

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis XIII

Literatur XVII

A. Wettbewerbsordnung der Bundesrepublik Deutschland 1

 I. Schutzobjekte des Kartell- und Wettbewerbsrechts 1

 II. Der Gewerbliche Rechtsschutz 2

 III. Einfluss des Europäischen Gemeinschaftsrechts 4

 1. Freier Waren- und Dienstleistungsverkehr 4

 2. Die Bedeutung von Verordnungen und Richtlinien 5

 a) Wirkung von Verordnungen und Richtlinien 5

 b) Stand der Harmonisierung 6

 IV. Territorialitätsprinzip und anwendbares Recht 8

B. Besonderheiten bei der Durchsetzung von Ansprüchen 10

 I. Die Ansprüche 10

 1. Unterlassungsanspruch 10

 a) Verletzungsunterlassungsanspruch 10

 b) Vorbeugender Unterlassungsanspruch 11

 2. Beseitigungsanspruch 11

 3. Schadensersatzanspruch 12

 a) Verschulden 12

 b) Konkrete Schadensberechnung 12

 c) Dreifache Schadensberechnung 12

 4. Bereicherungsanspruch 13

 5. Ansprüche auf Auskunft und Rechnungslegung 14

 a) Akzessorischer Anspruch (§ 242 BGB) 14

 b) Selbstständiger Anspruch auf Auskunft über Herkunft und Vertriebswege 14

 6. Anspruch auf Vorlage, Besichtigung von Sachen 15

 7. Anspruch auf Gewinnabschöpfung 15

 8. Anspruch auf Urteilsbekanntmachung 16

 II. Gläubiger und Schuldner der Ansprüche 16

 1. Aktivlegitimation 16

 a) Unmittelbar Verletzter, Mitbewerber 16

 b) Erweiterte Klagebefugnis nach § 8 Abs. 3 Nr. 2–4 UWG 18

 2. Passivlegitimation 19

 a) Täter und Teilnehmer 19

 b) Erweiterte Haftung von Nichttätern und -teilnehmern 20

 c) Haftung für fremdes Verhalten 23

 d) Schuldner des Schadensersatzanspruchs 24

 III. Die außergerichtliche Durchsetzung der Ansprüche 24

 1. Die Abmahnung 24

 a) Voraussetzungen 24

 b) Rechtsfolgen 25

 2. Die Unterwerfung 26

 a) Beseitigung der Wiederholungsgefahr 26

 b) Der Unterwerfungsvertrag 26

 IV. Die gerichtliche Durchsetzung der Ansprüche 28

1. Zulässigkeitsfragen	28
a) Rechtsweg und Zuständigkeit	28
b) Klagebefugnis	30
c) Rechtsschutzbedürfnis	30
2. Besonderheiten im Zusammenhang mit dem Streitgegenstand	30
a) Streitgegenstand	30
b) Zulässigkeitsfragen	31
c) Begründetheitsfragen	32
3. Streitwert	32
4. Das Verfahren der einstweiligen Verfügung	33
a) Zulässigkeit	33
b) Begründetheit	33
c) Entscheidung und Vollziehung	34
d) Rechtsbehelfe des Antragsgegners	35
e) Abschlussverfahren	35
f) Schadensersatz nach § 945 ZPO	36
5. Zwangsvollstreckung	36
C. Kartellrecht	37
I. Überblick	37
1. Funktionen des Kartellrechts	37
2. Verhältnis zwischen europäischem und nationalem Kartellrecht	38
a) Zwischenstaatlichkeitsklausel	38
b) Verhältnis bei Fällen mit EU-Bezug	38
3. Sachlicher Geltungsbereich des Kartellrechts	39
II. Verbot wettbewerbsbeschränkender Vereinbarungen (§ 1 GWB, Art. 101 AEUV)	39
1. Grundzüge	39
2. Tatbestandsvoraussetzungen	40
a) Verbotsadressat	40
b) Verbotenes Verhalten	41
c) Wettbewerbsbeschränkung	42
d) Spürbarkeit	43
e) Keine immanente Schranke	43
3. Keine Freistellung vom Kartellverbot	44
a) Gruppenfreistellungsverordnungen	44
b) Besondere Freistellungstatbestände des GWB	46
c) Einzelfreistellung	47
4. Rechtsfolgen bei Verstößen gegen das Kartellverbot	48
a) Zivilrechtliche Folgen	48
b) Öffentlich-rechtliche Folgen	49
III. Machtmissbrauch (§§ 18 ff. GWB, Art. 102 AEUV)	49
1. Grundzüge	49
2. Verbotenes Verhalten von marktbeherrschenden Unternehmen (§§ 18, 19 GWB, Art. 102 AEUV)	50
a) Feststellung des relevanten Markts	50
b) Marktbeherrschende Stellung	51
c) Verbotenes Verhalten	52
d) Rechtsfolgen	53
3. Verbotenes Verhalten von Unternehmen mit relativer oder überlegener Marktmacht (§ 20 GWB)	53
a) Verbotsadressat	53
b) Verbotenes Verhalten	53
c) Rechtsfolgen	54
4. Allgemeingültige Verbote (§ 21 GWB)	54
a) Boykottverbot (§ 21 Abs. 1 GWB)	54
b) Sonstige Verbote	55
IV. Fusionskontrolle	55

