

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
1.1 Terminologie	4
1.2 Aufbau der Darstellung	6
1.3 Schwerpunkte	7
Literatur	7
2 Kennzeichen	9
2.1 Übersicht	9
2.2 Marken	9
2.2.1 Begriff	9
2.2.2 Geschichte	13
2.2.3 Grundlagen	13
2.2.4 Markenarten	15
2.3 Geschäftliche Bezeichnungen	28
2.3.1 Unternehmenskennzeichen	28
2.3.2 Werktitel	31
2.4 Geographische Herkunftsangaben	32
2.4.1 Einfache geographische Herkunftsangaben	32
2.4.2 Qualifizierte geographische Herkunftsangaben	32
2.4.3 Geographische Herkunftsangaben mit besonderem Ruf	33
2.4.4 Gattungsbezeichnungen	34
Literatur	35
3 Urheberrechte und verwandte Schutzrechte	37
3.1 Übersicht	37
3.2 Urheberrechte	38

3.2.1	Begriff	38
3.2.2	Geschichte	39
3.2.3	Grundlagen	39
3.3	Computerprogramme	41
3.4	Verwandte Schutzrechte	43
3.4.1	Wissenschaftliche Ausgaben	43
3.4.2	Nachgelassene Werke	43
3.4.3	Lichtbilder	44
3.4.4	Leistungen ausübender Künstler	44
3.4.5	Veranstaltung von Darbietungen	45
3.4.6	Herstellung von Tonträgern	45
3.4.7	Herstellung von Funksendungen	46
3.4.8	Herstellung von Datenbanken	46
3.4.9	Herstellung eines Presseerzeugnisses	47
3.4.10	Produktion von Filmwerken und Laufbildern	48
Literatur		49
4	Design	51
4.1	Begriff	51
4.2	Geschichte	51
4.3	Grundlagen	52
Literatur		53
5	Patente und Gebrauchsmuster	55
5.1	Begriff	55
5.2	Geschichte	55
5.3	Grundlagen	56
5.3.1	Erzeugnispatente	58
5.3.2	Verfahrenspatente	59
5.3.3	Abhängige Patente	59
5.3.4	Gebrauchsmuster	60
Literatur		62
6	Internationale Schutzrechte	63
6.1	Pariser Verbandsübereinkunft (PVÜ)	63
6.2	Übereinkommen über handelsbezogene Aspekte der Rechte des Geistigen Eigentums (TRIPS)	64
6.3	Weltorganisation für Geistiges Eigentum (WIPO)	64
6.4	Internationale Marken	65
6.5	Gemeinschaftsmarken	66
6.6	Internationale Muster und Modelle	67
6.7	Gemeinschaftsgeschmacksmuster	67

6.8	Europäische geographische Angaben und Ursprungsbezeichnungen	67
6.9	Internationale Patentanmeldungen	68
6.10	Europäische Patente	68
6.11	Europäische Patente mit einheitlicher Wirkung	69
6.12	Internationaler Urheberrechtsschutz	70
7	Entstehung von Schutzrechten	71
7.1	Entstehung durch Anmeldung und Registrierung	71
7.2	Entstehung durch Benutzung und Erlangung von Verkehrsgeltung	72
7.3	Entstehung durch notorische Bekanntheit	73
7.4	Entstehung durch Benutzung	73
7.5	Entstehung durch Schöpfung	74
	Literatur	75
8	Eintragungs- und Löschungsverfahren	77
8.1	Marken	77
8.1.1	Erforderliche Angaben	77
8.1.2	Verfahren	77
8.1.3	Kosten	78
8.2	Gemeinschaftsmarken	79
8.2.1	Erforderliche Angaben	79
8.2.2	Verfahren	79
8.2.3	Kosten	80
8.3	Patente	80
8.3.1	Erforderliche Angaben	80
8.3.2	Verfahren	82
8.3.3	Kosten	83
8.4	Gebrauchsmuster	83
8.4.1	Erforderliche Angaben	83
8.4.2	Verfahren	83
8.4.3	Kosten	83
8.5	Design	84
8.5.1	Erforderliche Angaben	84
8.5.2	Verfahren	84
8.5.3	Kosten	84
9	Prioritätsprinzip	85
9.1	Begriff	85
9.2	Definition der Neuheit	86
9.3	Ausländische Priorität	87
9.4	Ausstellungspriorität	88
9.5	Seniorität	88

