

Inhaltsübersicht

Vorwort	VII
Inhaltsverzeichnis	XI
<i>Einleitung</i>	1
Erster Teil: Grundlagen	7
<i>Kapitel 1: Meinungsstand</i>	9
<i>Kapitel 2: Wertungswidersprüche im inneren System der Rechtsordnung</i>	34
<i>Kapitel 3: Norm- und Normkomplexkollisionen</i>	50
Zweiter Teil: Die Kollision von Urheberrecht und Lauterkeitsrecht	77
<i>Kapitel 4: Zweck des Lauterkeitsrechts</i>	79
<i>Kapitel 5: Zwecke des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte</i>	95
<i>Kapitel 6: Konkurrenz zwischen Urheberrecht und Lauterkeitsrecht</i>	134
Dritter Teil: Die Kollision des Urheberrechts mit den einzelnen Unlauterkeitstatbeständen	137
<i>Kapitel 7: Güterzuordnungsrelevante Unlauterkeitstatbestände</i>	139
<i>Kapitel 8: Die übrigen Unlauterkeitstatbestände</i>	229
<i>Kapitel 9: Konkurrenz von Urheberrecht und Unlauterkeitstatbeständen</i> ..	241
Vierter Teil: Wertungswidersprüche in bestimmten Fällen	245
<i>Kapitel 10: Prämissen</i>	247

<i>Kapitel 11: Reprint gemeinfreier Werke</i>	250
<i>Kapitel 12: Journalistische Inhalte.....</i>	296
<i>Kapitel 13: Literarische Inhalte.....</i>	344
<i>Kapitel 14: Character Merchandising</i>	371
<i>Kapitel 15: Wissenschaftliche Inhalte und Plagiat</i>	387
<i>Kapitel 16: Produktgestaltungen</i>	411
<i>Kapitel 17: Digitale Verweise.....</i>	428
<i>Kapitel 18: Vergleichende Werbung</i>	446
<i>Zusammenfassung</i>	455
<i>Literaturverzeichnis</i>	467
<i>Sachregister</i>	487

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	VII
<i>Einleitung</i>	1
A. Vom Gehilfen zum Gefährder	1
B. Ziel der Arbeit.....	3
C. Nebenerträge	4
D. Gang der Untersuchung.....	5
Erster Teil: Grundlagen	7
<i>Kapitel 1: Meinungsstand</i>	9
A. Urheberrecht und UWG-Leistungsschutz.....	9
I. Mittelbarer Leistungsschutz bzw. Nachahmungsschutz	10
1. Vorrangthese.....	10
2. Gleichrangthese	13
a) Unabhängigkeitstheorie.....	14
b) Theorie der sanften Wertungseinheit.....	16
c) Theorie der robusten Wertungseinheit	20
3. Die besonderen Umstände	22
II. Unmittelbarer Leistungsschutz bzw. Investitionsschutz.....	24
1. Existenz unmittelbaren Leistungsschutzes.....	24
2. Verhältnis zum Immaterialgüterrecht	28
III. Güterzuordnungszweck als Gretchenfrage	28
B. Gezielte Behinderung und Urheberrecht	30
C. Rechtsbruch und Urheberrecht	31
D. Sonstige Unlauterkeitstatbestände.....	33
<i>Kapitel 2: Wertungswidersprüche im inneren System der Rechtsordnung</i> ... 34	34
A. Das innere System – Recht als Ordnung	34
B. Wertungswidersprüche.....	37