1. Voraussetzungen	56
a) Aufgreifkriterien	56
b) Eingreifkriterien	56
2. Verfahren	56
D. Lauterkeitsrecht	58
I. Überblick	58
II. Geschäftliche Handlung	59
1. Verhaltensbezug	59
2. Unternehmensbezug	60
3. Wettbewerbsbezug	60
III. Unlauterkeit	61
1. „Schwarze Liste“	61
2. Die Fallbeispiele des § 4 UWG	63
a) Unangemessene unsachliche Beeinflussung (Nr. 1)	63
b) Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit (Nr. 2)	65
c) Schleichwerbung (Nr. 3)	65
d) Gewährung von Zuwendungen ohne Angabe der Bedingungen (Nr. 4)	66
e) Transparenzgebot bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen (Nr. 5)	66
f) Kopplungsverbot bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen (Nr. 6)	67
g) Herabsetzung eines Mitbewerbers (Nr. 7)	67
h) Anschwärzung (Nr. 8)	67
i) Ausbeutung (ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz, Nr. 9)	68
j) Gezielte Behinderung (Nr. 10)	70
k) Rechtsbruch (Nr. 11)	72
3. Irreführende geschäftliche Handlungen (§§ 5, 5a UWG)	75
a) Angaben	76
b) Irreführung	76
c) Irreführung durch Unterlassen (§ 5a UWG)	79
d) Interessenabwägung	80
e) Darlegungs- und Beweislast	80
4. Vergleichende Werbung (§ 6 UWG)	81
a) Anwendungsbereich (Abs. 1)	81
b) Verhältnis zu anderen Vorschriften	82
c) Unlauterkeitskriterien (Abs. 2)	82
5. Generalklauseln (§ 3 Abs. 1 und 2 UWG)	83
a) Verbrauchergeneralklausel	84
b) Allgemeine Generalklausel	84
IV. Geschäftliche Relevanz	85
1. Notwendigkeit und „Ort“ der Prüfung	85
2. Maßstab der Prüfung	85
V. Sondertatbestände	86
1. Unzumutbare Belästigungen (§ 7 UWG)	86
a) Allgemeines	86
b) Spezialtatbestände (§ 7 Abs. 2 UWG)	87
c) Generalklausel (§ 7 Abs. 1 UWG)	88
2. Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen (§ 17 UWG)	88
a) Objektiver Tatbestand	89
b) Subjektiver Tatbestand	89
c) Rechtsfolgen	89
VI. Wettbewerbsrechtliche Einwendungen und Einreden	89
1. Abwehr	89
2. Verjährung (§ 11 UWG)	90
3. Verwirkung	90
4. Unclean-hands-Einwand	90
VII. Checkliste: Wettbewerbsprozess	91

