

Bathelt, Alexander

Die Unionsgewährleistungsmarke. Charakter und Rolle im System des unverfälschten Wettbewerbs

Tübingen: Mohr Siebeck, 2021, 344 S.

Seit Oktober 2017 kennt die Unionsmarkenverordnung die neue Markenkategorie der Gewährleistungsmarke. Sie kennzeichnet im Gegensatz zur Individualmarke nicht die Produktherkunft, sondern die Gewährleistung bestimmter Eigenschaften durch den Markeninhaber. Die Arbeit untersucht, inwiefern sich diese veränderte Funktion auf das Zusammenspiel der Gewährleistungsmarke mit unterschiedlichen Mechanismen des Unionsmarkenrechts auswirkt, die ihrerseits auf eine Herkunftsfunktion ausgerichtet sind. Betrachtet werden hierfür die Verletzungssituation (Identitäts-, Verwechslungs- und Bekanntheitsschutz) sowie die Nutzung der Marke durch ihren Inhaber und Dritte (rechtserhaltende Benutzung, Nutzungsanspruch Dritter und Schrankenregelung der beschreibenden Benutzung). Hieraus werden Rückschlüsse auf die Stellung der Gewährleistungsmarke im „System des unverfälschten Wettbewerbs“ gezogen. Mittels einer ökonomischen Analyse des Rechts und rechtssoziologischer Betrachtungen wird deutlich, dass auch die Gewährleistungsmarke eine multifunktionale Markenkategorie mit Gewährleistungs-, Qualitäts-, Kommunikations-, Werbe- und Investitionsfunktion ist. Die Herkunftsfunktion hingegen entfällt. Die Spezifika der Gewährleistungsmarke wie die Neutralitäts- und Kontrollpflicht des Markeninhabers sowie das Satzungserfordernis erzeugen eine besondere Vertrauenswürdigkeit bei Nachfragern, die sich wiederum auf die Position des Markeninhabers auswirkt und ihn im Rahmen der Qualitätsfunktion an seine Gewährleistungsaussage bindet. Die veränderte Markenaussage wirkt sich auch auf die Beurteilung der Produktähnlichkeit beim Verwechslungsschutz aus und ermöglicht einen rechtssicheren Markenschutz der als „Gütezeichen“ benutzten Kennzeichen. Die ökonomische Rechtfertigung des Bekanntheitschutzes, die insbesondere beim Ausbeutungsschutz der bekannten Individualmarke an einem erheblichen Begründungsdefizit leidet, lässt sich bei der Gewährleistungsmarke auf informationsökonomische Erwägungen zurückführen und dient auch dem Schutz von Allgemeininteressen. Die rechtserhaltende Benutzung der Gewährleistungsmarke bemisst sich anhand der Gewährleistungsfunktion und liegt bei einer Nutzung durch Dritte vor. Aufgrund dieser Funktion ist auch eine Nutzung der Marke durch unterschiedliche Hersteller möglich, ohne dass es bei den Nachfragern zu einer Zuordnungsverwirrung kommt. Effizienzvorteile entstehen gerade durch eine verbreitete Verwendung der Gewährleistungsmarke. Diese ökonomische Erkenntnis lässt sich durch eine „Zugangsregel“ ins Recht transportieren: Dritten kommt ein Anspruch auf eine entgeltliche Nutzung der Gewährleistungsmarke zu, sofern die zu kennzeichnenden Produkte die satzungsmäßig beschriebene, gewährleistete Beschaffenheit aufweisen. Ein solcher Nutzungsanspruch verstößt auch nicht gegen Vorschriften der UMVO, der Europäischen Grundrechtecharta oder des TRIPS-Abkommens. In der Folge ist jedoch die schrankenmäßige, kostenfreie Benutzung der Gewährleistungsmarke zu beschreibenden Zwecken unzulässig.

Die Untersuchung verdeutlicht die lauterkeitsrechtliche Prägung der Gewährleistungsmarke, bei der der subjektive Schutzrechtscharakter zugunsten eines lauterkeitsrechtlichen Irreführungsverbots zurückgedrängt wird. Insofern weist diese Markenkategorie eine starke Nähe zu geografischen Herkunftsangaben auf und kann als Instrument einer regulierten Selbstregulierung einen Beitrag zur Verbraucherinformation leisten.