10 Schutzbereich und Verletzung	91
10.1 Schutzbereich einer Marke	91
10.1.1 Benutzung identischer Zeichen für identische Waren oder Dienstleistungen	91
10.1.2 Benutzung verwechselbar ähnlicher Zeichen	92
10.1.3 Benutzung eines Zeichens, das mit einer bekannten Marke identisch oder ihr ähnlich ist	96
10.2 Schutzbereich eines Urheberrechts	97
10.2.1 Unabhängiges Werk	98
10.2.2 Vervielfältigung	98
10.2.3 Bearbeitung	99
10.2.4 Freie Benutzung	100
10.3 Schutzbereich eines Designs	100
10.4 Schutzbereich eines Patents oder Gebrauchsmusters	102
10.4.1 Wortsinnsgemäße Patentverletzung	102
10.4.2 Äquivalente Verletzung	103
10.4.3 Mittelbare Verletzung	104
Literatur	105
11 Schutzzgrenzen	107
11.1 Verjährung	107
11.2 Verwirklung	108
11.3 Erschöpfung	109
11.4 Markenrechtliche Besonderheiten	111
11.4.1 Markenrechtliche Grenzen der Erschöpfung	111
11.4.2 Benutzung des eigenen Namens	112
11.4.3 Benutzung von beschreibenden Angaben	113
11.4.4 Benutzung von Bestimmungsangaben	113
11.4.5 Mangelnde Benutzung der Marke	114
11.5 Urheberrechtliche Besonderheiten	114
11.5.1 Urheberrechtliche Besonderheiten der Erschöpfung	114
11.5.2 Zitate	115
11.5.3 Privater Gebrauch	116
11.5.4 Sonstiger eigener Gebrauch	118
11.5.5 Vorübergehende Vervielfältigungshandlungen	118
11.5.6 Sonstige Einschränkungen im öffentlichen Interesse	120
11.6 Patentrechtliche Besonderheiten	120
Literatur	121
12 Übertragung und Lizenzierung	123
12.1 Übertragung	123
12.2 Lizenzierung	124

12.2.1 Ausschließliche Lizenz	124
12.2.2 Alleinige Lizenz	124
12.2.3 Einfache Lizenz	124
12.2.4 Geltungsbereich der Lizenz	125
12.2.5 Übertragbarkeit der Lizenz	126
12.2.6 Unterlizenzierung	126
12.2.7 Lizenzen in der Insolvenz	126
12.2.8 Kartellrechtliche Besonderheiten	127
Literatur	130
13 Arbeitnehmer und Geistiges Eigentum	131
13.1 Arbeitnehmererfindungen	131
13.1.1 Inanspruchnahme von Erfindungen	132
13.1.2 Vergütung bei Inanspruchnahme von Erfindungen	133
13.2 Computerprogramme	135
13.3 Sonstige urheberrechtlich geschützte Werke	135
13.4 Sonstiges Geistiges Eigentum	136
14 Erlöschen von Schutzrechten	139
14.1 Verzicht	139
14.2 Zeitablauf	139
14.2.1 Marken	140
14.2.2 Urheberrechte und verwandte Schutzrechte	141
14.2.3 Design	141
14.2.4 Patente und Gebrauchsmuster	144
14.3 Löschung	144
15 Lauterkeitsrecht	147
15.1 Übersicht	147
15.2 Geschichte	149
15.3 Der Maßstab des Durchschnittsverbrauchers	150
15.3.1 Informiertheit des Verbrauchers	151
15.3.2 Aufmerksamkeit des Verbrauchers	152
15.3.3 Verständigkeit des Verbrauchers	152
15.4 Gesetzesaufbau	153
15.5 Geschäftliche Handlung	156
15.6 Die schwarze Liste	156
15.6.1 Angebliche Unterzeichnung eines Verhaltenskodex (Nr. 1)	157
15.6.2 Verwendung von Gütezeichen, -Qualitätskennzeichen oder Ähnlichem ohne die erforderliche Genehmigung (Nr. 2)	157