C. Kritik am Wertungswiderspruch	41
D. Systembildung im Europarecht	42
<i>Kapitel 3: Norm- und Normkomplexkollisionen</i>	50
A. Schlaglichter der historischen Entwicklung	51
I. Dietz, Anspruchskonkurrenz bei Vertragsverletzung und Delikt (1934).....	51
II. Engisch, Die Einheit der Rechtsordnung (1935)	56
III. Larenz/Canaris, Methodenlehre der Rechtswissenschaft (1995)	59
B. Auflösung von Kollisionen	61
I. Terminologie.....	61
II. Notwendigkeit einer vorgeschalteten Feststellung der Kollision	62
III. Die Kollision und ihre Auflösung	63
1. Antinomien.....	63
2. Spezialität.....	65
a) Begriffslogische Spezialität.....	66
b) Teleologische Spezialität.....	67
aa) Deckungsgleiche Regelungsbereiche	68
bb) Partielle Überschneidung der Regelungsbereiche	69
cc) Rechtsfolge des Spezialitätsgrundsatzes.....	71
dd) Anwendungsbeispiel nach Engisch	71
3. Subsidiarität und Wertungssubsidiarität	72
4. Der Grundsatz der Konkurrenz.....	75
Zweiter Teil: Die Kollision von Urheberrecht und Lauterkeitsrecht.....	77
<i>Kapitel 4: Zweck des Lauterkeitsrechts</i>	79
A. Blick zurück	79
B. Das Lauterkeitsrecht im Geiste der Wertungsjurisprudenz	82
I. Abkehr von den Schutzsubjekten und der Trias	82
II. Schutz des freiheitlich-liberalen Wettbewerbssystems als Zweck des UWG.....	84
III. Binnenmarktfunktionale Ausrichtung des europäischen Lauterkeitsrechtskomplexes	88
C. Ergebnis	92
<i>Kapitel 5: Zwecke des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte</i>	95
A. Deontologisch-individualistische Begründung	96
B. Utilitaristisch-kollektivistische Begründungen.....	99

I.	Individualistisch-deontologische Begründungsansätze im marktwirtschaftlichen Alltag.....	100
II.	Funktions- und Anreiztheorie des Urheberrechts im Wettbewerbssystem.....	103
III.	Ergebnis	109
C.	Soll-Funktionen des Urheberrechts im Binnenmarkt.....	110
I.	Der Funktionszweck als Primärzweck: Schaffung der Funktionsbedingungen für Kreativmärkte im Wettbewerbssystem.....	112
II.	Sekundärzwecke des Urheberrechts	115
1.	Der Anreizzweck – Vielfältige Kulturlandschaft und Produktionseffizienz.....	116
2.	Verbreitungszweck – Bereicherung der Kulturlandschaft und Allokationseffizienz.....	118
3.	Persönlichkeitsschutzzweck.....	120
4.	Vergütungszweck – Belohnung und soziale Absicherung des Schöpfers	122
III.	Ergebnis	125
D.	Die Soll-Funktionen der Leistungsschutzrechte im Binnenmarkt	126
I.	Funktionszweck der Leistungsschutzrechte als Primärzweck	127
II.	Sekundärzwecke der Leistungsschutzrechte: Anreizzweck und unterschiedliche Ausprägung des Persönlichkeitsschutzzwecks ...	129
1.	Anreizzweck.....	129
2.	Verbreitungszweck	131
3.	Persönlichkeits- und Vergütungszweck	132
E.	Ergebnis	133
<i>Kapitel 6: Konkurrenz zwischen Urheberrecht und Lauterkeitsrecht</i>		134
A.	Verschiedenheit der Regelungszwecke	134
B.	Die Unberührt-Klauseln auf deutscher und europäischer Ebene	135
Dritter Teil: Die Kollision des Urheberrechts mit den einzelnen Unlauterkeitstatbeständen		137
<i>Kapitel 7: Güterzuordnungsrelevante Unlauterkeitstatbestände</i>		139
A.	Eigentumslogik im Lauterkeitsrecht.....	139
I.	Präjudizienwirkung der leistungsschutzrechtlichen Vorgeschichte des UWG.....	140
1.	Die Geschichte des Leistungsschutzes im deutschen Lauterkeitsrecht	140

