

**Schriften zum Europäischen Recht**

---

**Band 67**

**Das System  
des internationalen und  
supranationalen Schutzes von  
Marken und geographischen  
Herkunftsangaben**

**Von**

**Oliver Spuhler**



**Duncker & Humblot · Berlin**

OLIVER SPÜHLER

**Das System des internationalen und supranationalen Schutzes  
von Marken und geographischen Herkunftsangaben**

Schriften zum Europäischen Recht  
Herausgegeben von  
**Siegfried Magiera und Detlef Merten**

Band 67

Das System  
des internationalen und  
supranationalen Schutzes von  
Marken und geographischen  
Herkunftsangaben

Von  
Oliver Spuhler



Duncker & Humblot · Berlin

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

**Spuhler, Oliver:**

Das System des internationalen und supranationalen Schutzes von  
Marken und geographischen Herkunftsangaben / von Oliver Spuhler. –  
Berlin : Duncker und Humblot, 2000

(Schriften zum europäischen Recht ; Bd. 67)

Zugl.: Bayreuth, Univ., Diss., 1998/99

ISBN 3-428-09996-6

D 703

Alle Rechte vorbehalten

© 2000 Duncker & Humblot GmbH, Berlin

Fremddatenübernahme und Druck:

Berliner Buchdruckerei Union GmbH, Berlin

Printed in Germany

ISSN 0937-6305

ISBN 3-428-09996-6

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier  
entsprechend ISO 9706 

*Für Verena*



## Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Wintersemester 1998/1999 von der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Bayreuth als Dissertation angenommen. Für die Drucklegung wurde das Manuskript auf den Stand August 1999 gebracht.

Ganz herzlich bedanken möchte ich mich zunächst bei meinem Doktorvater, Herrn Prof. Dr. Rudolf Streinz, der mich jederzeit mit Anregungen und Ratschlägen unterstützt hat. Ein ganz besonderer Dank gebührt darüber hinaus Herrn Prof. Dr. Volker Emmerich für die äußerst zügige Zweitkorrektur und Herrn Prof. Dr. Diethelm Klippel für die rasche Terminierung des Kolloquiums.

Während der Erstellung des Manuskripts wurde ich u. a. auch von der Dr. Jost-Henkel-Stiftung, Düsseldorf, materiell unterstützt. Die Drucklegung wurde ermöglicht durch den finanziellen Einsatz meines Arbeitgebers, der Rechtsanwälte Wessing & Berenberg-Gossler. Stellvertretend möchte ich mich insoweit bei Frau Dr. Sabine Rojahn, Frau Dr. Ursel Paal und Herrn Dr. Hans-Friedrich Loth bedanken.

Maßgebliche Anregungen für die vorliegende Arbeit gingen ferner auch von der juristischen Arbeitsgruppe „Pilatus“ aus. Für den permanenten Zuspruch bedanke ich mich bei Herrn Dr. Thorsten Bieg, Herrn Dr. Michael König und Herrn Lukas Mempel.

Für die Aufnahme meiner Dissertation in die „Schriften zum Europäischen Recht“ danke ich den Herausgebern, Herrn Prof. Dr. Siegfried Magiera sowie Herrn Prof. Dr. Detlef Merten.

Abschließend richte ich eine ganz spezielle Danksagung an meine Frau und meine Eltern für Hilfestellungen jeglicher Art und ständige Rücksichtnahme.

München, im März 2000

*Oliver Spuhler*



# Inhaltsverzeichnis

## *Erstes Kapitel*

<b>Einleitung, Begriffsbestimmungen und Grundstrukturen</b>	23
§ 1 Einleitung und Gang der Arbeit .....	23
§ 2 Begriffsbestimmungen und Grundstrukturen .....	24
A. Der Markenbegriff im internationalen, supranationalen und nationalen Recht	24
I. Das internationale Markenrecht .....	25
II. Das supranationale Markenrecht .....	26
III. Das nationale Markenrecht am Beispiel Deutschlands .....	27
B. Der Begriff der geographischen Herkunftsangaben im internationalen, supranationalen und nationalen Recht .....	30
I. Das internationale Recht der geographischen Herkunftsangaben .....	30
II. Das supranationale Recht der geographischen Herkunftsangaben .....	33
1. Grundlagen bis zum Inkrafttreten der Verordnung (EWG) Nr. 2081/92	33
2. Das Schutzsystem der Verordnung (EWG) Nr. 2081/92 .....	35
III. Das nationale Recht der geographischen Herkunftsangaben am Beispiel Deutschlands .....	41
1. Definition und Arten geographischer Herkunftsangaben im MarkenG	44
2. Abgrenzung geographischer Herkunftsangaben von Gattungsbezeichnungen im MarkenG .....	48

## *Zweites Kapitel*

<b>Der internationale Markenschutz</b>	52
§ 1 Das internationale markenrechtliche Schutzsystem im Überblick .....	52
§ 2 Pariser Verbandsübereinkunft und Madrider Markenabkommen als die zentralen Kodifikationen .....	54

