigkeit elektronischer Pressespiegel. 2008. *Band 16.*
- Glimski, Nina Caroline*: Das Veranstalterleistungsschutzrecht. 2010. *Band 43.*
- Godt, Christine*: Eigentum an Information. 2007. *Band 9.*
- Görden, Jan*: Vorgezogener Werktitelschutz. 2009. *Band 27.*
- Görlich, Daniel*: Die anlehrende Markennutzung für nicht ähnliche Produkte. 2013. *Band 84.*
- Goldhammer, Michael*: Geistiges Eigentum und Eigentumstheorie. 2012. *Band 64.*
- Grätz, Daniel*: Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung durch Sportverbände. 2009. *Band 29.*
- Grages, Jan-Michael*: Verwaiste Werke. 2013. *Band 83.*
- Hofmann, Franz*: Immaterialgüterrechtliche Anwartschaftsrechte. 2009. *Band 32.*
- Holznapel, Daniel*: Notice and Take-Down-Verfahren als Teil der Providerhaftung. 2013. *Band 79.*

- Jacob, Jan*: Ausschließlichkeitsrechte an immateriellen Gütern. 2010. *Band 46*.
- John, Martin*: Lauterkeitsrechtliche Grenzen kommunikativer Sponsoringmaßnahmen im Sport. 2013. *Band 76*.
- Kessen, Stephan*: *Die Firma als selbständiges Verkehrsobjekt*. 2011. *Band 55*.
- Kickler, Hilke*: Die Geschichte des Schutzes geographischer Herkunftsangaben in Deutschland. 2012. *Band 66*.
- Klein, Fabian*: Schutzvoraussetzungen und Schutzzumfang der Positionsmarke. 2012. *Band 69*.
- Klippel, Diethelm*: siehe *Lange, Knut Werner*.
- siehe *Bosch, Nikolaus*.
 - siehe *Ohly, Ansgar*.
- Krujatz, Sebastian*: Open Access. 2012. *Band 71*.
- Krusemarck, Philipp*: Die abhängige Schöpfung im Recht des geistigen Eigentums. 2013. *Band 78*.
- Laier, Matthias*: Die Berichterstattung über Sportereignisse. 2007. *Band 10*.
- Lange, Knut Werner / Klippel, Diethelm / Ohly, Ansgar* (Hg.): Geistiges Eigentum und Wettbewerb. 2009. *Band 26*.
- Leible, Stefan* (Hg.): Der Schutz des geistigen Eigentums im Internet. 2012. *Band 73*.
- / *Ohly, Ansgar* (Hg.): Intellectual Property and Private International Law. 2009. *Band 28*.
 - / – / *Zech, Herbert* (Hg.): Wissen – Märkte – Geistiges Eigentum. 2010. *Band 38*.
- Leistner, Matthias* (Hg.): Europäische Perspektiven des Geistigen Eigentums. 2010. *Band 41*.
- Lochmann, René*: Die Einräumung von Fernsehübertragungsrechten an Sportveranstaltungen. 2005. *Band 2*.
- Lutz, Alexander*: Zugang zu wissenschaftlichen Informationen in der digitalen Welt. 2012. *Band 65*.
- Lux, Jochen*: Der Tatbestand der allgemeinen Marktbehinderung. 2006. *Band 6*.
- Mächtel, Florian*: Das Patentrecht im Krieg. 2009. *Band 25*.
- Melwitz, Nikolaus*: Der Schutz von Sportgroßveranstaltungen gegen Ambush Marketing. 2008. *Band 12*.
- Micsunescu, Somi C.*: Der Amtsermittlungsgrundsatz im Patentprozessrecht. 2010. *Band 45*.
- Miosga, Julia*: Die Ansprüche auf Rückruf und Entfernen im Recht des geistigen Eigentums. 2010. *Band 48*.
- Neuberger, Julius*: Der wettbewerbsrechtliche Gewinnabschöpfungsanspruch im europäischen Rechtsvergleich. 2006. *Band 7*.
- Neuhaus, Stephan*: Sekundäre Haftung im Lauterkeits- und Immaterialgüterrecht. 2011. *Band 50*.
- Neurauter, Sebastian*: Das Bauhaus und die Verwertungsrechte. 2013. *Band 74*.
- Ohly Ansgar* (Hg.): Common Principles of European Intellectual Property Law. 2012. *Band 62*.
- / *Klippel, Diethelm* (Hg.): Geistiges Eigentum und Gemeinfreiheit. 2007. *Band 11*.
 - siehe *Lange, Knut Werner*.
 - siehe *Leible, Stefan*.
- Onken, Carola*: Die Verwechslungsgefahr bei Namensmarken. 2011. *Band 52*.
- Pahlow, Louis*: Lizenz und Lizenzvertrag im Recht des Geistigen Eigentums. 2006. *Band 5*.
- siehe *Eisfeld, Jens*.
- Peukert, Alexander*: Die Gemeinfreiheit. 2012. *Band 63*.
- Pfuhl, Fabian*: Von erlaubter Verkaufsförderung und strafbarer Korruption. 2010. *Band 35*.
- Pries, Thorsten Wilhelm*: Kampfpreissmissbrauch im ökonomisierten EG-Kartellrecht. 2009. *Band 30*.