15.6.3	Angebliche Billigung eines Verhaltenskodex von einer öffentlichen oder anderen Stelle (Nr. 3)	157
15.6.4	Billigung einer geschäftlichen Handlung oder einer Ware oder Dienstleistung durch eine öffentliche Stelle (Nr. 4)	158
15.6.5	Lockangebote(Nr. 5)	158
15.6.6	Versuch, andere Waren oder Dienstleistungen abzusetzen (Nr. 6)	159
15.6.7	Veranlassen zu einer sofortigen geschäftlichen Entscheidung (Nr. 7)	160
15.6.8	Erbringung einer Leistung in einer anderen Sprache (Nr. 8)	161
15.6.9	Verkehrsfähigkeit der Ware oder Dienstleistung (Nr. 9)	161
15.6.10	Gesetzlich bestehende Rechte (Nr. 10)	162
15.6.11	Einsatz redaktioneller Inhalte zu Zwecken der Verkaufsförderung (Nr. 11)	162
15.6.12	Gefahr für die persönliche Sicherheit des Verbrauchers oder seiner Familie (Nr. 12)	163
15.6.13	Täuschung über die betriebliche Herkunft der beworbenen Ware oder Dienstleistung (Nr. 13)	163
15.6.14	Schneeballsystem (Nr. 14)	163
15.6.15	Geschäftsaufgabe oder -verlegung (Nr. 15)	164
15.6.16	Gewinnchancen bei einem Glücksspiel (Nr. 16)	164
15.6.17	Auslobung eines vermeintlichen Preises oder eines sonstigen Vorteils (Nr. 17)	164
15.6.18	Vermeintliche Heilung von Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen (Nr. 18)	165
15.6.19	Marktbedingungen oder Bezugsquellen (Nr. 19)	165
15.6.20	Angebot eines Gewinnspiels oder Preisausschreibens ohne Vergabe der ausgelobten Preise (Nr. 20)	166
15.6.21	Angebot einer Ware oder Dienstleistung als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder dergleichen (Nr. 21)	166
15.6.22	Übermittlung von Werbematerial unter Beifügung einer Zahlungsaufforderung (Nr. 22)	167
15.6.23	Erwecken des Eindrucks der Handlung nicht für Zwecke des Geschäfts, Handels, Gewerbes- oder Berufs, oder der Verbrauchereigenschaft (Nr. 23)	167
15.6.24	Erwecken des Eindrucks, ein Kundendienst sei in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union verfügbar (Nr. 24)	168

15.6.25	Erwecken des Eindrucks, bestimmte Räumlichkeiten könnten ohne den vorherigen Abschluss eines Vertrages nicht verlassen werden (Nr. 25)	168
15.6.26	Nichtbeachtung einer Aufforderung zum Verlassen der Wohnung (Nr. 26)	169
15.6.27	Hinderung an der Durchsetzung von vertraglichen Rechten aus einem Versicherungsverhältnis (Nr. 27)	169
15.6.28	Unmittelbare Aufforderung an Kinder (Nr. 28)	170
15.6.29	Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter Waren oder Dienstleistungen (Nr. 29)	171
15.6.30	Vermeintliche Gefährdung des Arbeitsplatzes oder Lebensunterhaltes des Unternehmers (Nr. 30)	172
15.7	Die Liste mit Beispielen unlauterer geschäftlicher Handlungen gemäß § 4 UWG	172
15.7.1	Beeinträchtigung der Entscheidungsfreiheit durch unangemessene unsachliche Beeinflussung § 4 Nr. 1 UWG	173
15.7.2	Ausnutzung besonderer Umstände, § 4 Nr. 2 UWG	175
15.7.3	Tarnung von Werbemaßnahmen, § 4 Nr. 3 UWG	176
15.7.4	Transparenz der Bedingungen für die Inanspruchnahme von Verkaufsförderungsmaßnahmen, § 4 Nr. 4, 5 und 6 UWG	178
15.7.5	Herabsetzung und Verunglimpfung von Wettbewerbern, § 4 Nr. 7 UWG	180
15.7.6	Anschwärzung, § 4 Nr. 8 UWG	181
15.7.7	Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz, § 4 Nr. 9 UWG	181
15.7.8	Behinderung, § 4 Nr. 10 UWG	186
15.7.9	Verstoß gegen eine Marktverhaltensregel, § 4 Nr. 11 UWG	194
15.8	Irreführende geschäftliche Handlungen	194
15.8.1	Begriff	194
15.8.2	Maßstab	195
15.8.3	Wettbewerbliche Relevanz	197
15.8.4	Arten der Irreführung	199
15.8.5	Gegenstand der Irreführung	205
15.9	Vergleichende Werbung	214
15.9.1	Begriff	214
15.9.2	Maßstab	215
15.9.3	Voraussetzungen rechtmäßiger vergleichender Werbung	217
15.10	Aggressive Geschäftspraktiken	224
15.10.1	Unzumutbare Belästigung, § 7 Abs. 1 S. 1 UWG	225

