

Die Geruchsmarke als Gemeinschaftsmarke

Schutzfähigkeit und Einsatzmöglichkeiten

Bearbeitet von
Cathrin Isenberg

1. Auflage 2011. Buch. 120 S. Hardcover
ISBN 978 3 631 61129 6
Format (B x L): 14,8 x 21 cm
Gewicht: 330 g

[Recht > Handelsrecht, Wirtschaftsrecht > Gewerblicher Rechtsschutz > Markenrecht](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	17
1. Teil: Schutzzfähigkeit von Geruchsmarken	19
1 Historischer Hintergrund	19
2 Geruch als Marke	20
2.1 Der Geruchssinn	20
2.2 Erinnerungswirkung von Gerüchen.....	22
2.3 Zurückhaltende Einsetzung	23
3 Schutzzfähigkeit.....	25
3.1 Markenfähigkeit, Art. 4 GMV	26
3.1.1 Zeichen.....	27
3.1.2 Graphische Darstellbarkeit	27
3.1.2.1 Unmittelbare elektronische Darstellung	28
3.1.2.2 Mittelbare graphische Darstellung	30
3.1.2.2.1 Wörtliche Auslegung	30
3.1.2.2.2 Teleologische Auslegung	31
3.1.2.2.3 Bestimmtheit.....	33
3.1.2.2.4 Gemeinsame Erklärung von Rat und Kommission	33
3.1.2.2.5 Rechtsprechung des EuGH.....	34
3.1.2.2.6 Zwischenergebnis: mittelbare graphische Darstellung.....	35
3.1.2.3 Mittelbare Darstellung anhand von Surrogaten.....	35
3.1.2.3.1 Chemische Formel	36
3.1.2.3.1.1 Verständlichkeit.....	38
3.1.2.3.1.2 Darstellung der Substanz	40
3.1.2.3.1.3 Zwischenergebnis: chemische Formel	40
3.1.2.3.1.3.1 Rezeptur und chemische Verfahrensbeschreibung.....	41
3.1.2.3.1.3.1.1 Wörtliche Beschreibung	42
3.1.2.3.1.3.1.1.1 Internationaler Umgang mit Geruchsmarken	42
3.1.2.3.1.3.1.1.1.1 Neuseeland und Australien	43
3.1.2.3.1.3.1.1.1.2 USA	44
3.1.2.3.1.3.1.1.1.3 EU	44
3.1.2.3.1.3.1.1.1.3.1 Entscheidung „Duft von frisch geschnittenem Gras“	44
3.1.2.3.1.3.1.1.1.3.2 Entscheidung „Duft von Himbeeren“.....	46
3.1.2.3.1.3.1.1.1.3.3 Entscheidung „Odeur de fraise mûre“	46
3.1.2.3.1.3.1.1.1.3.4 Entscheidung „Sieckmann“	47
3.1.2.3.1.3.2 Zwischenergebnis: wörtliche Beschreibung in Alltagssprache	47
3.1.2.3.2 Wörtliche Beschreibung aufgrund eines Klassifikationssystems.....	48