- Rieger, Sören*: Der rechtliche Schutz wissenschaftlicher Datenbanken. 2010. *Band 39*.
- Rieken, Christoph*: Der Schutz olympischer Symbole. 2008. *Band 15*.
- Riesenhuber, Karl* (Hg.): Die „Angemessenheit“ im Urheberrecht. INTERGU-Tagung 2012. 2013. *Band 77*.
- Rosenkranz, Timo*: Open Contents. 2011. *Band 58*.
- Schapiro, Leo*: Unterlassungsansprüche gegen die Betreiber von Internet-Auk-tionshäusern und Internet-Meinungsforen. 2011. *Band 61*.
- Schmidt, Alexander K.*: Erfinderprinzip und Erfinderpersönlichkeitsrecht im deutschen Patentrecht von 1877 bis 1936. 2009. *Band 31*.
- Schöttle, Valeria*: Der Allgemeine Teil des Rechts des geistigen Eigentums im Zivilgesetzbuch der Russischen Föderation. 2013. *Band 81*.
- Shork, Daniela*: Imitationsmarketing. 2011. *Band 56*.
- Schröer, Benjamin*: Der unmittelbare Leistungsschutz. 2010. *Band 40*.
- Schweyer, Florian*: Die rechtliche Bewertung des Reverse Engineering in Deutschland und den USA. 2012. *Band 67*.
- Siebert, Melanie*: Geheimnisschutz und Auskunftsansprüche im Recht des Geistigen Eigentums. 2011. *Band 60*.
- Stang, Felix L.*: Das urheberrechtliche Werk nach Ablauf der Schutzfrist. 2011. *Band 51*.
- Thiering, Frederik*: Berufung auf ältere Marken Dritter. 2010. *Band 44*.
- Timmann, Tobias*: Das Patentrecht im Lichte von Art. 14 GG. 2008. *Band 22*.
- Tinnefeld, Robert*: Die Einwilligung in urheberrechtliche Nutzungen im Internet. 2012. *Band 70*.
- Uhrich, Ralf*: Stoffschutz. 2010. *Band 42*.
- Ulrici, Bernhard*: Vermögensrechtliche Grundfragen des Arbeitnehmerurheberrechts. 2008. *Band 20*.
- Walter, Axel von*: Rechtsbruch als unlauteres Marktverhalten. 2008. *Band 14*.
- Werner, Georg*: Entnahme und Patentierung menschlicher Körpersubstanzen. 2008. *Band 19*.
- Wolfrum, Anne Sophie*: Patentschutz für medizinische Verfahrenserfindungen im Europäischen Patentsystem und im US-Recht. 2009. *Band 23*.
- Wunderle, Timo*: Verbraucherschutz im Europäischen Lauterkeitsrecht. 2010. *Band 37*.
- Zech, Herbert*: siehe *Leible, Stefan*.
- Zentner, Laura Maria*: Das Urheberrecht des Architekten bei der Werkverwirklichung. 2011. *Band 53*.
- Zwanzger, Sibylle*: Das Gemeinschaftsgeschmacksmuster zwischen Gemeinschaftsrecht und nationalem Recht. 2010. *Band 34*.

