

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis	13
Einleitung	27
A. Problemaufwurf	29
B. Ziel der Arbeit	30
C. Gang der Untersuchung	31
Kapitel 1: Grundlagenuntersuchung	35
A. Rechtliche Ausgangssituation	35
I. Schutz technischer Lehren	35
II. Markenrechtlicher Schutz technischer Lehren	37
B. Schutzzwecke	38
I. Patentrecht	39
II. Markenrecht	42
C. Begriffsbestimmung	47
I. Rechte des geistigen Eigentums und Immaterialgüterrechte	48
II. Kumulation und Kollision	49
III. Technische bedingte und technisch zwingende Merkmale	50
D. Einbindung des Markengesetzes in das supranationale Markenrecht	50
I. Supranationale Schutzrechtssysteme	51
II. Verhältnis von europäischem und deutschem Markenrecht	53
Kapitel 2: Auswirkung des Schutzes technischer Lehren	57
A. Potenzielle Kollisionsbereiche	57
I. Sachlicher Schutzbereich	58
II. Zeitlicher Schutzbereich	81
III. Territorialer Schutzbereich	85
IV. Schutzwirkungen	88
V. Schrankenregelungen	100

B. Mittelbare Kollision	107
C. Monopolstellung	108
D. Rechtsgeschäftliche Verwertung	110
E. Rechtliche Auswirkungen	111
I. Rechtsunsicherheit	111
II. Abschreckungswirkung	113
III. Rechtsmissbrauch	119
F. Ökonomische Auswirkungen	123
I. Beachtlichkeit der ökonomischen Analyse	123
II. Ökonomische Analyse	125
G. Zwischenergebnis	133
 Kapitel 3: Markenschutz für technische Lehren	 137
A. Schutzvoraussetzungen Markenrecht	137
I. Registermarken i.S.d. § 4 Nr. 1 MarkenG	137
II. Marken i.S.d. § 4 Nr. 2, 3 MarkenG	145
B. Schutz technischer Lehren als Marke	146
I. Unterscheidung nach Art der Marke	146
II. Markenfähigkeit technischer Lehren	147
III. Eintragungsfähigkeit technischer Lehren	148
C. Potenziell technische Lehren schützende Marken	157
I. Dreidimensionale Zeichen	157
II. Weitere Markenarten	166
D. Möglichkeit der Kumulation von Patent- und Markenrecht	169
I. Vereinbarkeit Schutzvoraussetzungen	169
II. Ausschluss der Kumulation	178
E. Zwischenergebnis	183
 Kapitel 4: Der Schutzausschluss gemäß § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	 185
A. Grundlagen	185
I. Rechtsnatur des § 3 Abs. 2 MarkenG	185
II. Sinn und Zweck des § 3 Abs. 2 MarkenG	187
III. Übertragbarkeit der Rechtsprechung vor Einführung des Markengesetzes	 189

B. Ausprägung des § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	194
I. Bestimmung der wesentlichen Merkmale	194
II. Zur Erreichung einer technischen Wirkung erforderliche Form	201
III. Die Ausschließlichkeit der Technizität der Form	227
IV. Zusammenfassung	229
Kapitel 5: Umfang der Ausschlusswirkung	231
A. Markenarten	231
I. Markenarten im Sinne des § 4 MarkenG	231
II. Markenmeldungen i.S.d. Art. 6 quinquies Pariser Verbandsübereinkunft	232
B. Markenformen	233
I. Formmarken	233
II. Außerhalb von Formmarken	237
C. Patentierte technische Lehren	243
I. Ausgangssituationen	244
II. Bewertung	250
D. Mittelbar technische Zeichen	255
I. Markenrecht und Schutz von Verfahrenserzeugnissen	255
II. Markenrecht und Stoffschutz	259
III. Zwischenergebnis	266
E. Ausschließlichkeitskriterium	267
I. Zusätzliche Merkmale	267
II. Wesentliche nicht technische Merkmale („hybride Zeichen“)	268
III. Hybride Zeichenmerkmale	274
F. Rechtsfolgen der Auslegung	281
I. Umfang des Schutzes technischer Merkmale	281
II. Verhältnis des § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu anderen Normen des MarkenGesetzes	289
G. Zwischenergebnis	306

