

# Prüfungsaufbau Markenverletzung

## 1. Handeln „im geschäftlichen Verkehr“

## 2. Markenmäßige Benutzung

## 3. Bindung des Verletzungsgerichts an die Eintragung der Klagemarke

str.:

(+) BGH, MarkenR 2010, 210, Rn. 28 – *WM-Marken*

(-) *Sosnizza*, FS 50 Jahre BPatG, 2011, S. 765 ff.

## 4. Eingriff in den

### a) Identitätsbereich, § 14 II Nr. 1 MarkenG

Ein Zeichen ist identisch, wenn es ohne Änderung oder Hinzufügung alle Elemente der geschützten Marke wiedergibt oder allenfalls Unterschiede aufweist, die so geringfügig sind, dass sie einem Durchschnittsverbraucher entgehen können (EuGH, GRUR 2003, 422 Tz. 54 - *Arthur/Arthur und Félicie*).

oder

### b) Ähnlichkeitsbereich, § 14 II Nr. 2 MarkenG

Vorliegen einer Verwechslungsgefahr durch:

aa) Zeichenirrtum (unmittelbare Verwechslungsgefahr):

Zeichen selbst werden verwechselt

Wechselwirkung zwischen:

- Zeichenähnlichkeit: Klang, Bild, Sinn
- Branchennähe
- Kennzeichnungskraft

- bb) Inhaberirrtum (mittelbare Verwechslungsgefahr):  
Zeichen werden auseinandergehalten, aber vermeintlich gleichem Unternehmen zugeordnet
- cc) Beziehungsirrtum (Verwechslungsgefahr im weiteren Sinne): Unterschiedliche Zeichen werden erkannt, aber unzutreffend bestimmte rechtliche, organisatorische oder wirtschaftliche Zusammenhänge vermutet

oder

### **c) Bekanntheitsschutz, § 14 II Nr. 3 MarkenG**

- aa) Bekannte Marke
- bb) Zeichenähnlichkeit
- cc) Eingriffstatbestände:
  - Ausnutzung der Wertschätzung („Rufausbeutung“)
  - Ausnutzung der Unterscheidungskraft („Aufmerksamkeitsausbeutung“)
  - Beeinträchtigung der Wertschätzung („Rufschädigung“)
  - Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft („Verwässerung“)
- dd) In unlauterer Weise (Vermutung)
- ee) Keine Rechtfertigungsgründe

## **5. Keine Schranken**

**a) Verjährung, § 20 MarkenG**

**b) Verwirkung, § 21 MarkenG**

**c) Namen und beschreibende Angaben, § 23 MarkenG**

- aa) Namen und Anschrift, § 23 Nr. 1 MarkenG
- bb) Beschreibende Angaben, § 23 Nr. 2 MarkenG
- cc) Bestimmungshinweise, § 23 Nr. 3 MarkenG

**d) Erschöpfung, § 24 MarkenG**

**e) Benutzungszwang, §§ 25, 26 MarkenG**