

Stefan Christian Bretthauer

Die Beurteilung von
Markenlizenzverträgen
nach deutschem und
europäischem Kartellrecht



Nomos Verlagsgesellschaft
Baden-Baden

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungen	17
<i>1. Kapitel: Einleitung</i>	19
§ 1: Einführung	19
§ 2: Gang der Untersuchung	21
<i>2. Kapitel: Beurteilung von Markenlizenzverträgen nach deutschem Kartellrecht</i>	23
§1 Klärung der auf Markenlizenzverträge anwendbaren Normen des GWB	23
I. Ausdrückliche Regelungen im GWB	23
II. Lösungsansätze in der Literatur	23
1. Kartellrechtsneutralität von Markenlizenzverträgen	23
2. Analoge Anwendung von § 17 GWB	24
3. Vorrang der Marke, soweit deren Schutzbereich reicht	24
4. Anwendung der allgemeinen Vorschriften	25
III. Standpunkte von Rechtsprechung und Bundeskartellamt	26
1. Rechtsprechung	27
a) Entscheidungen	27
aa) WKS Möbel (BGH)	27
bb) Reformhaus (OLG Frankfurt)	27
cc) Platzschutz (BGH)	28
dd) Wimpy-Hamburger (OLG Köln)	29
ee) Rundum (OLG München)	29
ff) Diamant-Zeichen (OLG Hamburg)	30
gg) Golden Toast (KG)	31
hh) Golden Toast (BGH)	32
b) Zwischenergebnis: Standpunkt der Rechtsprechung	33
2. Bundeskartellamt	35
a) Entscheidungen	35
aa) Reformwaren-Genossenschaft	35
bb) Freiwillige Ketten	35
cc) Pflanzen-Lizenzverträge	36
dd) Gummistrümpfe	36
ee) Golden Toast	37
b) Zwischenergebnis: Standpunkt des Bundeskartellamts	37
IV. Diskussion der Ansichten	38
1. Kartellrechtsneutralität von Markenlizenzverträgen	38
2. Analoge Anwendung von § 17 GWB	38

a)	Analogieverbot	38
b)	Planwidrige Regelungslücke	39
aa)	Entstehungsgeschichte des GWB von 1957	39
bb)	Argumente gegen eine historische Argumentation	40
cc)	Teleologische Argumentation	42
dd)	Systematische Argumentation	42
ee)	Intention des Gesetzgebers der 6. GWB-Novelle	43
c)	Zwischenergebnis	43
3.	Vorrang der Marke, soweit deren Schutzbereich reicht	44
a)	Anwendung eines allgemeinen Rechtsgedankens des § 17 GWB auf Markenlizenzverträge	44
b)	Anwendung des Immanenzgedankens auf Markenlizenzverträge	45
c)	Zwischenergebnis	47
4.	Anwendung der allgemeinen Vorschriften	47
V.	Zwischenergebnis: Die auf Markenlizenzverträge anwendbaren Normen des GWB	48
§ 2:	Probleme bei der Anwendung der allgemeinen Vorschriften des GWB auf Markenlizenzverträge	48
I.	Anwendung von § 14 GWB auf Markenlizenzverträge	48
1.	Markenlizenzverträge als Vereinbarungen über Waren oder gewerbliche Leistungen	49
2.	Verbot von Preisbindungen	50
3.	Verbot von Konditionenbindungen	50
II.	Anwendung von § 16 GWB auf Markenlizenzverträge	51
1.	Tatbestandsvoraussetzungen	51
a)	Verwendungsbeschränkungen (§ 16 Nr. 1 GWB)	51
b)	Ausschließlichkeitsbindungen (§ 16 Nr. 2 GWB)	53
c)	Vertriebsbindungen (§ 16 Nr. 3 GWB)	54
d)	Koppelungsverträge (§ 16 Nr. 4 GWB)	55
2.	Eingriffs Voraussetzungen	55
3.	Verhältnis der §§ 14, 16 GWB zueinander	56
III.	Anwendung des Kartellverbots nach § 1 GWB auf Markenlizenzverträge	57
1.	Probleme des weiten Kartell Verbotstatbestands	57
a)	Kollision des Kartellverbots mit anerkannten Rechtsinstituten	58
b)	Abgrenzung des Kartellverbots von den §§ 14 ff. GWB	59
2.	Lösungsansätze	60
a)	Ansätze der Rechtsprechung	60
b)	Tatbestandsrestriktion nach der Immanenztheorie	61
c)	Vergleich der Ansätze	62
3.	Vergleich der Rechtsprechung des BGH zur Beurteilung von Marken- lizenzverträgen mit der modifizierten Immanenzformel	64
4.	Schutzwürdige Funktionen der Marke	67
a)	Unterscheidungsfunktion	68
b)	Herkunftsfunktion	68
c)	Qualitätsfunktion	70

d) Werbefunktion	72
5. Zwischenergebnis	72

3. Kapitel: Beurteilung von Markenlizenzverträgen nach europäischem Kartellrecht 74

§ 1: Vergleich des Kartellverbots nach Art. 81 EG mit dem deutschen Kartellrecht 74