E. Marken- und Kennzeichnungsrecht	92
I. Überblick	92
II. Markenrecht	93
1. Markenfähigkeit	94
2. Erwerb, Inhaberschaft und Verlust des Markenschutzes	94
a) Eingetragene Marke	94
b) Markenschutz kraft Verkehrsgeltung	96
c) Notorisch bekannte Marke	96
3. Wirkung des Schutzrechts	97
4. Benutzung der Marke	97
a) Benutzungshandlung	97
b) Markenmäßige Benutzung	98
5. Eingriff in das Markenrecht	99
a) Identitätsschutz (§ 14 Abs. 2 Nr. 1 MarkenG)	99
b) Verwehlungschutz (§ 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG)	100
c) Bekanntheitschutz (§ 14 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG)	102
6. Ohne Zustimmung des Markeninhabers	103
7. Einwendungen und Einreden des Verletzers	103
a) Einrede des besseren Rechts und Koexistenzlagen	103
b) Einwand des Rechtsmissbrauchs und der Verwirkung	104
c) Bestandskraft der Eintragung einer Marke mit jüngerem Zeitrang nach § 22 MarkenG	104
d) Benutzung von Namen und beschreibenden Angaben, Ersatzteilgeschäft	105
e) Einwand der Erschöpfung	105
f) Einrede der Verjährung	106
g) Einrede der mangelnden Benutzung	106
h) Einrede der Löschungsreife	107
8. Die Marke im Rechtsverkehr	107
9. Ansprüche wegen Markenrechtsverletzung	108
III. Schutz geschäftlicher Bezeichnungen	108
1. Erwerb, Inhaberschaft und Verlust des Kennzeichnungsschutzes	108
a) Unternehmenskennzeichen	108
b) Werktitel	110
2. Wirkung des Schutzrechts	111
3. Einwendungen und Einreden des Verletzers	111
IV. Geographische Herkunftsangaben	112
V. Checkliste: Marken- und Kennzeichenverletzungsprozess (Unterlassungsanspruch)	112
F. Patent- und Gebrauchsmusterrecht	115
I. Patentrecht	115
1. Erwerb, Inhaberschaft und Ende des Patentschutzes	115
a) Patentfähigkeit	115
b) Erwerb des Patentrechts	117
c) Rechteinhaber	118
d) Ende des Patentschutzes	118
2. Wirkungen des Patentrechts	118
a) Wirkungen der Patentanmeldung	118
b) Wirkungen des Patents und Schutzzumfang	119
3. Einwendungen und Einreden	120
4. Das Patentrecht im Rechtsverkehr	120
II. Checkliste: Patentverletzungsprozess (Schadensersatzfeststellung)	121
III. Gebrauchsmusterrecht	122
G. Urheberrecht	123
I. Erwerb, Inhaberschaft und Verlust des Urheberrechts	123

1. Das urheberrechtlich geschützte Werk	123
a) Geistiger Gehalt	124
b) Individualität	125
2. Urheberschaft	125
3. Ende des Urheberrechts	126
II. Inhalt des Urheberrechts	126
1. Urheberpersönlichkeitsrecht	126
a) Veröffentlichungsrecht (§ 12 UrhG)	126
b) Recht der Anerkennung der Urheberschaft (§ 13 UrhG)	126
c) Änderungsverbot (§§ 14, 39 UrhG)	127
2. Verwertungsrechte	127
a) System der Verwertungsrechte	127
b) Begriff der Öffentlichkeit	127
c) Vervielfältigungsrecht (§ 16 UrhG)	128
d) Verbreitungsrecht (§ 17 UrhG)	128
e) Recht der öffentlichen Zugänglichmachung (§ 19a UrhG)	129
f) Senderecht (§§ 20 – 20b UrhG)	130
3. Bearbeitungsrecht und freie Benutzung	130
4. Vergütungsansprüche	131
5. Schranken des Urheberrechts	131
a) Zitatrecht (§ 51 UrhG)	132
b) Vervielfältigung zum privaten und sonstigen eigenen Gebrauch (§ 53 UrhG)	132
III. Rechtsfolgen der Urheberrechtsverletzung	132
IV. Urheberrecht im Rechtsverkehr	133
1. Einräumung von Nutzungsrechten	133
2. Verfügung über Nutzungsrechte	134
3. Urhebervetragsrecht	134
V. Verwandte Schutzrechte	135
VI. Internationales Urheberrecht	136
VII. Checkliste: Urheberrechtsprozess (Auskunftsklage für Schadensersatzanspruch)	136
 H. Design- und Geschmacksmusterrecht	 138
I. Eingetragenes Design	138
1. Erwerb, Dauer und Inhaberschaft	138
2. Inhalts und Durchsetzung des Rechts	139
II. Gemeinschaftsgeschmacksmuster	140
 Anhang	 141
Lösungsskizze zu Fall 1:	141
Lösungsskizze zu Fall 2:	142
Lösungsskizze zu Fall 3:	144
Lösungsskizze zu Fall 4:	145
Lösungsskizze zu Fall 5:	147
Lösungsskizze zu Fall 6:	148
Lösungsskizze zu Fall 7 (BGH GRUR 1996, 210 ff. – Vakuumpumpen):	150
Lösungsskizze zu Fall 8:	152
Lösungsskizze zu Fall 9:	154
Lösungsskizze zu Fall 10 (OLG Nürnberg WRP 1996, 242 – Hotel am Stadtpark):	155
Lösungsskizze zu Fall 11:	157
Lösungsskizze zu Fall 12:	159
Lösungsskizze zu Fall 13:	162
Lösungsskizze zu Fall 14 (BGH GRUR 1986, 803 – Formstein):	163
Lösungsskizze zu Fall 15:	164
Lösungsskizze zu Fall 16:	168
 Stichwortverzeichnis	 171