

Nicht registrierte Kennzeichen
und Weiterbenutzungsrechte
in der Schweiz und in Deutschland

Angela Dechow

Veröffentlichungen aus dem LL.M.-Studiengang Internationales Wirtschaftsrecht der Universität Zürich und des Europa Instituts an der Universität Zürich

2013 Band 70

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis.....	7
Literaturverzeichnis	9
Materialien	13
I. Einleitung	15
II. Eintragungsprinzip versus Benutzungsprinzip.....	18
III. Nicht registrierte Kennzeichen sowie Abwehrrechte ohne Kennzeichenschutz in der Schweiz.....	20
1. Nicht registrierte Kennzeichen.....	20
a) Benutzungsmarken	20
b) Unternehmenskennzeichen.....	22
c) Geographische Herkunftsangaben.....	24
d) Geschützte Ursprungsbezeichnung (GUB) und Geschützte Geographische Angabe (GGA).....	24
2. Abwehrrechte ohne Kennzeichenschutz	26
a) Das Weiterbenutzungsrecht nach Art 14 MSchG.....	26
b) Zwischenrechte als aktive Weiterbenutzungsrechte.....	28
c) Lauterkeitsrechtlicher Schutz	30
d) Verwirkung	31
IV. Nicht registrierte Kennzeichen sowie Abwehrrechte ohne Kennzeichenschutz in Deutschland.....	33
1. Nicht registrierte Kennzeichen.....	33
a) Benutzungsmarken	34
aa) Marke kraft Verkehrsgeltung.....	34
bb) Notorisch bekannte Marke.....	36
b) Unternehmenskennzeichen.....	37
aa) Geschäftliche Bezeichnung mit überörtlicher Bedeutung	38
bb) Geschäftliche Bezeichnung mit örtlicher Bedeutung.....	39
c) Geographische Herkunftsangaben.....	40
d) Geschützte Ursprungsbezeichnung (GUB) und Geschützte Geographische Angabe (GGA).....	41
2. Abwehrrechte ohne Kennzeichenschutz	41
a) Weiterbenutzungsrechte	41
b) Löschungsantrag und -klage wegen bösgläubiger Markenanmeldung.....	44
c) Lauterkeitsrecht und Allgemeines Rechtsmissbrauchsverbot	46
d) Verwirkung	47

V. Potential des Schweizer Weiterbenutzungsrechts.....	49
1. Grenzüberschreitender Erwerb eines Weiterbenutzungsrechts.....	49
2. Europarechtskonformität des Weiterbenutzungsrechts.....	50
VI. Negative und positive Implikationen der Nichtregistrierung	53
1. Risiken der Nichtregistrierung.....	53
2. Nutzen der Nichtregistrierung für die Funktionsfähigkeit des internationalen Markensystems.....	54
VII. Zusammenfassung	57