

Namen, beschreibende Angaben, referierende Benutzung, § 23 MarkenG

§ 23 MarkenG enthält drei wichtige Schutzschranken, die das Untersagungsrecht des Markeninhabers begrenzen

1. Tatbestände

a) Name oder Anschrift, § 23 Abs. 1 Nr. 1 MarkenG

Name oder Anschrift *nur* einer *natürlichen* Person

Name = bürgerlicher Name

Anschrift = Staat, Bundesland, Ort, Straße, Hausnummer

b) Beschreibende Angaben, § 23 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG

Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft; Merkmale, Eigenschaften, insbesondere Art, Beschaffenheit, Bestimmung, Wert, geografische Herkunft oder Zeit der Herstellung oder Erbringung

c) Referierende Benutzung, § 23 Abs. 1 Nr. 3 MarkenG

Eingefügt durch Reform von 2015 in Art. 14 Abs. 1 lit. c MRL: „Identifizierung oder Verweis auf Waren ... als die des Inhabers dieser Marke“

Bsp.: - Vergleichende Werbung

- Keyword Advertising

- Produktkritik

Insbesondere Zubehör oder Ersatzteil

Bsp.: EuGH GRUR Int. 2005, 479 – *Gillette*

BGH GRUR 2005, 423 – *Staubsaugerfiltertüten*

2. Lauterkeitsvorbehalt, § 23 Abs. 2 MarkenG

Unlauter z. B.

- Verwendung einer *Wortbildmarke* statt reiner *Wortmarke*
(BGH GRUR 2011, 1135 Rn. 25, 27 – *GROSSE INSPEKTION FÜR ALLE*)
- Verwendung einer bekannten Marke in einer
Domainbezeichnung statt in Website-Text
(BGH WRP 2019, 200 Rn. 30 – *Keine-Vorwerk-Vertretung*)