

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	iii
A. Einleitung.....	11
I. Die Bedeutung von Geschmacksmustern.....	11
II. Der Schutz von Geschmacksmustern.....	12
III. Zielsetzung und Gang der Abhandlung.....	14
B. Das nicht eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster.....	17
I. Vorgeschichte der Regelung in der Verordnung (EG) Nr. 6/2002.....	17
1. Überblick über die Historie geschmacksmusterrechtlicher Nachahmungsverbote im europäischen Raum.....	17
2. Entstehungsgeschichte der Verordnung (EG) Nr. 6/2002.....	21
3. Gesetzgeberische Motive für die Einführung des nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters.....	23
a. Verwirklichung der Ziele der Gemeinschaft.....	23
b. Schutz für kurzlebige Produkte.....	24
c. Stellungnahme	25
II. Voraussetzungen und Schutzwirkungen.....	25
1. Schutzgegenstand.....	25
2. Neuheit.....	26
3. Eigenart.....	27
a. Gesamteindruck.....	27
b. Beurteilung im Lichte der EuGH-Entscheidung „THOMSON LIFE“?.....	28
4. Schutzwirkungen.....	31
a. Schutzbeginn.....	31
b. Nachahmungsschutz nach Art. 19 Abs. 2 GGV.....	34
aa. Begriff der Nachahmung.....	34
bb. Darlegungs- und Beweislast für die Nachahmung.....	35
(1) Auffassungen in Schriftum und Rechtsprechung	36
(2) Stellungnahme und eigener Lösungsansatz.....	38
c. Schutzmfang, Schutzdauer und territoriale Wirkung.....	42
III. Rechtsnatur.....	43
1. Fehlen eines Registrierungserfordernisses.....	43
a. Systemkonformität.....	44
b. Stellungnahme	47
2. Absolutes Recht.....	48
a. Qualifikation als absolutes Recht.....	48
b. Abgrenzung vom Verbietungsrecht.....	52
c. Ausschlusswirkung nach Art. 19 Abs. 2 GGV.....	54

3. Verfassungsrechtlicher Schutz.....	55
4. Subjektives Recht	59
IV. Erweiterung sondergesetzlichen Schutzes.....	64
V. Ergebnis Teil B.....	67
C. Der ergänzende wettbewerbsrechtliche Leistungsschutz.....	69
I. Begriff und Bedeutung.....	69
II. Sondergesetzlicher Schutz versus Wettbewerbsrecht.....	70
III. Ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz nach § 1 UWG (aF).....	72
1. Entwicklungslinien.....	72
2. Voraussetzungen nach der Rechtsprechung des BGH.....	74
3. Dogmatische Grundlagen	76
a. Das Spannungsfeld zwischen Innovation und Imitation.....	76
b. „Echter“ Leistungsschutz im Wettbewerbsrecht?.....	77
IV. Kodifikationsvorschläge.....	80
1. Bedürfnis nach gesetzlicher Normierung	81
2. Vorschläge gesetzlicher Regelung im Einzelnen.....	82
a. Entwurf zum Gesetz zur Bekämpfung der Produktpiraterie 1989	82
b. Der Vorschlag von Köhler 1999.....	83
c. Der Vorschlag von Fezer 2001	86
d. Der Vorschlag von Köhler/Bornkamm/Henning-Bodewig 2002.....	88
3. Résumé.....	89
V. Die Regelung in §§ 3, 4 Nr. 9 UWG.....	90
1. Voraussetzungen ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes nach §§ 3, 4 Nr. 9 UWG.....	90
a. Voraussetzungen nach § 3 UWG.....	90
b. Voraussetzungen nach § 4 Nr. 9 UWG.....	91
aa. Fallgruppen nach § 4 Nr. 9a)-c) UWG.....	92
bb. Übrige Fallgruppen.....	92
cc. „Nachahmung“.....	94
c. Wettbewerbliche Eigenart.....	94
d. Wechselwirkung.....	95
e. Subjektive Tatbestandsforderisse.....	95
aa. „Unlautere Wettbewerbshandlung“ im Sinn von § 3 UWG.....	95
bb. Subjektive Elemente bei § 4 Nr. 9 UWG.....	97
2. Rechtsfolgen.....	98
3. Fazit.....	98
VI. Ergebnis Teil C.....	99
D. Der Anwendungsbereich des ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes in Relation zum nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmuster.....	101
I. Regelung des Verhältnisses zu anderen Schutzformen in Art. 96 GGV.....	101

