

Grundsätze bei Umverpacken von Waren (Änderung von Inhalt oder Aussehen der äußeren Originalverpackung)

- Bündelung von Kleinpackungen
- Aufkleber
- Beschriftung der inneren Verpackung
- Auswechslung des Beipackzettels
- Änderung der Menge

Umverpacken ist **verboten**, falls Integrität der Ware beeinträchtigt werden kann

Erlaubt unter folgenden Bedingungen:

1. Geltendmachung der Markenrechte hätte Wirkung der künstlichen Aufteilung der Märkte (a. obj. Hürden durch unterschiedliche Packungsgrößen, Marken, Aufmachungen, b. Umverpacken erforderlich für Vertrieb; d.h. rechtfertigende Zwangslage für Importeur; nicht bei nur wirtschaftlichem Vorteil)
2. Umverpacken kann die Integrität der Ware nicht beeinträchtigen
3. Keine imageschädigende Verpackung (hier auch Entfernung von Kontrollnummern auf Parfümflasche)
4. Es wird auf der Verpackung angegeben, dass umverpackt wurde und wer umverpackt hat
5. Der Zeicheninhaber wird vorher informiert; er erhält auf Anforderung Muster
6. geringstmöglicher Eingriff? (nicht Entfernung des gesamten Originaletiketts, wenn Zusatzetikett möglich) lt. EuGH nur berücksichtigt für Notwendigkeit des Umverpackens als solchem, nicht für Art des Umverpackens, Boehringer Ingelheim v. Swingward, Rs C-348/04, .

Anbringen einer anderen Marke bei Verwendung unterschiedlicher Marken:
falls

1. Künstliche Abschottungswirkung, 2. Erforderlichkeit, 3. Obj. Zwangslage (gesetzl. Vorschriften, Täuschungsgefahr, nicht bloß wirtschaftlicher Vorteil)

Änderung der Ware (bei Beibehaltung der Marke) verboten, falls Änderung der charakteristischen Sacheigenschaften (z.B. Umfärben von Jeans, Rolex mit Diamanzifferblatt). Egal ob Änderung sichtbar oder nicht.

Entfernen von Kontrollnummern: Selektiver Vertrieb ist zulässig, falls keine unerlaubte Diskriminierung: schutzwürdiges Interesse, falls lückenlos gestaltet. Verboten falls sichtbarer Eingriff in die Substanz (auf Parfüms mit Farbe überpinseln, abkratzen) oder Kontrollnr. gesetzlich vorgeschrieben ist (Produkthaftung)