3.1.2.3.3.2.1 Historische Klassifikationen.....	48
3.1.2.3.3.2.2 Klassifikation der Parfümeure.....	50
3.1.2.3.3.2.3 Beschreibung durch den allgemein gebräuchlichen Stoffnamen.....	51
3.1.2.3.3.2.4 Zwischenergebnis: wörtliche Beschreibung aufgrund eines Klassifikationssystems.....	51
3.1.2.3.4 Abbildung des den Duft verströmenden Objekts	51
3.1.2.3.5 Gaschromatograph.....	52
3.1.2.3.6 Massenspektroskopie.....	53
3.1.2.3.7 Elektronische Nase	54
3.1.2.3.8 Probe und Beschaffungsadresse	56
3.1.2.3.8.1 Stabilität und Dauerhaftigkeit einer Geruchsprobe.....	56
3.1.2.3.8.2 Identifizierbarkeit des Geruchs aus dem Register.....	57
3.1.2.3.8.3 Anforderungen an mittelbare Darstellung.....	58
3.1.2.3.8.4 Zwischenergebnis: Probe und Beschaffungsadresse.....	58
3.1.2.3.9 Kombination mehrerer Surrogate	59
3.1.2.3.10 Zwischenergebnis: mittelbare Darstellung anhand von Surrogaten.....	60
3.1.3 Abstrakte Unterscheidungskraft	61
3.1.4 Zwischenergebnis: Markenfähigkeit	64
3.2 Eintragungsfähigkeit.....	64
3.2.1 Fehlende Markenfähigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. a) GMV	65
3.2.2 Fehlende Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV	65
3.2.2.1 Akute Herkunftsfunktion.....	67
3.2.2.2 Latente Herkunftsfunktion.....	68
3.2.2.3 Zwischenergebnis: konkrete Unterscheidungskraft	69
3.2.3 Beschreibende Angaben, Art. 7 Abs. 1 lit. c) GMV	69
3.2.4 Gattungsbezeichnung, Art. 7 Abs. 1 lit. d) GMV.....	72
3.2.5 Form oder Aufmachung der Ware, Art. 7 Abs. 1 lit. e) GMV	73
3.2.6 Verstoß gegen die öffentliche Ordnung oder gegen die guten Sitten, Art. 7 Abs. 1 lit. f) GMV	74
3.2.7 Täuschungseignung der Marke, Art. 7 Abs. 1 lit. g) und j) GMV	74
3.2.8 Geschützte Hoheitszeichen, Embleme usw., Art. 7 Abs. 1 lit. h) und i) GMV	75
3.2.9 Geographische Angabe, Art. 7 Abs. 1 lit. j) GMV.....	75
3.2.10 Hindernisse in nur einem Teil der Gemeinschaft, Art. 7 Abs. 2 GMV	75
3.2.11 Zwischenergebnis: Eintragungsfähigkeit	76
3.3 Zwischenergebnis: Schutzfähigkeit.....	76
2. Teil: Einsatzmöglichkeiten von Geruchsmarken	77
1 Geruchsmarke als Kommunikationsmedium.....	77

2 Technische Umsetzung	78
2.1 Raumgestaltung mit Duftstoffen	78
2.1.1 Duftlampen	78
2.1.2 Ventilatoren mit Verdunstungsfließ.....	78
2.1.3 Elektronische Hitzeverdunster.....	79
2.1.4 Zerstäubersysteme	79
2.1.5 Kalt-Verdunstungssysteme	79
2.1.5.1 Tropfsysteme	79
2.1.5.2 Kapillarsysteme	80
2.1.5.3 Rückhaltesysteme	80
2.1.5.4 Zwischenergebnis: Kalt-Verdunstungssysteme	80
2.1.6 Zwischenergebnis: Raumgestaltung mit Duftstoffen	80
2.2 Beduftung von Druckerzeugnissen und Textilien	81
2.2.1 Mikroverkapselung.....	81
2.2.2 Kaschierung durch Kunststoffolie.....	82
2.2.3 Anwendungsmöglichkeiten der Beduftung von Druckerzeugnissen und Textilien	82
2.3 Zwischenergebnis: technische Umsetzung.....	83
3 Konkrete Einsatzmöglichkeiten	83
3.1 Geruchsmarke für Waren der Klasse 2.....	83
3.1.1 Markenfähigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. a) GMV	84
3.1.2 Konkrete Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV	84
3.1.3 Beschreibende Angaben und Gattungsbezeichnung, Art. 7 Abs. 1 lit. c) und d) GMV	84
3.1.4 Sonstige Eintragungshindernisse gemäß Art. 7 Abs. 1 lit. e) – j) GMV	84
3.1.5 Zwischenergebnis: Geruchsmarke für Waren der Klasse 2	84
3.2 Geruchsmarke für Waren der Klasse 3.....	85
3.2.1 Parfum.....	85
3.2.1.1 Markenfähigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. a) GMV	85
3.2.1.2 Konkrete Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV	85
3.2.1.3 Beschreibende Angaben und Gattungsbezeichnung, Art. 7 Abs. 1 lit. c) und d) GMV	86
3.2.1.4 Selbständigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. e) GMV	86
3.2.1.5 Verstoß gegen die öffentliche Ordnung oder gegen die guten Sitten, Täuschungseignung der Marke, geschützte Hoheitszeichen, Embleme usw., Art. 7 Abs. 1 lit. f) – j) GMV	87
3.2.1.6 Zwischenergebnis: Parfum	87
3.2.2 Andere Körper- und Schönheitspflegeartikel.....	88
3.2.2.1 Konkrete Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV.....	88
3.2.2.2 Beschreibende Angaben, Art. 7 Abs. 1 lit. c) GMV	89
3.2.2.3 Gattungsbezeichnung, Art. 7 Abs. 1 lit. d) GMV.....	89