I. Kartell verbot des Art. 81 EG	74
1. Systematik des Art. 81 EG	74
2. Tatbestand des Art. 81 Abs. 1 EG	75
a) Wettbewerbsbeschränkung	75
b) Bezwecken oder Bewirken	76
c) Zwischenstaatlichkeitsklausel	77
d) Spürbarkeit	77
3. Freistellung von Markenlizenzverträgen nach Art. 81 Abs. 3 EG	78
a) Anwendbarkeit der GVOen auf Markenlizenzverträge	78
aa) GVO Technologietransfer	78
bb) GVO Vertikalvereinbarungen	79
b) Einzelfreistellung von Markenlizenzverträgen	80
II. Besonderheiten des Art. 81 Abs. 1 EG gegenüber dem GWB	80
1. Zwischenstaatlichkeitsklausel	80
2. Keine Differenzierung zwischen horizontalen und vertikalen Vereinbarungen	80
3. Begrenzung des Art. 81 EG durch Art. 30 und Art. 295 EG?	81
III. Verhältnis des Art. 81 EG zum deutschen Kartellrecht	81

§ 2: Lehre vom spezifischen Gegenstand des Markenrechts 85

I. Entscheidungspraxis des Europäischen Gerichtshofs	85
1. Entscheidungen zum Markenrecht	85
a) Grundig, Consten	85
b) Sirena	87
c) Hag I	88
d) Centrafarm/Winthrop	89
e) Terrapin/Terranova	90
f) Hoffmann-La Roche/Centrafarm	91
g) Tepea	92
h) Hag II	92
i) IHT/Ideal Standard	94
j) Bristol Myers-Squibb; Eurim-Pharm/Beiersdorf; MPA Pharma/ Rhône-Poulenc Pharma	95
k) Dior/Evora	97
l) Loendersloot/Ballantine	97
m) Zwischenergebnis	98
2. Entscheidungen zum Verhältnis des Gemeinschaftskartellrechts zu anderen gewerblichen Schutzrechten	100

a)	Entscheidungen zum Patentrecht	101
aa)	Parke, Davis	101
bb)	Centrafarm/Sterling Drug	101
cc)	Windsurfing International	102
dd)	Spanien/Rat	103
ee)	Zwischenergebnis	103
b)	Entscheidungen zum Sortenschutzrecht	104
aa)	Nungesser	104
bb)	Erauw-Jacquery/La Hesbignonne	106
c)	Entscheidungen zum Urheberrecht	106
aa)	DGG/Metro	106
bb)	Coditel I	107
cc)	Coditel II	108
dd)	Warner Brothers	109
ee)	Zwischenergebnis	109
3.	Übertragung der Entscheidungen zu anderen gewerblichen Schutzrechten auf Markenlizenzverträge	110
a)	Grundsätzliche Möglichkeit einer solchen Übertragung	110
b)	Durchführung der Übertragung	111
II.	Entscheidungspraxis der Europäischen Kommission	113
1.	Entscheidungen zu Markenlizenzverträgen	113
a)	Campari	113
b)	Carlsberg	114
c)	Moosehead/Whitbread	115
d)	Zwischenergebnis	116
2.	Entscheidungen zum Verhältnis des Kartellrechts zu anderen gewerblichen Schutzrechten	117
a)	Entscheidungen zum Patentrecht	117
aa)	Kabelmetall/Luchaire	117
bb)	AOnVBeyard	118
cc)	Vaessen/Moris	118
dd)	Windsurfing International	119
ee)	Velcro/Aplix	119
ff)	Bayo-n-ox	120
b)	Nungesser-Entscheidung zum Sortenschutzrecht	121
c)	Zwischenergebnis	122
aa)	Zulässigkeit einzelner Lizenznehmerbeschränkungen	122
bb)	Zulässigkeit von Lizenzgeberbeschränkungen, insbesondere der Ausschließlichkeit	123
III.	Zwischenergebnis: Lehre vom spezifischen Gegenstand des Schutzrechts in der Entscheidungspraxis von EuGH und Kommission	124
IV.	Kritik an der Lehre vom spezifischen Gegenstand des Markenrechts	125
1.	Fehlende Praktikabilität des Kriteriums	125
2.	Unzulängliche Bewertung von Lizenzgeberbeschränkungen	126
3.	Fehlende wettbewerbliche Wertung	126
4.	Fehlende Berücksichtigung der Einzelfallumstände	127