1. Art. 96 Abs. 1 GGV	101
a. Regelungsgehalt.....	102
b. Vergleich mit § 2 MarkenG und Art. 14 GMV.....	104
2. Folgerungen für die Anwendung des UWG.....	106
a. Das Verhältnis sondergesetzlicher Normen zu Normen des UWG im Rahmen von § 2 MarkenG.....	106
b. Verhältnis der Normen der GGV zu Normen des UWG.....	109
c. Stellungnahme.....	109
II. Das nicht eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster im Verhältnis zum Wettbewerbsrecht	111
1. Das Verhältnis der Sonderschutzrechte zum Wettbewerbsrecht	111
a. Systematik der den wirtschaftlichen Wettbewerb regelnden Normen	111
aa. Regelungstechnik und Normzusammenhänge.....	111
bb. Grundsatz der Nachahmungsfreiheit.....	112
cc. UWG-Reform im Jahr 2004.....	114
b. Auffassungen im Schrifttum.....	115
c. Die Auffassung der Rechtsprechung.....	121
aa. Urheberrecht.....	121
bb. Geschmacksmusterrecht.....	123
cc. Patent-/Gebrauchsmusterrecht.....	125
dd. Markenrecht.....	125
ee. Besondere Fallgruppen.....	128
(1) Modeneuheiten.....	128
(2) Systematisches Nachahmen/Behinderung.....	130
(3) Einschieben in eine fremde Serie.....	133
ff. Bewertung der analysierten Urteile.....	133
d. Stellungnahme zur Frage des Vorrangs.....	134
2. Die Lösungsansätze zum nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmuster.....	138
a. Schrifttum.....	138
b. Kritik und eigener Ansatz.....	141
III. Mögliche Fallkonstellationen der Anwendbarkeit des ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes.....	144
1. Während der Schutzdauer des nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters	144
2. Nach Ablauf der Schutzdauer des nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters – „Verlängerung“ über UWG?.....	146
a. Ansichten im Schrifttum.....	146
b. Zusätzlicher Formmarkenschutz.....	148
c. Stellungnahme.....	152
3. Fehlen schutzbegründender Veröffentlichung.....	153
4. Geschmacksmusterrechtlich nicht schutzfähiges Leistungsergebnis.....	157
a. Fehlen geschmacksmusterfähigen Gegenstandes.....	157
b. Fehlende Neuheit.....	158
c. Fehlende Eigenart und Verhältnis zur wettbewerblichen Eigenart	158

5. Nichtigkeit des nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters	162
a. Rückwirkung der Nichtigerklärung.....	163
b. Lösungsansatz.....	164
IV. Zeitliche Begrenzung des ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes..	167
1. Erforderlichkeit zeitlicher Begrenzung.....	167
2. Rechtslage unter Geltung des § 1 UWG (aF).....	168
a. Auffassung der Rechtsprechung.....	168
b. Lösungsansätze im Schriftum.....	170
3. Rechtslage nach §§ 3, 4 Nr. 9 UWG.....	176
a. Auswirkungen der neuen Regelungssystematik.....	176
b. Ansichten im Schriftum.....	176
c. Die BGH-Entscheidung „Klemmbausteine III“	178
4. Stellungnahme und eigener Ansatz.....	182
V. Aktivlegitimation bei Anspruch aus ergänzendem wettbewerbsrechtlichen Leistungs-schutz.....	184
1. Divergenz in den gesetzlichen Regelungen.....	184
2. Rechtslage unter Geltung der §§ 1, 13 UWG (aF).....	185
a. Einschränkung bei § 13 Abs. 2 Nr. 1 UWG (aF).....	185
b. Einschränkung bei § 13 Abs. 2 Nr. 2-4 UWG (aF).....	187
3. Rechtslage unter Geltung des § 8 UWG.....	189
a. Regelungsgehalt des § 8 Abs. 3 UWG.....	189
b. Fortgeltung der bisherigen Grundsätze?.....	190
c. Stellungnahme.....	192
aa. Einschränkung.....	192
bb. Gleichbehandlung aller Fallgruppen?.....	194
(1) Analyse der Fallgruppen.....	194
(2) Keine Differenzierung nach Fallgruppen.....	198
VI. Entbehrliechkeit ergänzenden wettbewerbsrechtlichen Leistungsschutzes?.....	199
1. „Überholung“ der „Saisonschutz“-Rechtsprechung.....	199
2. Verbleibende Anwendungsbereiche.....	200
3. Ausblick.....	202
VII. Ergebnis Teil D.....	203
E. Thesen	205
Literaturverzeichnis.....	209
Abkürzungsverzeichnis.....	221