

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 2. Auflage	V
Inhaltsverzeichnis	VII
Literaturverzeichnis	XV

Kapitel 1 Titelschutz gemäß § 5 Markengesetz	1
A. Geschichte des Titelschutzes	1
B. Funktionen des Werktitels gemäß § 5 Markengesetz	2
I. Kein Werkschutz	2
II. Individualisierungsfunktion	2
III. Unterscheidungsfunktion	3
IV. Grundsätzlich keine Herkunftsfunktion	4
1. Rechtsprechung	4
2. Eigene Auffassung	4
C. Voraussetzungen für den Titelschutz gemäß § 5 Markengesetz	5
I. Als Werktitel schutzfähige Bezeichnungen	5
1. Der Begriff des Werktitels	5
2. Titelarten	6
a) Haupttitel	6
b) Untertitel	6
c) Titelkurzformen	6
3. Einzelfragen	7
a) Urheber- und Herausgebernamen	7
b) Internetadressen, Domains	7
c) Buchstabenkombinationen, Zahlen	8
d) Titel, die nicht aus Buchstaben oder Zahlen bestehen	9
e) Slogans	11
II. Kennzeichnungskraft	11
1. Niedrige Schutzanforderungen	12
2. Kriterien für und gegen ursprüngliche Kennzeichnungskraft	14
3. Beispiele aus der Rechtsprechung	18
a) Titel mit Kennzeichnungskraft	19
b) Titel ohne Kennzeichnungskraft	22
4. Kennzeichnungskraft und markenrechtliche Unterscheidungskraft	24
5. Kennzeichnungskraft und Unterscheidungskraft bei Unternehmenskennzeichen	26
6. Kennzeichnungskraft durch Verkehrsdurchsetzung	26
III. Titelschutzfähige Werke	29
1. Das Werk im titelschutzrechtlichen Sinn	29
a) Eigenständigkeit des titelschutzrechtlichen Werkbegriffs	30
b) Begriffsdefinition	30

2.	Titelschutzfähige Werkarten	33
a)	Druckschriften	33
b)	Filmwerke	36
c)	Tonwerke	38
d)	Bühnenwerke	40
e)	Sonstige Werkarten	42
3.	Teile von Werken und Werkreihen	48
a)	Werkteile	48
b)	Serien- und Reihentitel	48
IV.	Beginn des Titelschutzes	49
1.	Bestimmtes existierendes Werk	49
2.	Ingebrauchnahme	51
3.	Eigene Auffassung	52
4.	Titelschutzanzeige	53
a)	Interesse an einer frühzeitigen Titelbekanntgabe	54
b)	Wirkung der Titelschutzanzeige	55
c)	Frist zwischen Titelschutzanzeige und Benutzungsaufnahme	55
d)	Realisierungsstand des angekündigten Werkes	57
e)	Branchenübliche Ankündigung	58
f)	Kritik an dem Institut der Titelschutzanzeige	60
g)	Form und Inhalt der Titelschutzanzeige	62
h)	Titelschutzanzeigen durch Dritte	63
i)	Sammeltitelschutzanzeige	64
j)	Unbestimmte Werkart oder mehrere Werkarten	67
k)	Wiederholungsanzeige	68
l)	Ansprüche gegen den Titelschutzankündiger oder seinen Vertreter	69
5.	Benutzung im geschäftlichen Verkehr	74
6.	Titelmäßige Benutzung	76
7.	Befugte Benutzung	77
V.	Ende des Titelschutzes	77
1.	Verzicht oder ausdrückliche Benutzungsaufgabe	78
2.	Einzelfallprüfung	78
a)	Werkart	78
b)	Genre und Gegenstand des Werks	80
c)	Kennzeichnungskraft des Titels	81
d)	Erzwungene Unterbrechungen	81
e)	Weitere Anhaltspunkte	82
3.	Wegfall der Verkehrsdurchsetzung	82
4.	Änderung des Titels	82
5.	Änderung des Werks	83
6.	Ablauf des urheberrechtlichen Schutzes	83
D.	Inhaber des Titels	84
I.	Rechtsprechung	85
1.	Verfasser	85