Kapitel 6: Immaterialgüterrechtlicher Vergleich	309
A. Designrecht	309
I. Voraussetzungen des Designrechts	309
II. Schutz technischer Lehren	313
III. Vergleich	317
B. Urheberrecht	322
I. Voraussetzungen des Urheberrechts	322
II. Schutz technischer Lehren	328
III. Vergleich	331
C. Lauterkeitsrecht	332
I. Voraussetzungen des lauterkeitsrechtlichen Schutzes	333
II. Schutz technischer Lehren	337
III. Vergleich	343
D. Zwischenergebnis	345
Fazit	347
Literaturverzeichnis	357

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	27
A. Problemaufwurf	29
B. Ziel der Arbeit	30
C. Gang der Untersuchung	31
Kapitel 1: Grundlagenuntersuchung	35
A. Rechtliche Ausgangssituation	35
I. Schutz technischer Lehren	35
II. Markenrechtlicher Schutz technischer Lehren	37
B. Schutzzwecke	38
I. Patentrecht	39
1. Belohnungstheorie	39
2. Eigentumstheorie	40
3. Anspornungstheorie	40
4. Offenbarungstheorie	41
5. Bewertung	41
II. Markenrecht	42
1. Immaterialgüterrechtliche Theorien	42
2. Markenfunktionen	43
a. Funktionslehre	43
b. Hauptfunktion	44
c. Weitere Funktionen	45
3. Funktionswandel	46
C. Begriffsbestimmung	47
I. Rechte des geistigen Eigentums und Immaterialgüterrechte	48
II. Kumulation und Kollision	49
III. Technische bedingte und technisch zwingende Merkmale	50

D. Einbindung des Markengesetzes in das supranationale Markenrecht	50
I. Supranationale Schutzrechtssysteme	51
1. Internationale Marke	51
2. Unionsrecht	52
II. Verhältnis von europäischem und deutschem Markenrecht	53
1. Markenrechtsrichtlinie	53
2. Unionsmarke	54
 Kapitel 2: Auswirkung des Schutzes technischer Lehren	 57
A. Potenzielle Kollisionsbereiche	57
I. Sachlicher Schutzbereich	58
1. Patentrecht	58
a. Wortsinngemäßer Schutzgegenstand	58
aa) Orientierung am Wortsinn	58
bb) Objektiver Auslegungsmaßstab aus der Sicht der Durchschnittsfachperson	59
cc) Auslegung der Patentansprüche	60
dd) Funktionsorientierte Auslegung	61
b. Äquivalenter Schutzbereich	62
aa) Definition des Schutzbereichs	62
bb) Schneidmesser-Fragen	62
(1.) Gleichwirkung	62
(2.) Auffindbarkeit	63
(3.) Gleichwertigkeit	63
cc) Einwand des freien Standes der Technik	64
2. Markenrecht	65
a. Grundsätze des § 14 Abs. 2 MarkenG	65
aa) Zu vergleichende Zeichen sowie Waren- und Dienstleistungen	65
bb) Inhalt der Verletzungshandlung	66
b. Doppelidentität, § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	67
c. Identität oder Ähnlichkeit des Zeichens, § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	68
aa) Verwechslungsgefahr	68
bb) Kennzeichnungskraft der älteren Marke	70
cc) Zeichenähnlichkeit	71
(1.) Allgemeines	71