§ 3: Restriktive Anwendung des Art. 81 Abs. 1 EG auf Markenlizenzverträge 129

I.	Problemstellung	129
1.	Kollisionen zwischen europäischem Marken- und Kartellrecht	129
2.	Schützenswerte Interessen des Markenlizenznehmers	131
3.	Schützenswerte Interessen des Markenlizenzgebers	133
4.	Beurteilung der Ausschließlichkeit in der GVO Technologietransfer	133
II.	Ansätze einer restriktiven Anwendung des Art. 81 Abs. 1 EG in der Praxis von europäischem Gerichtshof und Kommission	134
1.	Darstellung der Ansätze	134
a)	Erfordernis eines zumindest potentiellen Wettbewerbs	134
b)	Immanenzgedanke	135
aa)	Wettbewerbsverbote in Unternehmenskaufverträgen	135
(1)	Gerichtshof	136
(2)	Kommission	137
bb)	Franchising	139
(1)	Gerichtshof	139
(2)	Kommission	142
cc)	Know-how-Verträge	143
(1)	Rieh Products/Jus-rol	144
(2)	Delta Chemie/DDD	146
dd)	Zwischenergebnis: Immanenzgedanke in der Praxis von Gerichtshof und Kommission	147
c)	Markterschließungsgedanke	149
aa)	Gerichtshof	149
(1)	Maschinenbau Ulm	149
(2)	Grundig, Consten	152
(3)	Nungesser	152
(4)	Coditel II	157
(5)	Erauw-Jaquery/La Hesbignonne	159
bb)	Kommission	160
cc)	Zwischenergebnis: Markterschließungsgedanke in der Praxis von Gerichtshof und Kommission	162
2.	Vergleich des Immanenzgedankens mit dem Markterschließungsgedanken	164
3.	Dogmatische Einordnung der Ansätze	165
III.	Anwendung der Ansätze auf die problematischen Klauseln in Markenlizenzverträgen	167
1.	Ausschließlichkeit	167
a)	Lizenzierung einer reinen Registermarke	168
b)	Lizenzierung einer wenig bekannten Marke für einen neuen Produktmarkt	169
c)	Lizenzierung einer wenig bekannten Marke für einen neuen räumlichen Markt	169
d)	Lizenzierung einer auf dem sachlich und räumlich relevanten Markt benutzten, aber wenig bekannten Marke	170
e)	Lizenzierung einer weithin bekannten Marke für einen neuen	

sachlich und räumlich relevanten Markt	171
f) Lizenzierung einer auf dem sachlich und räumlich relevanten Markt benutzten und weithin bekannten Marke	171
2. Weitere Klauseln	171
IV. Verhältnis der Lehre vom spezifischen Gegenstand des Schutzrechts zur modifizierten Immanenzformel	172
<i>4. Kapitel: Die Beurteilung einzelner Klauseln in Markenlizenzverträgen nach deutschem und europäischem Kartellrecht</i>	173
§ 1: Lizenzierung der Marke selbst	173
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	173
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	173
§2: Lizenzgebühren	175
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	175
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	176
§ 3: Qualitätsbindungen	177
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	177
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	178
§4: Bezugsbindungen	180
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	180
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	181
§ 5: Ausschließlichkeit	182
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	182
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	183
§ 6: Gebietsbeschränkungen	187
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	187
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	188
1. Gebietsbeschränkungen in Vertriebslizenzen	188
2. Gebietsbeschränkungen in Herstellungslizenzen	193

§ 7: Preisbindungen	195
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	195
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	196
§ 8: Wettbewerbsverbote	197
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	197
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	197
§ 9: Beschränkungen des Anwendungsgebiets und der Benutzungsart	198
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	198
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	199
§ 10: Form der Markenbenutzung	200
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	200
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	201
§ 11: Vermarktungsbemühungen	201
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	201
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	203
§ 12: Vertragslaufzeit	203
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	203
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	204
§ 13: Mengenbestimmungen	205
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	205
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	205
§ 14: Kundenbeschränkungen	206
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	206
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	207
§ 15: Nichtangriffsklauseln	208
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	208
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	209

§ 16: Abtretungsverbot	212
I. Beurteilung nach deutschem Kartellrecht	212
II. Beurteilung nach europäischem Kartellrecht	212
5. <i>Kapitel: Zusammenfassung</i>	213
§ 1: Deutsches Kartellrecht	213
§ 2: Europäisches Kartellrecht	214
Literaturverzeichnis	217