2.	Herausgeber oder Verleger	85
3.	Mehrere Inhaber	86
II.	Literatur	87
III.	Eigene Auffassung	88
1.	Maßgeblichkeit der Benutzungshandlung	88
2.	Unabhängigkeit vom Urheberrecht	89
3.	Zentrale Benutzungshandlung	90
4.	Mehrere Titlberechtigte	91
5.	Verhältnis zwischen Urheber und Werknutzer	91
IV.	Vertragliche Regelung	91
E.	Reichweite des Titelschutzes.	92
I.	Schutz gegen Nutzungen im geschäftlichen Verkehr	92
II.	Schutz gegen kennzeichenmäßige Verwendung	92
III.	Räumlicher Schutzzumfang	94
IV.	Inhaltlicher Schutzzumfang: Verwechslungsgefahr	95
1.	Rechtsfrage	95
2.	Relevanter Verkehr	96
3.	Arten der Verwechslungsgefahr	97
a)	Unmittelbare Verwechslungsgefahr im engeren Sinn	97
b)	Unmittelbare Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn	97
c)	Mittelbare Verwechslungsgefahr	100
4.	Faktoren der Verwechslungsgefahr	102
5.	Verwechslungsgefahr zwischen Werktiteln	104
a)	Kennzeichnungskraft des älteren Werktitels	104
b)	Identität oder Ähnlichkeit der Werkarten, gedankliche Verbindung	105
aa)	Identisches Werk	105
bb)	Gleiche Werkart	109
cc)	Unterschiedliche Werkart	111
(1)	Werknähe	111
(2)	Fehlende Werknähe	114
c)	Zeichenähnlichkeit	115
6.	Titel öffentlich-rechtlicher Sendeanstalten	121
7.	Verwechslungsgefahr zwischen Werktiteln und anderen Zeichenverwendungen	122
a)	Titel gegen Waren- oder Dienstleistungsbezeichnung	122
b)	Titel gegen Unternehmenskennzeichen	123
c)	Titel gegen Marke	124
d)	Titel gegen Internetdomain	126
8.	Rechtsprechungsbeispiele zur Verwechslungsgefahr	128
a)	Verwechslungsgefahr bejaht	128
	Zeitschriften und Zeitungen	128
	Bücher	131
	Filme	132
	Radio- und Fernsehsendungen	132

Bühnenshows	133
Software	133
Zeitschrift und Internetauftritt	133
Hörfunksendung und Tonträger	134
Buch und Fernsehsendung	134
Fernsehsendung und Spiel	134
Titel gegen Waren-, Dienstleistungs- oder Unternehmensbezeichnungen	135
b) Verwechslungsgefahr verneint	135
Zeitschriften und Zeitungen	135
Bücher	138
Radio- und Fernsehsendungen	138
Buch und Film	138
Buch und Broschüre	139
Buch und Zeitschrift	139
Fernshow und Computerspielesammlung	139
Zeitschrift und Unternehmensbezeichnung	140
Fernsehserie und Getränke sowie Schmuck	140
Zeitschrift und Schuhe	141
V. § 15 III Markengesetz	141
1. Abgrenzung zur unmittelbaren Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn	142
2. Voraussetzungen des § 15 III Markengesetz	142
a) Bekanntheit	142
b) Gedankliche Verknüpfung	144
c) Art der Benutzung	146
d) Ausnutzen oder Beeinträchtigen der Wertschätzung	146
e) Unlauterkeit und fehlender rechtlicher Grund	147
VI. Ansprüche aus dem Werktitelrecht	148
1. Unterlassung	148
2. Auskunft	148
3. Schadensersatz/Bereicherung	149
4. Beseitigung	150
5. Vernichtung	150
6. Rückruf	150
7. Vorlage und Besichtigung	150
8. Urteilsveröffentlichung	151
F. Werktitel im Rechtsverkehr	151
I. Rechtsübergang des Werktitels	151
1. Übertragung gemeinsam mit dem Werk	151
2. Isolierte Übertragung des Titels	152
II. Lizenzierung von Werktiteln	153
III. Belastung von Werktiteln	154

