

Internationale Markenkonflikte. Professor Dornis' Forschungsarbeit zum internationalen Markenrecht

24.03.2017 Die dänische Pop-Band „Aqua“ brachte 1997 den Chart-Hit „Barbie Girl“ heraus. Dieser bezog sich auf die bekannte Spielzeugpuppe des US-Spielzeugherstellers Mattel. Durch den parodistischen Songtext sah Mattel seine Marke „Barbie“ sowie das Marketing für seine Produkte beeinträchtigt. Das Unternehmen klagte gegen die Plattenfirma MCA Records auf Unterlassung und Schadensersatz. Vor der inhaltlichen Auseinandersetzung mit der Klage stellte sich dem Gericht in Los Angeles allerdings die Frage nach dem anwendbaren Recht: Konnte Mattel den Liedtext nach US-Recht untersagen lassen oder sollte ein anderes, möglicherweise weniger klägerfreundliches Recht Anwendung finden?



Jahrzehnte der Globalisierung von Kommunikation und Handelströmen haben zu einem rasanten Anstieg internationaler Marken- und Wettbewerbskonflikte geführt. Vor allem bei Werbung im Internet stellt sich die Frage, nach welcher nationalen Rechtsordnung Streitigkeiten zwischen Mitbewerbern zu entscheiden sind. Der Rechtsstreit zwischen Mattel und MCA Records ist nicht die einzige Auseinandersetzung. Die Praxis bietet zahllose weitere Beispiele: Nach welchem Recht darf etwa die Marke „Bayer“ benutzt werden, wenn zwei Pharmaunternehmen getrennt voneinander in Europa und in den USA jeweils ein Recht an der Marke erworben haben und die Werbemaßnahmen nach Europa und in die USA „überschwappen“? Oder: Wem stehen die Rechte am Bandnamen „The Beach Boys“ nach der Auflösung der Band zu – und nach welchem Recht (USA oder Großbritannien)

ist der Fall zu entscheiden?

Professor Dornis' Züricher Habilitationsschrift unter dem Titel „Trademark and Unfair Competition Conflicts - Historical-Comparative, Doctrinal, and Economic Perspectives“ (696 Seiten) erörtert Fragen des internationalen Markenrechts historisch, rechtsvergleichend und ökonomisch mit Blick auf grenzüberschreitenden Wettbewerb und Werbung in internationalen Medien. Die durch Stipendien der Deutschen Forschungsgemeinschaft und des Schweizerischen Nationalfonds geförderte Forschungsarbeit erscheint bei der Cambridge University Press und entstand unter anderem während Forschungsaufenthalten an der Stanford Law School und der NYU School of Law. Die Arbeit ist als Open-Access-Ressource auf der Website des Verlages zugänglich.

„Wir leben in einem Dschungel der Marken. Ob Lebensmittel, Kleidung oder Dienstleistungen - jeder Konsum ist von Markensymbolen gesteuert“, sagt Dornis, "in unserer globalisierten Gegenwart ist diese Macht grenzüberschreitend, sind die Markenwerte gigantisch. Die international wertvollste Marke 'Apple' ist nach aktueller Schätzung über 150 Milliarden US-Dollar wert. Die wertvollste deutsche Marke 'Mercedes Benz' liegt bei immer noch über 43 Milliarden US-Dollar. Es überrascht darum kaum, dass bei internationalen Markenkonflikten häufig über die Aufteilung milliardenschwerer Märkte gestritten wird. Im Recht des geistigen Eigentums gewinnen Fragen internationaler Wettbewerbs- und Handelsregulierung zugleich zunehmend an Bedeutung. Das nun abgeschlossene Forschungsprojekt hat sich mit den Grundlagen und praktischen Lösungsansätzen befasst.“

Links

- "Trademark and Unfair Competition Conflicts" auf der Website der Cambridge University Press
- Competition and Regulation Institute
- Leuphana Law School

Kontakt

Prof. Dr. Tim W. Dornis, JSM (Stanford)

Universitätsallee 1, C4.122b

21335 Lüneburg

Fon +49.4131.677-2044

tim.dornis@leuphana.de

Redaktion: Martin Gierczak, Universitätskommunikation. Neuigkeiten aus der Universität und rund um Forschung, Lehre und Studium können an news@leuphana.de geschickt werden.

Datum: 24.03.2017

Kategorien: 1_Meldungen_Forschung, CRI_Meldungen, LLS_Meldungen

Autor: Martin Gierczak

E-Mail: gierczak@leuphana.de