15.10.2	Sonstige erkennbar unerwünschte Fernabsatzwerbung, § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG	228
15.11	Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen	229
15.11.1	Allgemeine Geheimhaltungsmaßnahmen	230
15.11.2	Geheimnisverrat, § 17 Abs. 1 UWG	231
15.11.3	Betriebsspionage, § 17 Abs. 2 Nr. 1 UWG	232
15.11.4	Geheimnisverwertung, § 17 Abs. 2 Nr. 2 UWG	232
15.11.5	Internationaler Schutz	232
15.12	Sonstige unlautere geschäftliche Handlungen	233
Literatur	235
16	Ansprüche	237
16.1	Aktivlegitimation	237
16.1.1	Aktivlegitimation im Bereich des Geistigen Eigentums	238
16.1.2	Aktivlegitimation im Bereich des Lauterkeitsrechts	238
16.2	Passivlegitimation	242
16.2.1	Täter	242
16.2.2	Teilnehmer	243
16.2.3	Unternehmensinhaber	243
16.3	Vorlage und Besichtigung	245
16.4	Unterlassung	246
16.4.1	Ordnungsmittel	246
16.4.2	Wiederholungsgefahr	247
16.4.3	Verschulden	247
16.4.4	Begehungsgefahr	247
16.5	Beseitigung	248
16.6	Urteilsbekanntmachung	249
16.7	Vernichtung	250
16.8	Rückruf	251
16.9	Schadensersatz	251
16.9.1	Verschulden	252
16.9.2	Schadensberechnung	253
16.9.3	Besonderheiten des Schadensersatzanspruchs im Lauterkeitsrecht	256
16.10	Auskunft	258
16.10.1	Allgemeiner Auskunftsanspruch	258
16.10.2	Anspruch auf Auskunft über und durch Dritte	260
16.10.3	Besonderheiten des Auskunftsanspruchs im Lauterkeitsrechts	261
16.11	Rechnungslegung	262
16.12	Kostenerstattung	262
Literatur	263

17 Verfahren	265
17.1 Berechtigungsanfrage	265
17.2 Abmahnung	266
17.2.1 Definition und Rechtsnatur	266
17.2.2 Inhalt	267
17.2.3 Form	269
17.2.4 Rechtsfolgen	269
17.2.5 Unberechtigte Abmahnung	270
17.2.6 Unterlassungserklärung	273
17.2.7 Negative Feststellungsklage	278
17.2.8 Abgrenzungsvereinbarung	278
17.3 Einstweilige Verfügung	279
17.3.1 Verfügungsgrund	280
17.3.2 Verfügungsanspruch	281
17.3.3 Glaubhaftmachung	281
17.3.4 Verfahren	281
17.3.5 Zustellung	283
17.3.6 Schadensersatz bei ungerechtfertigter einstweiliger Verfügung	283
17.3.7 Abschlussverfahren	284
17.4 Klage	285
17.5 Strafrechtliche Verfahren	286
Literatur	286
18 Schutz vor Produktpiraterie	287
18.1 Begriff	287
18.2 Auswirkungen	287
18.3 Schutzmöglichkeiten	288
18.3.1 Technische Maßnahmen	288
18.3.2 Aufklärung	289
18.3.3 Rechtliche Maßnahmen	290
19 Geistiges Eigentum und Lauterkeitsrecht in der Due Diligence	295
Literatur	299
Sachverzeichnis	301