Kapitel 2	Markenrechtlicher Schutz von Werktiteln	155
A.	Markenschutzzfähigkeit von Werktiteln	155
B.	Verhältnis zwischen Marken- und Titelschutz	156
I.	Nebeneinander von Marke und Titel	156
II.	Unterschiede zwischen Marke und Titel	157
C.	Waren- und Dienstleistungsverzeichnis	158
D.	Markenformen	159
E.	Absolute Schutzvoraussetzungen	160
I.	Unterscheidungskraft	160
II.	Freihaltebedürfnis	164
III.	Disclaimer	164
IV.	Verkehrsdurchsetzung	166
V.	Rechtsprechungsbeispiele	167
1.	Als Marke schutzzfähige Titel	168
2.	Als Marke nicht schutzzfähige Titel	171
F.	Benutzung	174
G.	Erwerb des Markenschutzes	176
H.	Wirkung der Marke	179
I.	Allgemeines	179
II.	Marke gegen Titel	179
1.	Rechtsprechung	179
2.	Literatur	181
3.	Eigene Auffassung	181
Kapitel 3	Sonstige Möglichkeiten des Titelschutzes	183
A.	Unternehmenskennzeichen	183
B.	Namensrecht	184
C.	Urheberrecht	184
D.	Wettbewerbsrecht	185
Kapitel 4	Welche Rechte kann ein Titel verletzen?	189
A.	Kennzeichen- und Namensrechte	189
B.	Wettbewerbsrecht	190
C.	Urheber- oder Designrecht	191

Kapitel 5 Titelschutzstreitigkeiten	193
A. Aktivstreitigkeiten	193
I. Begehungs- oder Wiederholungsgefahr	193
II. Abmahnung	194
III. Gerichtliche Geltendmachung	195
B. Passivstreitigkeiten	197
I. Einwendungen	197
1. Prioritätsälteres Recht	197
2. Beschreibende Benutzung	197
3. Verjährung	198
4. Verwirkung	199
5. Erschöpfung	199
II. Prozessuale Schritte und Reaktionsmöglichkeiten	199
C. Kosten	200
D. Mitwirkung eines Patentanwalts	201
 Kapitel 6 Grenzüberschreitende Werknutzung	 203
A. Schutz ausländischer Werktitel in Deutschland	203
B. Titelschutz im Ausland	205
I. Österreich	205
1. Titelschutz gemäß § 80 UrhG und § 9 UWG	205
2. Markenrecht	209
3. Sonstige Möglichkeiten des Titelschutzes	209
a) Urheberrecht	209
b) Namensrecht	210
c) Unternehmenskennzeichen	210
II. Schweiz	210
1. Kein besonderer Titelschutz	210
2. Markenrecht	210
3. Sonstige Möglichkeiten des Titelschutzes	210
a) Urheberrecht	210
b) Wettbewerbsrecht	211
c) Namensschutz	211
III. USA	212
1. Kein besonderes Titelschutzrecht	212
2. Markenrecht	212
a) Grundsätze des US-Markenrechts	212
b) Titel von Einzelwerken	213
c) Titel von Serien und periodisch wiederkehrenden Werken	214
3. Sonstige Möglichkeiten des Titelschutzes	214
a) Urheberrecht	214

b) Wettbewerbsrecht	215
IV. Titelschutz in weiteren europäischen Ländern	215
1. Länder mit besonderem Titelschutz	215
a) Schweden	215
b) Dänemark	216
2. Länder ohne besonderen Titelschutz	216
Anhang	217
A. Verzeichnis von Titelschutzmedien	217
B. Muster	218
I. Titelschutzanzeigen	218
II. Abmahnung wegen Titelschutzanzeige (Begehungsfahr)	219
III. Abmahnung (Wiederholungsgefahr)	220
IV. Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung	220
V. Schutzschrift	221
VI. Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung	222
C. Vorschläge für Waren- und Dienstleistungsverzeichnisse von Marken	223
I. Medienklassen	223
II. Merchandisingklassen	223
1x1 des Werktitelschutzes in Fragen und Antworten	225
Entscheidungsregister	231
Stichwortverzeichnis	249