(2.) Kombinationszeichen	72
dd) Waren- oder Dienstleistungsähnlichkeit	73
d. Bekannte Marke, § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	73
3. Kollision der sachlichen Schutzbereiche	74
a. Doppelidentität, § 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	75
aa) Wortsinngemäßer Schutzgegenstand	75
bb) Äquivalenter Schutzbereich	76
b. Identität oder Ähnlichkeit des Zeichens, § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	77
aa) Wortsinngemäßer Schutzgegenstand	77
bb) Äquivalenter Schutzbereich	78
c. Bekannte Marke, § 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	79
4. Bewertung der Kollision	79
II. Zeitlicher Schutzbereich	81
1. Verstoß gegen den Gleichheitssatz aus Art. 3 Abs. 1 GG	81
2. Patentrecht	82
3. Markenrecht	83
4. Kollision der zeitlichen Schutzbereiche	83
5. Bewertung der Kollision	84
III. Territorialer Schutzbereich	85
1. Patentrecht	85
2. Markenrecht	87
3. Kollision der territorialen Schutzbereiche	87
4. Bewertung der Kollision	87
IV. Schutzwirkungen	88
1. Patentrecht	88
2. Markenrecht	90
3. Kollision der Schutzwirkungen	92
a. Positives Benutzungsrecht	92
b. Negatives Verbotungsrecht	94
aa) § 14 Abs. 2, 3 MarkenG und § 9 S. 2 PatG	94
bb) § 14 Abs. 4 MarkenG und § 10 Abs. 1 PatG	94
cc) Störerhaftung	96
4. Bewertung der Kollision	98
V. Schrankenregelungen	100
1. Patentrecht	100
a. Normierte Schrankenregelungen	100

b. Erschöpfung	100
aa) Nationale Erschöpfung	100
bb) Unionale Erschöpfung	101
cc) Internationale Erschöpfung	102
2. Markenrecht	102
a. Grundlagen	102
b. Erschöpfung	103
3. Kollision der Schrankenregelungen	103
a. Patentrechtliche Schranken	103
b. Schrankenübertragung	105
4. Bewertung der Kollision	106
B. Mittelbare Kollision	107
C. Monopolstellung	108
D. Rechtsgeschäftliche Verwertung	110
E. Rechtliche Auswirkungen	111
I. Rechtsunsicherheit	111
II. Abschreckungswirkung	113
1. Theoretische Ausführungen	113
2. Praktisches Beispiel „LEGO“	115
a. Schutz der Klemmbausteine	115
aa) Patentrecht	115
bb) Markenrecht	116
b. Verhalten von LEGO	117
aa) Erlangung eines Schutzrechts	117
bb) Abschreckung	117
3. Bewertung	118
III. Rechtsmissbrauch	119
1. „LEGO“	119
a. Weltweite Gerichtsprozesse für Einzelfragen	120
b. Widersprüchliche Aussagen bei der Beantragung der Schutzrechte	121
2. Systematischer Rechtsmissbrauch	122
3. Bewertung	122
F. Ökonomische Auswirkungen	123
I. Beachtlichkeit der ökonomischen Analyse	123

II. Ökonomische Analyse	125
1. Zielsetzung	126
2. Folgenabwägung	128
a. Schutz technischer Lehren durch das Markenrecht	129
aa) Ziel der Innovation	129
bb) Ziel der Verbreitung	129
b. Kein Schutz technischer Lehren durch das Markenrecht	131
c. Rechtliche Lehren	132
G. Zwischenergebnis	133
 Kapitel 3: Markenschutz für technische Lehren	 137
A. Schutzvoraussetzungen Markenrecht	137
I. Registermarken i.S.d. § 4 Nr. 1 MarkenG	137
1. Markenfähigkeit, § 3 Abs. 1 MarkenG	137
a. Abstrakte Unterscheidungseignung	138
b. Selbstständigkeit	139
2. Eintragungsfähigkeit	140
a. Darstellbarkeit, § 8 Abs. 1 MarkenG	141
b. Konkrete Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	141
c. Beschreibungseignung, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	142
d. Verkehrsdurchsetzung, § 8 Abs. 3 MarkenG	144
II. Marken i.S.d. § 4 Nr. 2, 3 MarkenG	145
B. Schutz technischer Lehren als Marke	146
I. Unterscheidung nach Art der Marke	146
II. Markenfähigkeit technischer Lehren	147
III. Eintragungsfähigkeit technischer Lehren	148
1. Konkrete Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	149
a. Pauschaler Ausschluss	149
b. Unterscheidungskraft technischer Merkmale	149
c. Zwischenergebnis	151
2. Beschreibungseignung, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	152

