

**Sabine Hermann**

# Markenschutz beim Parallelhandel mit Originalware

**Masterarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



# **Markenschutz beim Parallelhandel mit Originalware**

Master-Arbeit

Studiengang Business Law, LL.M.

Fachhochschule Mainz

University of Applied Sciences

Fachbereich III: Wirtschaftswissenschaften

vorgelegt von: Sabine Hermann

eingereicht am: 25.02.2010



# Inhaltsverzeichnis

<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>II</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Interessenlage.....	1
1.2 Begriffsbestimmungen .....	1
<b>2. Grundlagen des Markenrechts</b> .....	<b>2</b>
2.1 Spezifischer Gegenstand des Markenrechts .....	2
2.2 Territorialitätsprinzip .....	5
2.3 Markenrichtlinie und Markenrechtsreform .....	6
<b>3. Parallelhandel mit Markenware</b> .....	<b>7</b>
3.1 Reichweite der markenrechtlichen Erschöpfung.....	8
3.2 Handelspolitische Relevanz der Erschöpfungsregelung .....	11
3.3 Voraussetzungen der markenrechtlichen Erschöpfung .....	14
3.4 Ausnahmen von der markenrechtlichen Erschöpfung .....	17
3.5 Beweislastverteilung .....	20
<b>4. Freier Warenverkehr und wettbewerbsrechtliche Schranke des Markenschutzes</b> .....	<b>23</b>
<b>5. Umpacken und Neuetikettieren von Markenware im grenzüberschreitenden Verkehr</b> .....	<b>29</b>
5.1 Künstliche Marktabschottung und Erforderlichkeit des Umpackens.....	31
5.2 Beeinträchtigung des Originalzustands der Ware .....	34
5.3 Notwendige Angaben auf der neuen Verpackung.....	36
5.4 Rufschädigung durch Aufmachung der umgepackten Ware.....	37
5.5 Vorabinformationspflicht und Bemusterung.....	41
<b>6. Bekämpfung von Parallelimporten</b> .....	<b>43</b>
6.1 Unterlassungsanspruch.....	45
6.2 Auskunftsanspruch .....	46
6.3 Schadensersatzanspruch .....	47
6.4 Vernichtungsanspruch.....	47
6.5 Strafbare Kennzeichenverletzung .....	48
6.6 Grenzbeschlagnahme .....	48
6.7 Wettbewerbsschutz.....	52
<b>7. Schlussbetrachtung</b> .....	<b>54</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>IV</b>
<b>Anhangverzeichnis</b> .....	<b>VIII</b>

## Abkürzungsverzeichnis

aA	andere Ansicht
aaO	am angegebenen Orte
Abs.	Absatz
a.E.	am Ende
Art.	Artikel
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
BFH	Bundesfinanzhof
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BGH	Bundesgerichtshof
BT-Drs.	Bundestagsdrucksache
EFTA	European Free Trade Association (Europäische Freihandelsassoziation)
EGV	Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft
EG-PrPVO	Produktpiraterieverordnung
Einl	Einleitung
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EU	Europäische Union
EWG	Europäische Wirtschaftsgemeinschaft
EWR	Europäischer Wirtschaftsraum
EZW	Europäische Zeitschrift für Wirtschaftsrecht
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade/ Allgemeines Zoll- und Handelsabkommen
GD	Generaldirektion Binnenmarkt
GMarkenVO	Gemeinschaftsmarkenverordnung
GRUR	Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht
GRUR Int	Zeitschrift der Deutschen Vereinigung für Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht, Internationaler Teil
INTA	International Trademark Association (Internationale Markenrechtsvereinigung)
IP	Intellectual Property (Recht des Geistigen Eigentums)

### III

i.Ü.	im Übrigen
MarkenG	Markengesetz
MRL	Markenrechtsrichtlinie
m.w.N.	mit weiteren Nachweisen
NERA	National Economic Research Associates
NJW	Neue Juristische Wochenschrift
OLG	Oberlandesgericht
PVÜ	Pariser Verbandsübereinkunft
RG	Reichsgericht
RIW	Recht der Internationalen Wirtschaft (Zeitschrift)
Rn	Randnummer
Rs.	Rechtssache
S.	Seite
Slg.	Sammlung (der Rechtsprechung)
TRIPS	Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights/ Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte am geistigen Eigentum
u.U.	unter Umständen
VO	Verordnung
WRP	Wettbewerb in Recht und Praxis (Zeitschrift)
WZG	Warenzeichengesetz
ZR	Zivilrecht

## **1. Einleitung**

Auch nach Einführung des neuen Markengesetzes im Jahr 1995<sup>1</sup> ist die Problematik des Parallelhandels unter Betrachtung markenrechtlicher Gesichtspunkte noch immer aktuell. Auf Grund ihrer gestiegenen wirtschaftlichen Bedeutung ist die Marke als Faktor der Preisbildung nicht zu unterschätzen.

### **1.1 Problemstellung und Interessenlage**

Die Rolle von Parallelimporten im internationalen Handel ist nicht unbedeutend. National unterschiedlich ausgeprägte Vorstellungen über Qualität, Geschmack oder Stil veranlassen den Markeninhaber häufig, seine Markenprodukte den jeweiligen Verbraucheranforderungen anzupassen und so unter der gleichen Marke mehr oder weniger unterschiedliche Produkte in den verschiedenen Märkten zu unterschiedlichen Preisen anzubieten. Dieser teilweise erhebliche Preisunterschied macht es für Händler attraktiv, ein Markenprodukt aus dem Ausland zu importieren, um es in Deutschland zu einem vergleichsweise günstigen Preis, aber dennoch mit erheblicher Gewinnspanne zu verkaufen, was auch bei etwaigen Qualitätsunterschieden zu Marktverwirrungen zu Lasten des Markeninhabers führen kann. Das ausschließliche Eigentumsrecht des Markeninhabers an seiner Marke kann im EU- und EWR-Raum ein Spannungsverhältnis mit der Warenverkehrsfreiheit im europäischen Binnenmarkt, die das Ziel eines unverfälschten Wettbewerbes hat, erzeugen. Die Reichweite der markenrechtlichen Erschöpfung ist ausschlaggebend, ob der Markeninhaber erweiterte Schutzrechte geltend machen kann. Der Markenrechtsschutz darf ihm bei der unerlaubten Einfuhr von Parallelware nicht gänzlich verwehrt werden.

### **1.2 Begriffsbestimmungen**

Eine Marke ist ein Zeichen, das im geschäftlichen Verkehr dazu dient, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens zu individualisieren und mit der das Unternehmen deshalb seine Waren und Dienstleistungen kennzeichnet.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen vom 25. Oktober 1994 (BGBl. I S. 3082, ber. BGBl. 1995 I S. 156), in Kraft getreten am 1.1.1995. Verkündet als Art. 1 Gesetz zur Reform des Markenrechts und zur Umsetzung der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (Markenrechtsreformgesetz) vom 25.10.1994

<sup>2</sup> Nordemann, Wettbewerbsrecht, Markenrecht, S. 342