

Der Erschöpfungsgrundsatz im Markenrecht

14.01.2008, 17:37 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *IT-Recht Kanzlei*

Der Vorwurf einer markenrechtlichen Abmahnungen ist nicht immer gerechtfertigt, da das Markenrecht hinsichtlich der vertriebenen Waren möglicherweise erschöpft ist.

Der Erschöpfungsgrundsatz ist in § 24 Abs. 1 MarkenG geregelt. Er besagt, dass der Inhaber einer Marke oder einer geschäftlichen Bezeichnung nicht das Recht hat, einem Dritten zu untersagen, die Marke oder die geschäftliche Bezeichnung für Waren zu benutzen, die unter dieser Marke oder dieser geschäftlichen Bezeichnung von ihm oder mit seiner Zustimmung im Inland, in einem der übrigen Mitgliedstaaten der Europäischen Union oder in einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum in den Verkehr gebracht worden sind.

Inverkehrbringen

Als Inverkehrbringen versteht man die Übertragung der Verfügungsgewalt über die mit der Marke versehenen Waren auf einen Dritten. Darunter fällt nicht nur die Veräußerung, sondern z.B. auch die Überlassung der gekennzeichneten Ware an Abnehmer zum Verbrauch zu Werbezwecken durch beliebige Dritte. Die Erschöpfung des Markenrecht tritt auch immer nur bezüglich der konkreten Waren ein, die oben genannte Voraussetzungen erfüllen.

Sinn und Zweck des Erschöpfungsgrundsatzes

Mit dem Erschöpfungsgrundsatz soll eine Balance zwischen dem Markenschutz und dem freien Warenverkehr erreicht werden: Einerseits soll der Markeninhaber den wirtschaftlichen Wert seiner Marke (durch das erste Inverkehrbringen) realisieren können, andererseits soll kein Händler in der nachfolgenden Kette der Veräußerungsgeschäfte durch absolute Markenrechte behindert sein.

Von dem Erschöpfungsgrundsatz ist neben der Veräußerung der konkreten Originalware auch die Werbung für die Ware umfasst. Dabei gilt der Erschöpfungsgrundsatz nicht, wenn die Werbung nicht produkt-, sondern unternehmensbezogen erfolgt.

Ausnahmen

Eine Ausnahme vom Erschöpfungsgrundsatz stellt wiederum der § 24 Abs. 2 MarkenG dar. Danach kann sich ein Markeninhaber der Benutzung der Marke im Zusammenhang mit dem Vertrieb der Waren aus berechtigten Gründen widersetzen, wenn z.B. der Zustand der Waren nach dem Inverkehrbringen verändert oder verschlechtert wird. Ein berechtigter Grund in diesem Sinne kann auch dann vorliegen, wenn die Ware selbst unverändert bleibt, allerdings der Ruf der Marke erheblich geschädigt wird. In Bezug auf eine Verschlechterung sei hier z.B. das Stichwort Umverpackung von Ware zu nennen.

Beweislast

Die Beweislast für die Erschöpfung des Markenrechts trifft grundsätzlich denjenigen, der der Markenverletzung bezichtigt wird, da es sich bei der Erschöpfung um eine so genannte Einwendung gegen die markenrechtlichen Ansprüche handelt. Somit hat der Markenverletzer im Verletzungsstreit darzulegen und zu beweisen, dass die betreffenden Produkte vom Markeninhaber selbst oder mit seiner Zustimmung in den Verkehr gebracht worden sind. Da Unkenntnis den Verletzer nicht entlasten kann, muss er im Falle, in dem er Ware von jemand anderem als dem Markeninhaber erwirbt, sicherstellen, dass für diese Erschöpfung eingetreten ist. Die Beweislastverteilung wird jedoch Richtung Markeninhaber verschoben, wenn durch die Offenlegung der innereuropäischen Bezugsquellen durch den Markenverletzer dem Markeninhaber die Möglichkeit der Einflussnahme auf die Absatzmärkte eröffnet würde.

Fazit

Wenn man die in Frage stehenden Produkte von einem zu deren Vertrieb berechtigten Händler bezogen hat, sollte man sich gegenüber dem abmahnenden Markeninhaber auf die Erschöpfung des Markenrechts berufen. Allerdings ist man dann für die Erschöpfung beweispflichtig. Daher sollte man die Quittungen, die von dem Erwerb herrühren, gut aufbewahren bzw. sich von dem Händler schriftlich die Freiverkäuflichkeit der Ware in der EU bestätigen lassen.

weitere Informationen: <http://www.it-recht-kanzlei.de/schranke-markenrecht.html>

Portrait

Die Münchner IT-Recht Kanzlei ist eine Sozietät, die sich auf das IT- und Vergaberecht spezialisiert hat, um ihren Mandanten eine professionelle und umfassende juristische Beratung in diesem Bereich sicherstellen zu können.

News-ID: 181784 • Views: 1667 (Stand: 01.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/181784/Der-Erschoepfungsgrundsatz-im-Markenrecht.html>