*Einen Gesamtkatalog erhalten Sie gerne vom Verlag
Mohr Siebeck, Postfach 2040, D-72010 Tübingen.
Aktuelle Informationen im Internet unter www.mohr.de*

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	V
Abkürzungsverzeichnis	XV
Einführung	1
<i>I. Gegenstand der Arbeit.....</i>	<i>1</i>
1. Bedeutung von Marken	1
2. Markennutzung für Produkte	2
3. Anlehnung.....	5
4. Keine Ähnlichkeit der Produkte.....	6
5. Problemschwerpunkte und Beispielfälle.....	6
<i>II. Forschungsstand</i>	<i>12</i>
<i>III. Gang und Ziel der Arbeit.....</i>	<i>14</i>
1. Kap.: Rechtfertigung des Markenschutzes.....	17
<i>I. Marke als Eigentum im Sinne von Art. 14 GG.....</i>	<i>17</i>
1. Verhältnis von Unionsrecht und deutschem Verfassungsrecht	17
2. Inhalt und Vorgaben der Eigentumsfreiheit	20
a) Markenrecht als Eigentum	21
b) Konsequenzen der Einordnung als Eigentum	23
<i>II. Persönlichkeitsrechtliche Rechtfertigung.....</i>	<i>26</i>
<i>III. Moralische und naturrechtliche Rechtfertigung.....</i>	<i>29</i>
1. Ausgangspunkt.....	29
2. Anwendbarkeit	30
3. Zwischenergebnis.....	36

IV. Utilitaristische Rechtfertigung	37
1. Vorbemerkungen	37
a) Utilitarismus und ökonomische Analyse des Rechts	37
b) „Property Rights“-Theorie	37
c) Kritik und Herangehensweise	39
2. Kernbereich des Markenschutzes.....	41
a) Unterscheidung und Wiedererkennung von Produkten	41
b) Anreiz zu Investitionen in die Produktqualität	44
c) Schutz der Unterscheidungs- und Zuordnungsfunktion	47
d) Potenzielle Einschränkungen	52
e) Zwischenergebnis	53
3. Weitere Markenfunktionen	55
a) Grundsätzliches zu den erweiterten Markenfunktionen	55
b) Die wesentlichen weiteren Funktionen.....	56
aa) Investitionsfunktion	56
bb) Kommunikationsfunktion	57
cc) Werbefunktion	58
c) Stellungnahme zur Rechtfertigung des Markenfunktions- schutzes	60
4. Auswirkungen suggestiver Werbung und von Markenimages.....	63
a) Grundsätzliches zum Markenimage.....	63
aa) Aufbau von Markenimages	63
bb) Messung von Markenimages	66
cc) Nutzungsmöglichkeiten von Markenimages	67
dd) Weiteres Vorgehen.....	68
b) Objektive Qualität und Markenimage	68
c) Zusatznutzen von Markenimages	71
aa) Image als Produkteigenschaft.....	71
bb) Vereinfachung von Entscheidungsprozessen.....	74
cc) Wettbewerbsanreize	75
d) Wettbewerbsbeeinträchtigungen durch Markenimages	76
aa) Beeinträchtigungen des Preis- und Qualitäts- wettbewerbs	76
bb) Nachteilige Beeinflussung der Verbraucher und ihre Auswirkungen.....	80
e) Zwischenergebnis	83
5. Implikationen für den Markenschutz	84
a) Schutz des Markenimages und Ausnutzungsschutz im Allgemeinen.....	84
aa) Anreizgedanke	84
bb) Verwechslungs- und Beeinträchtigungsschutz.....	86
cc) Ausnutzungsschutz auf Basis der Signalwirkung.....	89
dd) Ausnutzungsschutz auf Basis des Zusatznutzens.....	93

