

Kollidierende Wort- und Wort-Bild-Marken

Der Lógos (Sinn) der Logos (Zeichen)



BESCHREIBUNG

Marken stehen zunehmend nicht mehr für ein Produkt oder eine Produktpalette, sondern für ein Lebensgefühl, und sie sind umso wertvoller, je universeller dieses Lebensgefühl ist: Während der Marlboro Man bloß einsam durch die Steppe ritt, kommt man mit den von Red Bull verliehenen Flüügeln überall hin. Der Schutz der Marke und im Speziellen der Sonderschutz der bekannten Marke kollidieren mit dem Interesse der Allgemeinheit an der freien Nutzung von Begriffen sowie mit jenem anderer Wettbewerber an der Gestaltung eines ihre Ware oder Dienstleistung repräsentierenden Zeichens. Daher ist eine sorgfältige Prüfung nach den Kriterien der Ähnlichkeit und der Verwechslungsgefahr sowie der Kennzeichnungskraft des jeweiligen Zeichens angezeigt; der Gesamteindruck, den die Marke beim Verbraucher hinterläßt, soll letztlich entscheidend sein. Hierbei stellt sich die Frage nach den prägenden Elementen, dem spezifischen Gewicht von Wort- und Bildbestandteilen.

WEITERE INFORMATIONEN UND BESTELLUNG

<https://shop.lexisnexus.at/kollidierende-wort-und-wort-bild-marken-9783700758204.html>

ISBN: 978-3-7007-5820-4

Auflage: 1. Auflage

Verlag: LexisNexis

Erscheinungsdatum: 30.04.2014

Autoren: Graf-Wintersberger Astrid

Reihe: Fachbuch

Einzelpreis:
39,00 EUR

Alle Preise inkl. MwSt. zzgl. Versand. Bei Bestellung im LexisNexis Onlineshop kostenloser Versand innerhalb Österreichs.