

Besprechung / Comptes rendu

Mehrfache Berechtigung an Marken

WOLFGANG STRAUB

Lizenzen, Rechtsgemeinschaften, Teilübertragungen, Pfandrechte, fiduziarische Übertragungen, Konzernmarken

Schriften zum Medien- und Immaterialgüterrecht Heft 44, Verlag Stämpfli, Bern 1998,

XXXII + 183 Seiten, CHF 62.70 / DEM 85.–, ISBN 3-7272-0594-6

Das Inkraftsetzen des neuen Markenschutzgesetzes auf den 1. April 1993 hat nicht nur bei den Hinterlegungszahlen einen wahren Boom ausgelöst; auch die wissenschaftliche Aufbereitung markenrechtlicher Fragen feiert einen spürbaren, im Vergleich etwa zum Urheberrecht aber immer noch bescheidenen Aufschwung. Harren noch etliche markenrechtliche Fragen ihrer Beantwortung, verdient denn auch jede Arbeit auf diesem Gebiete Anerkennung und Aufmerksamkeit. Die hier anzuzeigende Abhandlung gebietet sogar besondere Beachtung, stösst sie doch über das materielle Markenrecht hinaus in Grundsatzfragen des erst recht dürftig erschlossenen Immaterialgütervertragsrechts vor.

Die Lektüre der Arbeit beginnt man eigentlich am besten beim vierten und letzten Teil. Denn hier ergründet der Verfasser, was er in den vorangehenden Teilen voraussetzt, nämlich die Zulässigkeit einer mehrfachen Berechtigung an Marken. Oberflächlich betrachtet findet sich hier zwar im wesentlichen eine Ansammlung allgemeiner Ausführungen zum Markenrecht – so die Funktionen der Marke, die absoluten und relativen Ausschlussgründe (worunter, systematisch wenig nachvollziehbar, auch die Frage der Erschöpfung kurz angerissen wird) sowie die Abgrenzung zum Lauterkeitsrecht –, Erörterungen, welche für die konkrete Themenstellung nicht zwingend erforderlich gewesen wären und die zumindest den aufgeklärten Leser auch nicht weiterführen dürften. Immerhin finden Aufmerksame in diesem vierten Teil (auf Seite 132f.) auch die eigentliche Kernaussage: Das Markenrecht wird heute (international) überwiegend als vollwertiges Immaterialgut mit absoluter Schutzwirkung und entsprechender Verkehrsfähigkeit aufgefasst. Der Konsumentenschutzgedanke demgegenüber – welcher auch in jüngeren Untersuchungen noch ab und zu aufflackert (so etwa F. HENNING-BODEWIG / A. KUR, Marke

und Verbraucher, Funktionen der Marke in der Marktwirtschaft, Weinheim 1988/89) – hat mit Markenschutz im Prinzip nichts zu tun. Vielmehr dienen die diversen Funktionen der Marke (Unterscheidung, Herkunft, Qualität etc.) primär der erfolgreichen Marktpositionierung des Schutzrechtsinhabers; der Konsument profitiert von ihnen höchstens mittelbar, während sich die konsumentenspezifischen Anliegen richtigerweise aus einschlägigen Rechtsnormen ergeben müssen. Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die (grundsätzlich zu verneinende) Frage, ob einer mehrfachen Berechtigung Dritttinteressen entgegenstehen könnten, macht es folglich durchaus Sinn, wenn der Verfasser in diesem vierten Teil – nebst den Ausschlussgründen – die Funktionen der Marke untersucht.

Interessant mit Blick auf die Themenstellung sind aber vorab die ersten drei Teile, die sich mit dem Entstehen mehrfacher Berechtigung, mit dem Inhalt solcher Konstellationen sowie den Beendigungsgründen auseinandersetzen. In diesen Teilen wählt der Verfasser eine matrixähnliche Darstellung, indem er im zweiten und dritten Teil auf die meisten der im ersten ermittelten Gründe – nicht mit konsequenter Systematik zwar, aber doch mit nachvollziehbarem Aufbau – wieder zurückkommt. Als mögliche Gründe mehrfacher Berechtigung präsentiert er dabei eine überaus breite Palette: mehrfache Hinterlegung (unabhängige und gemeinsame), nachträgliche Aufteilung, worunter er zum einen die Übertragung, zum andern – unter dem Titel «Übertragungsähnliche Rechtsgeschäfte» – Lizenz, Nutzniessung, Pfandrechte und fiduziarische Übertragung abhandelt, Gemeinschaften und Gesellschaften als Träger des Markenrechts (v.a. Gesamthandschaft und Bruchteilsgemeinschaft), ja er prüft gar die mehrfache Berechtigung an einer einzelnen Marke, indem er darunter auch den paralle-

len Schutz eines Kennzeichens durch Urheber-, Firmen-, Namens- und Persönlichkeitsrechte versteht.

