

**Der Schutz der
dreidimensionalen
Marke**

von

Dr. jur. Dirk Böhmann

Inhalt

VORWORT	5
INHALT	6
LITERATURVERZEICHNIS	10
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	20
EINLEITUNG	25
ERSTER ABSCHNITT	
DIE SCHUTZFÄHIGKEIT DER DREIDIMENSIONALEN MARKE	
UNTER GELTUNG DES MARKENGESETZES	28
A. GESETZSYSTEMATIK	28
B. DIE RECHTSLAGE UNTER GELTUNG DES WARENZEICHENGESETZES	30
I. <i>Einleitung</i>	30
II. <i>Die patentamtliche Übung in Deutschland</i>	31
III. <i>Die gerichtliche Praxis in Deutschland</i>	37
1. Die Entscheidungspraxis des Reichsgerichts	38
2. Die Entscheidungspraxis des Bundesgerichtshofs	40
3. Mittelbarer Formalschutz einer dreidimensionalen Marke	
durch Eintragung als Bildmarke	42
IV. <i>Lehrmeinungen</i>	43 [^]
V. <i>Die dreidimensionale Marke als Ausstattung gem. § 25 WZG</i>	45
1. Die Kriterien der Ausstattungsfähigkeit	46
a) Die Rechtsprechung des Reichsgerichts	46
aa) Technisch-funktionelle Gestaltung	46

bb) Ästhetische Formgebung	49
b) Die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs	50
c) Verhältnis des Ausstattungsschutzes zu den Sonderschutzrechten	53
aa) Patent- und Gebrauchsmusterschutz	53
bb) Geschmacksmusterschutz	54
2. Die Verkehrsgeltung	55
C. VERHÄLTNIS DES MARKENRECHTES ZU ANDEREN GEWERBLICHEN SCHUTZRECHTEN	58
D. DIE MARKENFÄHIGKEIT EINER DREIDIMENSIONALEN FORM	
GEM. § 31 MARKENG	63
I. <i>Der Begriff des Zeichens</i>	63
II. <i>Abstrakte Unterscheidungseignung</i>	64
III. <i>Abgrenzung zur konkreten Unterscheidungskraft</i> <i>gem. §811 Nr. 1 MarkenG</i>	69
E. SCHUTZAUSSCHLUSSGRÜNDE GEM. § 3 II MARKENG	73
I. <i>Schutzzweck</i>	73
II. <i>Warenform und Verpackungsform</i>	73
III. <i>Anwendung des §3 II MarkenG auf Abbildungen</i> <i>dreidimensionaler Marken</i>	76
IV. <i>Heranziehung der Rechtsprechung zu § 25 WZG</i>	80
V. <i>Die Ausschlussgründe des § 3 II MarkenG im Einzelnen</i>	81
1. <i>Warenbedingte Form (§ 3 II Nr. 1 MarkenG)</i>	81
a) <i>Definition der Grundform</i>	81
b) <i>Maßstab für die Bestimmung der Grundform</i>	85
2. <i>Technisch bedingte Form (§ 3 II Nr. 2 MarkenG)</i>	85
3. <i>Bedeutung des Wertes der dreidimensionalen Ware</i> <i>(§ 3 II Nr. 3 MarkenG)</i>	90
F. SCHUTZAUSSCHLUSSGRÜNDE GEM. § 8 MARKENG	94
I. <i>Graphische Darstellbaren gem. § 8 I MarkenG</i>	95
II. <i>Absolute Schutzausschlussgründe gem. § 8 II MarkenG</i>	96

1. Fehlende Unterscheidungskraft gem. § 8 II Nr. 1 MarkenG	96
a) Keine Kennzeichnungskraft	96
b) Bestimmung der Unterscheidungskraft	99
c) Verkehrsauffassung als Maßstab der Unterscheidungskraft	102
2. Freihaltebedürfnis gem. § 8 II Nr. 2 MarkenG	103
3. Eintragungspraxis	106
a) Warenformen	107
b) Verpackungsformen	118
c) Stellungnahme zur Rechtsprechung des BPatG	128
aa) Vermengung von § 3 II MarkenG und § 8 II Nr. 1 MarkenG	128
bb) Abgrenzung zum Geschmacksmusterrecht	130
cc) Erforderliche Unterscheidungskraft	132
<i>III. Verkehrsdurchsetzung gem. § 8 III MarkenG</i>	137
1. Begriff der Verkehrsdurchsetzung	138
2. Umfang der Verkehrsdurchsetzung	140
G. ENTSTEHUNG DES MARKENSCHUTZES EINER DREIDIMENSIONALEN MARKE	146
<i>I. Markenschutz durch Eintragung gem. § 4 I MarkenG</i>	146
<i>II. Markenschutz durch Benutzung gem. § 4 II MarkenG</i>	147
<i>III. Markenschutz aufgrund notorischer Bekanntheit gem. § 4 III MarkenG</i>	150
H. DER SCHUTZUMFANG EINER DREIDIMENSIONALEN MARKE	152
<i>I. Verhältnis von Bekanntheitsgrad und Schutzzumfang der Marke</i>	155
<i>II. Fallkonstellationen der Verwechslungsgefahr im Hinblick auf dreidimensionale Marken</i>	156
1. Kollisionen zwischen Bildmarken und dreidimensionalen Marken	156
2. Kollisionen zwischen Wortmarken und dreidimensionalen Marken	162
3. Kollisionen zwischen zwei dreidimensionalen Marken	165
ZWEITER ABSCHNITT	
DER SCHUTZ DER DREIDIMENSIONALEN MARKE NACH DER GMVO	166
A. GRUNDSÄTZE DES GEMEINSCHAFTSMARKENRECHTS	166
<i>I. Grundsatz der Autonomie</i>	167
<i>II. Grundsatz der Einheitlichkeit</i>	167

<i>///. Grundsatz der Koexistenz</i>	168
B. GESETZSYSTEMATIK	170
C. EINTRAGUNGSVORAUSSETZUNGEN DER DREIDIMENSIONALEN GEMEINSCHAFTSMARKE IM EINZELNEN	171
<i>I. Abstrakte Markenfähigkeit gem. Art. 4 GMVO</i>	171
<i>II. Graphische Darstellbarkeit einer dreidimensionalen Gemeinschaftsmarke gem. Art. 4 GMVO</i>	172
<i>III. Absolute Eintragungshindernisse einer dreidimensionalen Gemeinschaftsmarke gem. Art. 7 GMVO</i>	173
1. Konkrete Unterscheidungskraft gem. Art. 7 I lit. b GMVO	173
2. Besondere Ausschlussgründe für dreidimensionale Marken gem. Art. 7 I lit. e GMVO	176
<i>IV. Eintragungspraxis</i>	178
<i>V. Der Schutzzumfang einer Gemeinschaftsmarke gem. Art. 9 GMVO</i>	183
ZUSAMMENFASSUNG	187
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	191