3. Berücksichtigung eines Freihaltebedürfnisses	152
a. Freihaltebedürfnis im Rahmen des § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	152
aa) Erhöhte Anforderungen	152
bb) Prüfung der „konkreten Markenfähigkeit“	153
cc) Bewertung	153
b. Freihaltebedürfnis im Rahmen des § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	155
c. Zwischenergebnis	156
C. Potenziell technische Lehren schützende Marken	157
I. Dreidimensionale Zeichen	157
1. Anerkennung der Schutzfähigkeit	157
2. Konkrete Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	158
a. Rechtliches Erfordernis besonderer Originalität	158
b. Tatsächliche Ungleichheiten	159
aa) Tatsächliches Verkehrsverständnis	159
bb) Bedeutung der Warenkategorie	161
cc) Normativ angepasstes Verkehrsverständnis	162
c. Bewertung	162
3. Beschreibende Angaben, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	163
a. Beschreibende Wirkung von Formmarken	164
b. Bewertung	165
4. Zwischenergebnis	166
II. Weitere Markenarten	166
1. Zweidimensionale Zeichen	166
2. Positionszeichen	167
3. Farb-, Geruchs- und Tast- und Hörzeichen	168
D. Möglichkeit der Kumulation von Patent- und Markenrecht	169
I. Vereinbarkeit Schutzvoraussetzungen	169
1. Schutzvoraussetzungen des Patentrechts	169
a. Technische Erfindung	170
aa) Erfindung	170
bb) Technizität	171
b. Neuheit	172
c. Erfinderische Tätigkeit	173
d. Verhältnis von Patent- und Gebrauchsmusterrecht	175

2. Gleicher Schutzgegenstand	176
3. Widerspruch mit den markenrechtlichen Schutzvoraussetzungen	178
II. Ausschluss der Kumulation	178
1. Entgegenstehende Normen	179
2. Rechtsentstehung	180
3. Rechtsdurchsetzung	181
E. Zwischenergebnis	183
 Kapitel 4: Der Schutzausschluss gemäß § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	 185
A. Grundlagen	185
I. Rechtsnatur des § 3 Abs. 2 MarkenG	185
1. Umsetzung der Vorgaben der Markenrechtsrichtlinie	185
2. Bewertung	186
a. Registermarken	186
b. Nicht-Registermarken	187
II. Sinn und Zweck des § 3 Abs. 2 MarkenG	187
III. Übertragbarkeit der Rechtsprechung vor Einführung des Markengesetzes	189
1. Entstehungsgeschichte des § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	189
2. Rechtslage gemäß § 25 WZG	190
a. Ausstattungsschutz	190
b. Technisch bedingte Merkmale in der Rechtsprechung	191
aa) Reichsgericht	191
bb) Bundesgerichtshof	191
c. Schlussfolgerung	192
3. Übertragbarkeit der Rechtslage	193
B. Ausprägung des § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	194
I. Bestimmung der wesentlichen Merkmale	194
1. Wortlautauslegung	194
2. Definition eines Merkmals	195
3. Bestimmung der Wesentlichkeit	196
a. Definition	196
b. Beurteilungsmaßstab	197
aa) Verkehrsauffassung	197
bb) Objektive Kriterien	197
cc) Stellungnahme	198

c. Prüfungsschritte	199
d. Berücksichtigung der tatsächlichen Nutzung	200
II. Zur Erreichung einer technischen Wirkung erforderliche Form	201
1. Technische Wirkung	202
a. Definition	202
b. Abgrenzung von technischer und ästhetischer Funktionalität	203
c. Technisches Herstellungsverfahren	205
aa) Anwendbarkeit des § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	205
bb) Bewertung	206
cc) Ausnahme	207
d. Beurteilung	209
aa) Beurteilungsmaßstab	209
bb) Beurteilungsgrundlage	210
(1.) Externe Erkenntnisquellen	210
(2.) Tatsächlich produzierte Waren	211
2. Kriterium der Erforderlichkeit	213
a. Definition	213
b. Gestaltungsalternativen	214
aa) Rechtserheblichkeit von Gestaltungsalternativen	214
(1.) Annahme der Rechtserheblichkeit von Alternativgestaltungen	214
(2.) Anzahl der Gestaltungsalternativen	215
bb) Fehlenden Rechtserheblichkeit von Alternativgestaltungen	216
(1.) EuGH	216
(2.) BGH	217
cc) Stellungnahme	218
(1.) Wortlautauslegung	218
(2.) Historische Interpretation	219
(3.) Systematische Auslegung	219
(a.) Markengesetz	219
(b.) Rechtsübergreifend	220
(4.) Rechtsunsicherheit	221
(a.) Gestaltungsalternativen	221
(b.) Anzahl der Gestaltungsalternativen	221