ee) Zwischenergebnis	98
b) Schutz gegen Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft	98
aa) Ausgangspunkt: Suchkosten und Produktqualität	98
bb) Kritik und Grenzen dieses Ansatzes	101
c) Zwischenergebnis	106
V. <i>Geltendes Recht und Konsequenzen</i>	107
1. Grundsatzentscheidung im geltenden Recht	107
2. Konsequenzen	110
2. Kap.: Produktähnlichkeit und Markenschutz	114
I. <i>Doppelidentitätsschutz</i>	114
1. Doppelidentität bei referierender Markennutzung	114
2. Position des EuGH	116
3. Beurteilung in der deutschen Rechtsprechung	119
4. Stellungnahme	122
a) Probleme der erweiterten „Funktionenlehre“	122
b) Erfordernis der Benutzung für eigene Produkte	126
aa) Wertungsgesichtspunkte	126
bb) Systematik und Wortlaut des Gesetzes	128
cc) Sonderfall: Weitervertrieb und Werbung für sonstige Produkte	131
c) Zwischenergebnis	134
II. <i>Verwehlungschutz</i>	135
1. Begriff und Grenzen der Produktähnlichkeit	135
2. Reichweite der Verwehlungsgefahr	137
3. Alleinige Bedeutung objektiver Kriterien	141
4. Zwischenergebnis	144
III. <i>Erweiterter Schutz bekannter Marken</i>	145
3. Kap.: Schutz bekannter Marken	146
I. <i>Benutzung und „gedankliche Verknüpfung“</i>	146
1. Rechtsprechung des EuGH	146
2. Rechtsprechung des BGH	148

3. Literaturansichten.....	149
a) Weiter Benutzungsbegriff	149
aa) Keine markenmäßige Benutzung erforderlich	149
bb) Verbleibende Beschränkungen des § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG.....	152
b) Enger Benutzungsbegriff	153
c) Einheitlicher Benutzungsbegriff.....	154
4. Stellungnahme.....	155
a) Kein Erfordernis markenmäßiger Benutzung.....	155
b) Benutzung zum Zweck der Produktunterscheidung erforderlich?	156
c) Ausdrückliche gesetzliche Anforderungen an die Benutzung	162
d) Zwischenergebnis	163
 <i>II. Bekanntheit</i>	 163
1. Anforderungen nach den Vorgaben des EuGH	164
2. Kritik und Stellungnahme.....	166
 <i>III. Rechtsprechung zu den weiteren Schutzvoraussetzungen</i>	 168
1. Europäische Rechtsprechung	169
a) Gedankliche Verknüpfung.....	169
b) Ausnutzen von Wertschätzung und Unterscheidungskraft	169
c) Beeinträchtigung der Wertschätzung	174
d) Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft	176
2. Rechtsprechung in Deutschland.....	177
a) Verwässerungsschutz	177
aa) Ursprünge des Schutzes und Rechtsprechung vor Geltung des MarkenG.....	177
bb) Bedeutung im MarkenG	182
b) Ausnutzen der Wertschätzung.....	185
aa) Verdeckte Anlehnung bei identischen oder ähnlichen Produkten.....	185
bb) Offene Anlehnung durch Bezugnahme auf fremde Markenprodukte	188
cc) Benutzung eines Zeichens auf nicht ähnlichen Produkten	194
c) Beeinträchtigung der Wertschätzung	202
d) Ausnutzen der Unterscheidungskraft.....	205