Diese Breite und der Versuch, einen Überblick über die unterschiedlichsten Rechtsfiguren zu verschaffen, ist zweifellos eine Stärke der Arbeit – und zugleich ihre Schwäche. Denn es versteht sich von selbst, dass auf den etwas mehr als 100 dafür benutzten Seiten nicht jede Facette gleichermaßen tieferschöpfend erschlossen werden kann. Wer dogmatische Erkenntnisse sucht, stösst bereits auf Seite 6 auf ein bemerkenswertes Verständnis des Begriffs der Schutzrechtsübertragung, die dem Verfasser zufolge derivativ oder originär sein kann (richtigerweise kann wohl höchstens von einem originären «Erwerb» die Rede sein). Wenig später spricht er hinsichtlich der Übertragung von Einzelbefugnissen von einem «numerus clausus zulässiger Aufteilungsarten» (in der zugehörigen Fussnote 41 im gleichen Atemzug dann allerdings vom «numerus clausus absoluter Rechte»); daraus schliesst er auf Unzulässigkeit einer Rechtsaufteilung nach Nutzungsarten, weil Art. 17 MSchG dafür «keine genügende Grundlage» biete – dies allerdings entgegen jüngeren Lehrmeinungen (grundlegend der vom Verfasser nicht berücksichtigte H. FORKEL, Gebundene Rechtsübertragung, Köln etc. 1977; zum schweizerischen Recht sehr detailliert, wenngleich mit unglücklicher Subsumtion gewisser Teilrechtsübertragungen unter den Lizenzvertrag [dazu auch sic! 1997, 465], C. WEINMANN, Die Rechtsnatur der Lizenz, Bern 1996). Keine Analyse findet demgegenüber die in dieser Bestimmung enthaltene (und v.a. im Patentrecht diskutierte) Wendung «ganz oder teilweise übertragen»; überhaupt lehnt sich der Verfasser bei solchen Fragestellungen recht leichtfüssig immer wieder bei sachenrechtlichen Grundsätzen an, ohne den eigenständigen Charakter und die besonderen Probleme der ubiquitären Immaterialgüter eingehender zu ergründen. Aber auch ganz rudimentäre Überlegungen lassen zuweilen staunen, etwa wenn der Verfasser auf Seite 62 die Auffassung vertritt, bei «blossen Vertriebsverträgen» gehe es «nicht um einen markenmässigen Gebrauch des Zeichens, sondern nur um den Vertrieb der markierten Produkte», was der Markeninhaber nicht «aufgrund von Art. 13 MSchG verbieten könnte» und weshalb dafür auch eine Lizenz nicht erforderlich sei – nachdem das Anbieten von Waren oder Dienstleistungen «unter dem Zeichen» (Erschöpfung vorbehalten) immerhin unter Art. 13 Abs. 2 lit. b und c MSchG fällt.

Ob solche Kritikpunkte (das Aufgezählte hat naturgemäss bloss beispielhaften Charakter) den Wert der Arbeit zu beeinträchtigen vermögen, entscheidet sich wohl anhand der Ansprüche, die man an sie stellt. Wer einen blossen Überblick sucht und bereit ist, die dogmatischen Zusammenhänge nötigenfalls selber zu erschliessen, dürfte sich kaum daran stossen, dass viele Problemstellungen – etwa das noch unzureichend erschlossene Verhältnis von (Änderungs-)Kündigung einer Lizenz, der *clausula rebus sic stantibus* und den Rücktrittsregeln des Allgemeinen Teils – zwar aufgezeigt, die offenen Fragen jedoch (wiewohl recht elegant) ohne schlüssige Antworten überspielt werden. Bei bloss punktuellem Beizug der Arbeit störender könnte sich dann allenfalls die gewählte Systematik auswirken, indem die Ausführungen zu den jeweiligen Gründen mehrfacher Berechtigung eben an verschiedenen Stellen des Werks zusammengesucht werden müssen. Hilfreich ist dabei immerhin ein dreistufiges Stichwortverzeichnis, das durch ein – in Dissertationen selten anzutreffendes – Gesetzesregister ergänzt wird.

So hat denn das Werk zweifellos seine Werte, und es wäre völlig ungerecht, es gewisser inhaltlicher Schwächen wegen nicht zur Lektüre empfehlen zu wollen. Der Verfasser stösst in Fragen vor, die so einfach in der Tat nicht zu ergründen sind; und es kann auch nicht die Aufgabe einer einzelnen Dissertation sein, alles nachzuliefern, was die etablierte Literatur an Tiefgang bis heute vermissen lässt. Fragen mag man sich unter diesem Gesichtspunkt allerdings, ob eine Eingrenzung des Themas, mithin eine weniger flächendeckende, dafür aber tieferschöpfende Untersuchung die Rechtsuchenden nicht noch etwas weitergeführt hätte.

Reto M. Hilty