(c.) Vergleichbarkeit der Gestaltungsalternativen	222
(d.) Zusammenfassung	223
(5.) Teleologische Auslegung	224
(a.) Freihaltebedürfnis	224
(b.) Umgehungsgefahr	225
(c.) Bedeutungsverlust von Formmarken	226
dd) Zwischenergebnis	227
III. Die Ausschließlichkeit der Technizität der Form	227
1. Definition	227
2. Beurteilungsmaßstab	229
IV. Zusammenfassung	229
 Kapitel 5: Umfang der Ausschlusswirkung	 231
A. Markenarten	231
I. Markenarten im Sinne des § 4 MarkenG	231
II. Markenmeldungen i.S.d. Art. 6 quinquies Pariser Verbandsübereinkunft	232
B. Markenformen	233
I. Formmarken	233
1. Produktabhängige und -unabhängige Formmarken	233
a. Produktunabhängige Formmarken	233
b. Produktabhängige Formmarken	234
2. Anwendbarkeit des § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	234
II. Außerhalb von Formmarken	237
1. Vor dem Markenrechtsmodernisierungsgesetz	237
a. Verpackungsformmarken	238
b. Zweidimensionale Marken	239
c. Weitere Markenformen	239
2. Nach dem Markenrechtsmodernisierungsgesetz	240
a. Erstreckung auf andere charakteristische Merkmale	241
b. Folgen der Erweiterung des Anwendungsbereichs	242
C. Patentierte technische Lehren	243
I. Ausgangssituationen	244
1. Parallele Entstehung von Patent- und Markenrecht	244
2. Entstehung der Marke nach Ablauf der Patentlaufzeit	244

3. Patentanmeldung nach Entstehung der Marke	245
a. Maßgeblicher Zeitpunkt	245
b. Offenbarung	246
c. Patentrecherche nach Marken und Designs	247
d. Markenrechtliche Priorität	248
aa) Inanspruchnahme einer designrechtlichen Priorität	248
bb) Inanspruchnahme einer markenrechtlichen Priorität	250
II. Bewertung	250
1. Differenzierung anhand der Ausgangssituationen	250
2. Auswirkung der Patentierung	251
a. Ausschlusswirkung	251
b. Indizwirkung	252
3. Technizität und Patentierung	253
4. Zwischenergebnis	255
D. Mittelbar technische Zeichen	255
I. Markenrecht und Schutz von Verfahrenserzeugnissen	255
1. Markenschutz mittelbar technischer Zeichen	256
a. Verfahren	256
b. Erzeugnisse technischer Verfahren	256
2. Schutz technischer Lehren	257
3. Kumulation mit dem Patentrecht	258
4. Bewertung	258
II. Markenrecht und Stoffschutz	259
1. Markenfähigkeit	260
2. Schutz technischer Lehren	261
3. Kumulation mit dem Patentrecht	261
a. Stoffpatent	262
aa) Voraussetzungen des Stoffschutzes	263
bb) Umfang des Stoffschutzes	264
b. Kumulation von Stoffpatent und Markenrecht	265
4. Bewertung	265
III. Zwischenergebnis	266
E. Ausschließlichkeitskriterium	267
I. Zusätzliche Merkmale	267

