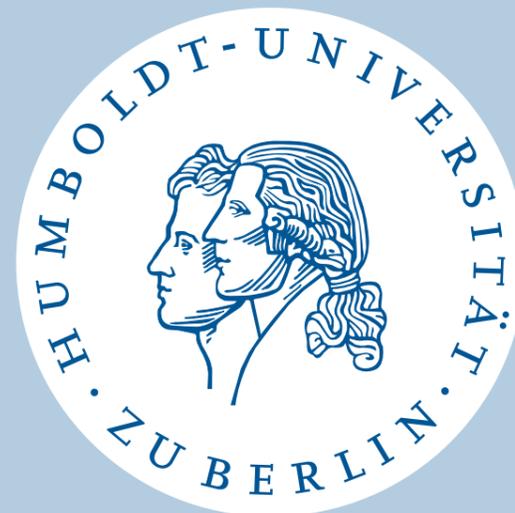


**Humboldt-Universität
zu Berlin**

Josef Kohler-Institut für
Immaterialgüterrecht



VorsRi. am BPatG a.D. Marianne Grabrucker

Zum Wahrnehmungsbegriff im Markenrecht im Spannungsverhältnis zwischen Marketing und Rechtsprechung

**5. Josef Kohler-Vortrag
Auditorium des
Jacob-und-Wilhelm-Grimm-Zentrums
Geschwister-Scholl-Str. 1/3, 10117 Berlin
2. Dezember 2013, 18 Uhr c.t.
mit anschließendem Empfang**

Sowohl für das Marketing als auch für das Markenrecht ist der Begriff der „Wahrnehmung der Verbraucher“ von zentraler Bedeutung. Allerdings ist festzustellen, dass diese sich wesentlich in ihrer Bedeutung voneinander unterscheiden, je nach Perspektive. Dies kann dazu führen, dass in einem für die Wirtschaft bedeutenden Bereich – der Gewinnung von Kunden und deren Bindung an das Unternehmen – gegensätzliche und einander widersprechende Handlungsstränge entstehen. Es stellt sich die Frage um den Beitrag des Markenrechts in diesem Spannungsverhältnis. Auch das Marketing muss die Vorgaben der Rechtsprechung aufgreifen, um ihr in kreativen Weiterentwicklungen zu entsprechen. Diese Problematik wird von der Referentin aufgezeigt.

Marianne Grabrucker war 13 Jahre Vorsitzende eines Beschwerdesenats am Bundespatentgericht und hat an richtungweisenden Entscheidungen mitgewirkt. Sie ist Autorin zahlreicher wissenschaftlicher Aufsätze sowie Mitkommentatorin eines Handbuchs für Verfahrensrecht. Darüber hinaus hat sie sowohl häufig als Referentin bei internationalen Tagungen als auch als Expertin bei der Erarbeitung markenrichtlinienkonformer Gesetze in Beitrittsländern der EU mitgewirkt. Sie ist zur Zeit als Dozentin in mehreren Lehrgangs- und Schulungsprogrammen im Markenrecht tätig.

Veranstalterin:

Prof. Dr. Eva Inés Oberfell
Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht,
Internationales Privatrecht und Rechtsvergleichung,
Josef Kohler-Institut für Immaterialgüterrecht, Humboldt-Universität zu Berlin