IV. Zusammenfassung und Analyse.....	210
1. Grundsätzliche Aussagen zu Verletzungsvarianten und Unlauterkeit.....	210
2. Unklarheiten und Probleme	214
3. Erfordernis einer umfassenden Interessenabwägung	222
a) Grundsätzliches	222
b) Rechtsprechung und Literatur	225
c) Wortlaut und Beweislast	226
d) Methodik der Interessenabwägung	232
e) Abgrenzung zum Lauterkeitsrecht.....	234
4. Zwischenergebnis.....	237
4. Kap.: Kriterien für die Abwägung beim Schutz bekannter Marken.....	238
I. Intensität der gedanklichen Verknüpfung	238
1. Ähnlichkeit der Zeichen	239
2. Art und Ähnlichkeit der Produkte	243
3. Grad der Bekanntheit, Unterscheidungskraft und Wertschätzung	246
a) Grundsätzliches	246
b) Bekanntheitsgrad	247
4. Wahrnehmung der Marke	248
a) Grundsätzliches	248
b) Größe und Blickfangmäßigkeit der Verwendung	249
c) Weitere Bezugnahmen	253
d) Bedeutung der Wahrnehmungskriterien.....	255
5. Werbung und Absatzwege des Dritten	256
II. Art des Eingriffs	256
1. Ausnutzung und Beeinträchtigung der Wertschätzung	257
a) Bedeutung der Wertschätzung oder des Markenimages	257
b) Art der Produkte	261
c) Art der Bezugnahme	265
d) Zusammenfassung und Bedeutung des Kriteriums	266
2. Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft	267
a) Anforderungen an die Unterscheidungskraft	267
b) Originäre Unterscheidungskraft	269
c) Stärkung und Schwächung der Unterscheidungskraft	274
aa) Allgemeines.....	274

bb) Vergleich zu den typischen Fällen des Merchandising..	277
cc) Bedeutung anderweitiger Assoziationen.....	279
dd) Beurteilung der Schwächung	281
d) Art der Benutzung	287
e) Zwischenergebnis	289
3. Ausnutzen der Unterscheidungskraft	290
4. Zusammenfassung	290
<i>III. Verwechslungsgefahr oder Annahme von Zustimmung</i>	<i>291</i>
1. Anerkennung und Bedeutung weiterer Beziehungen	292
2. Kritik hinsichtlich der Annahme jeglicher Beziehungen	295
3. Auslegung	298
a) Vorbemerkungen zur Verwechslungsgefahr	298
b) Verwechslungsgefahr	299
c) Annahme (lizenz-)vertraglicher und sonstiger Beziehungen	300
<i>IV. Absichten des Markennutzers</i>	<i>304</i>
<i>V. Unzulässige Beeinflussung</i>	<i>307</i>
<i>VI. Nachahmungsgefahr</i>	<i>308</i>
1. Allgemeine Bedeutung	309
2. Berücksichtigungsfähigkeit als Unlauterkeitskriterium	310
<i>VII. Grad der Behinderung</i>	<i>312</i>
1. Bestehen eines Konkurrenzverhältnisses	312
2. Exklusivitätsvereinbarungen des Markeninhabers.....	315
3. Art der Nutzung	316
4. Umfang und Häufigkeit der Markennutzung	317
<i>VIII. Markttransparenz und Handeln zu Werbezwecken</i>	<i>318</i>
1. Zweck der markenrechtlichen Schranken und vergleichender Werbung.....	318
2. Zweckbezogene Grenzen der ausdrücklichen Regelungen	322
3. Bedeutung für die Unlauterkeitsprüfung	325
<i>IX. Kein Wettbewerbsausschluss</i>	<i>329</i>
<i>X. Eigene Leistung des Dritten.....</i>	<i>334</i>