3.2.2.4 Selbständigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. e) GMV	89
3.2.2.5 Zwischenergebnis: andere Körper- und Schönheitspflegeartikel...	91
3.2.3 Putz- und Waschmittel.....	91
3.2.3.1 Konkrete Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV	91
3.2.3.2 Beschreibende Angaben, Art. 7 Abs. 1 lit. c) GMV	91
3.2.3.3 Selbständigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. e) GMV	92
3.2.3.4 Zwischenergebnis: Putz- und Waschmittel	93
3.2.4 Ätherische Öle und Lufterfrischer	93
3.3 Geruchsmarke für Waren der Klasse 4.....	93
3.3.1 Konkrete Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV	93
3.3.2 Selbständigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. e) GMV	95
3.3.3 Zwischenergebnis: Geruchsmarke für Waren der Klasse 4	96
3.4 Geruchsmarke für Waren der Klasse 5.....	97
3.5 Geruchsmarke für Waren der Klasse 7.....	97
3.6 Geruchsmarke für Waren der Klasse 8.....	97
3.7 Geruchsmarke für Waren der Klasse 9.....	97
3.8 Geruchsmarke für Waren der Klasse 12.....	98
3.8.1 Konkrete Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV	98
3.8.2 Beschreibende Angaben, Art. 7 Abs. 1 lit. c) GMV	98
3.8.3 Gattungsbezeichnung, Art. 7 Abs. 1 lit. d) GMV.....	98
3.8.4 Selbständigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. e) GMV	98
3.8.5 Täuschungseignung der Marke, Art. 7 Abs. 1 lit. g) GMV.....	99
3.8.6 Beispiele aus der Praxis	99
3.8.7 Zwischenergebnis: Geruchsmarke für Waren der Klasse 12	100
3.9 Geruchsmarke für Waren der Klasse 16.....	100
3.10 Geruchsmarke für Waren der Klasse 18.....	101
3.10.1 Konkrete Unterscheidungskraft, beschreibende Angaben und Selbständigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. b, c), e) GMV	101
3.10.2 Täuschungseignung der Marke, Art. 7 Abs. 1 lit. g) GMV.....	101
3.10.3 Zwischenergebnis: Geruchsmarke für Waren der Klasse 18	101
3.11 Geruchsmarke für Waren der Klasse 25.....	101
3.12 Geruchsmarke für Waren der Klasse 26.....	102
3.13 Geruchsmarke für Waren der Klasse 28.....	102
3.14 Geruchsmarke für Waren der Klassen 29, 30, 32 und 33.....	103
3.14.1 Natürliche Gerüche.....	103
3.14.1.1 Konkrete Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV	103
3.14.1.2 Beschreibende Angaben, Art. 7 Abs. 1 lit. c) GMV	103
3.14.1.3 Selbständigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. e) GMV	103
3.14.2 Produktunabhängige Gerüche.....	104
3.14.2.1 Konkrete Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV	104
3.14.2.2 Beschreibende Angaben, Art. 7 Abs. 1 lit. c) GMV	105
3.14.2.3 Selbständigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. e) GMV	105

3.14.2.4 Täuschungseignung der Marke, Art. 7 Abs. 1 lit. g) GMV.....	106
3.14.3 Zwischenergebnis: Geruchsmarke für Waren der Klassen 29, 30, 32 und 33	106
3.15 Geruchsmarke für Waren der Klasse 31.....	106
3.16 Geruchsmarke für Waren der Klasse 34.....	107
3.17 Geruchsmarke für Dienstleistungen	107
3.17.1 Konkrete Unterscheidungskraft, Art. 7 Abs. 1 lit. b) GMV.....	107
3.17.2 Beschreibende Angaben, Art. 7 Abs. 1 lit. c) GMV	108
3.17.3 Selbständigkeit, Art. 7 Abs. 1 lit. e) GMV.....	109
3.17.4 Zwischenergebnis: Geruchsmarke für Dienstleistungen.....	109
4 Duftdesign.....	110
4.1 Luxusgüter	110
4.2 Schulungsräume und Büros	110
4.3 Dienstleistungen	111
5 Zwischenergebnis: Einsatzmöglichkeiten von Geruchsmarken	111
Fazit	113
Literaturverzeichnis.....	115