A. Die Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ) .....	54
I. Historische Entwicklung .....	54
II. Zielsetzung und Struktur .....	55
III. Die PVÜ als Bestandteil des nationalen Rechts .....	56
IV. Unmittelbare Anwendbarkeit der PVÜ im nationalen Recht .....	57
V. Die Auslegung der PVÜ .....	58
VI. Die wesentlichen materiellen Regelungen der PVÜ .....	59
1. Das Prinzip der Inländerbehandlung .....	59
a) Das Gleichstellungselement .....	60
b) Das kollisionsrechtliche Element .....	61
2. Überblick über die für den nationalen Markenschutz bedeutsamsten Mindestrechte der PVÜ .....	63
a) Die Unionspriorität .....	63
b) Der Schutz der notorisch bekannten Marke .....	64
aa) Der Begriff der notorisch bekannten Marke .....	64
bb) Die völkerrechtliche Ausgangslage .....	68
cc) Die Voraussetzungen des völkerrechtlichen Schutzes .....	69
c) Der telle quelle-Schutz .....	72
VII. Verbandsrecht .....	75
B. Das Madrider Markenabkommen (MMA) .....	77
I. Geschichtliche Entwicklung .....	77
II. Die internationale Markenregistrierung .....	77
III. Das Protokoll zum Madrider Markenabkommen (PMMA) .....	79
1. Entstehung und Zielsetzung .....	79
2. Abweichungen zwischen dem MMA und dem PMMA .....	80
IV. Die internationale Registrierung einer Marke nach dem System des MMA und des PMMA im Rahmen des deutschen MarkenG .....	83
§ 3 Reformversuche und Reformbestrebungen im internationalen Markenschutz .....	85
A. Revisionskonferenzen zur PVÜ .....	85
B. Der Trade Mark Registration Treaty (TRT) von 1973 .....	86

C. Die Weiterentwicklung des internationalen Markenschutzes im Rahmen des General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) und im Rahmen der World Trade Organization (WTO) .....	87
I. Die Ministererklärung von Punta del Este .....	87
II. Gründe für die Hinwendung zum GATT .....	88
III. Der Abschluß der Uruguay-Runde und die Entstehung der WTO .....	95
IV. Das Abkommen über „Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights“ (TRIPS) .....	98
1. Ziele und Struktur des TRIPS-Abkommens .....	99
2. Überblick über den markenrechtlich relevanten Inhalt des TRIPS-Abkommens .....	99
a) Die im TRIPS-Abkommen verankerten Grundprinzipien .....	99
aa) Inländerbehandlung .....	100
bb) Meistbegünstigung .....	100
cc) Das Gebot der Transparenz .....	103
dd) Das Prinzip der Vorzugsbehandlung der Entwicklungsländer ..	103
b) Das spezielle internationale Markenrecht im TRIPS-Abkommen ..	104
c) Die Rechtsdurchsetzung nach dem TRIPS-Abkommen .....	110
aa) Inhaltlicher Überblick .....	111
(1) Allgemeine Pflichten .....	111
(2) Zivil- und Verwaltungsverfahren und Rechtsbehelfe .....	112
(3) Einstweilige Maßnahmen .....	114
(4) Besondere Erfordernisse bei Grenzmaßnahmen .....	115
(5) Strafverfahren .....	117
bb) Handlungsbedarf für das deutsche Recht .....	117
3. Die Zuständigkeits- und Umsetzungskompetenz für die markenrechtlich relevanten Teile des TRIPS-Abkommens im Spannungsverhältnis zwischen nationalem und europäischem Recht .....	119
4. Die unmittelbare Anwendbarkeit des TRIPS-Abkommens im nationalen und europäischen Recht .....	122
5. Das Verhältnis des TRIPS-Abkommens zur PVÜ und ihren Sonderabkommen .....	123
D. Aktivitäten der WIPO zur Reform des internationalen Markenschutzes .....	124

*Drittes Kapitel*

<b>Das supranationale Markenrecht</b>	127
§ 1 Die Markenrechtsrichtlinie (MarkenRL) .....	127
§ 2 Die Gemeinschaftsmarkenverordnung (GMarkenV) .....	128
A. Entstehungsgeschichte, Struktur und Zielsetzung .....	128
B. Grundprinzipien der Gemeinschaftsmarke .....	131
I. Grundsatz der Einheitlichkeit .....	131
II. Das Verhältnis zwischen nationalen Kennzeichenrechten und der Gemeinschaftsmarke .....	131
III. Grundsatz der freien Übertragbarkeit der Gemeinschaftsmarke .....	132
IV. Markenbegriff, Markenformen und Markenfunktionen .....	133
V. Eintragungsgrundsatz .....	134
VI. Die Schaffung eines Ausschließlichkeitsrechts .....	135
VII. Grundsatz der Unabhängigkeit .....	135
VIII. Grundsatz der Verlängerbarkeit .....	136
C. Die Heranziehung europäischen und nationalen Rechts im Rahmen der GMarkenV .....	136
I. Verknüpfungen im materiellen Recht .....	137
II. Kooperationen im Verfahrensrecht .....	139
D. Überblick über das materielle Markenrecht auf Grundlage der GMarkenV .....	139
I. Markeninhaberschaft .....	139
II. Prioritätsregelungen .....	140
III. Absolute Eintragungshindernisse .....	142
IV. Relative Eintragungshindernisse .....	145
V. Die Wirkungen der Gemeinschaftsmarke .....	147
1. Umfang des Markenschutzes .....	147
a) Absoluter Markenschutz gem. Art. 9 I lit.a) GMarkenV (Doppelidentität) .....	147