II. Wesentliche nicht technische Merkmale („hybride Zeichen“)	268
1. Bestimmung des wesentlichen nicht technischen Merkmals	269
2. Behandlung von hybriden Zeichen	270
a. EuGH	270
b. Beschränkte Ausschlusswirkung	271
c. Generalanwalt Mengozzi	271
d. Bewertung	272
III. Hybride Zeichenmerkmale	274
1. Wesentlichkeit	275
2. Technische Wirkung	276
3. Erforderlichkeit	277
4. Ausschließlichkeit	278
5. Zwischenergebnis	280
F. Rechtsfolgen der Auslegung	281
I. Umfang des Schutzes technischer Merkmale	281
1. Ausschließlich nicht technische Zeichen	281
2. Hybride Zeichen	282
3. Zeichen mit hybriden Merkmalen	286
4. Produktunabhängige Zeichen	287
II. Verhältnis des § 3 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG zu anderen Normen des MarkenGesetzes	289
1. Anwendbarkeit der § 8 Abs. 2 Nr. 1, 2, Abs. 3 MarkenG	289
a. Konkrete Unterscheidungskraft, § 8 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG.	290
b. Beschreibungseignung, § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG	291
c. Überwindung kraft Verkehrsdurchsetzung, § 8 Abs. 3 MarkenG	292
aa) § 8 Abs. 2 Nr. 1, 2 MarkenG	292
bb) § 3 Abs. 2 MarkenG	293
d. Zwischenergebnis	294
2. Anwendbarkeit der § 3 Abs. 2 Nr. 1, 3 MarkenG	295
a. § 3 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	295
aa) Prüfung des § 3 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG	295
bb) Auswirkungen auf den Schutz technischer Gestaltungen	297
b. § 3 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	298
aa) Prüfung des § 3 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG	298

bb) Abgrenzung	300
cc) Auswirkungen auf den Schutz technischer Gestaltungen	301
c. Kombinierte Anwendbarkeit der § 3 Abs. 2 Nr. 1 – 3 MarkenG	302
aa) Kombinierbarkeit (BGH)	302
bb) Keine Kombinierbarkeit (EuGH)	303
cc) Stellungnahme	303
G. Zwischenergebnis	306
 Kapitel 6: Immaterialgüterrechtlicher Vergleich	 309
A. Designrecht	309
I. Voraussetzungen des Designrechts	309
1. Schutzvoraussetzungen	309
2. Schutzausschluss gemäß § 3 Abs. 1 Nr. 1 DesignG	310
a. Entwicklung des Schutzausschlusses	310
b. Technische Funktion des Erzeugnisses	311
c. Ausschließlichkeit	311
aa) Aktuelle Rechtslage	311
bb) Bewertung	313
II. Schutz technischer Lehren	313
1. Ausschließlich technisch bedingte Merkmale	314
2. Hybride Merkmale	315
III. Vergleich	317
B. Urheberrecht	322
I. Voraussetzungen des Urheberrechts	322
1. Schutzvoraussetzungen	322
2. Schutzausschluss für technische Lehren	323
a. Dogmatischer Anknüpfungspunkt	324
b. Kategorisierung der technischen Merkmale	325
aa) Bedeutung von „Seilzirkus“ und „Geburtstagszug“	325
bb) Technisch zwingende Merkmale	326
cc) Technisch bedingte Merkmale	326
II. Schutz technischer Lehren	328
1. Bestimmung der technisch bedingten Merkmale	328
2. Merkmalsbezug	329
3. Hybride Merkmale	330

III. Vergleich	331
C. Lauterkeitsrecht	332
I. Voraussetzungen des lauterkeitsrechtlichen Schutzes	333
1. Mittelbarer Leistungsschutz gemäß § 4 Nr. 3 UWG	333
2. Schutzausschluss von technisch bedingten Erzeugnissen	335
a. Genereller Schutzausschluss	335
b. Wettbewerbliche Eigenart	335
II. Schutz technischer Lehren	337
1. Bestimmung der technischen Merkmale	338
2. Technisch bedingte Merkmale	338
a. Schutzfähigkeit und -umfang	338
b. Kritik	340
c. Bewertung	342
III. Vergleich	343
D. Zwischenergebnis	345
Fazit	347
Literaturverzeichnis	357