2. Abkehr von der leistungsschutzrechtlichen Vorgeschichte des UWG im Jahr 2004	142
II. Die Schutzzweckbestimmung des § 1 UWG als Quellgüterzuordnender Tendenzen im Lauterkeitsrecht	144
III. Natur der Sache und humanistisch-christliches Menschenbild als Quell von Güterzuordnungstendenzen	147
IV. Allgemeines Rechtsprinzip der Güterzuordnung als Ausdruck der positiven Rechtsordnung	151
1. Grundrechtlich garantiertes Privateigentum als Zuweisungsgrundlage	152
2. Immaterialgüterrechte und lauterkeitsrechtliche Nachahmungsverbote als Ausdruck eines Güterzuordnungsprinzips	154
3. „Leistungswettbewerb“ als lauterkeitsrechtliches Leitbild	155
4. Rechtsprinzip der Nachahmungsfreiheit	157
V. Das europäische Recht als Widersacher eines Güterzuordnungsprinzips	159
VI. Das Rechtsstaatsprinzip als Widersacher richterlicher Güterzuordnung	161
VII. Ergebnis	166
B. Nachahmungsschutz, Behinderung, Investitionsschutz	169
I. Schutz vor Herkunftstäuschung als Markttransparenzschutzrecht	169
II. Schutz vor Rufausbeutung als Ausschließlichkeitsrecht an positiven Assoziationen der Abnehmerkreise	171
1. Was ist geschützt? – Schutzgegenstand	172
2. Warum wird der gute Ruf geschützt? – Schutzzweck	176
a) Vergütungszweck – Schutz der Arbeitsleistung	177
b) Anreizzweck – Investitionen in Produktimage und Produktqualität	178
c) Senkung der Informations- bzw. Suchkosten	179
3. Verhältnis des Rufschutzes zu Urheberrecht und verwandten Schutzrechten	181
a) Originär eigener Anwendungsbereich	181
b) Verschiedenheit der Schutzzwecke	182
III. Unlautere Geheimnisverwertung als immaterialgüterrechts-ähnliches Ausschließlichkeitsrecht an semantischer Information ..	184
IV. Gezielte Behinderung	187
V. Funktionswandel der Generalklausel – aus Leistungsschutz wird Investitionsschutz	189
1. Investitionsschutztatbestand	192
2. Verhältnis des Investitionsschutzes zu Urheberrecht und verwandten Schutzrechten	194
C. Vorschläge de lege lata und de lege ferenda	198

I.	Wettbewerbliche Eigenart	198
II.	Wechselwirkungslehre	204
III.	Systematische Nachahmung einer Vielzahl von Produkten	205
IV.	Abschaffung des Nachahmungsschutzes	209
1.	Herkunftstäuschung als Ausprägung des allgemeinen Irreführungsverbots	209
2.	Der Rufschutz als wettbewerbsfeindliches Rudiment im UWG	213
3.	Unlautere Geheimnisverwertung als überflüssige Doppelstruktur	220
V.	Lauterkeitsrechtlicher Investitionsschutztatbestand	220
VI.	UWG-Zweckklausel	228
<i>Kapitel 8: Die übrigen Unlauterkeitstatbestände</i>		229
A.	Rechtsbruch	229
I.	Logische Spezialität	230
II.	Teleologische Spezialität	231
B.	Irreführung	233
C.	Anschwärzung, Herabsetzung und Verunglimpfung	235
D.	Aggressive Geschäftspraktiken	237
E.	Unzumutbare Belästigung	238
F.	Vergleichende Werbung	238
<i>Kapitel 9: Konkurrenz von Urheberrecht und Unlauterkeitstatbeständen..</i>		241
A.	Die Unberührt-Klauseln auf deutscher und europäischer Ebene	241
B.	Wertungseinheitliche Konkurrenz im deutsch-europäischen Rechtssystem	242
Vierter Teil: Wertungswidersprüche in bestimmten Fällen		245
<i>Kapitel 10: Prämissen</i>		247
<i>Kapitel 11: Reprint gemeinfreier Werke</i>		250
A.	Eingrenzung der Fallgruppe	250
I.	Analog	250
II.	Digital	251
B.	Urheberrechtliche Untersuchung	253
I.	Nutzungshandlung und zeitliche Schranke	253
II.	Bearbeitungen	255
1.	Textrevisionen	256

2. Übersetzung in Auszeichnungs- und Seitenbeschreibungs- sprachen.....	258
III. Typografie.....	259
IV. Leistungsschutzrechte für nachgelassene Werke und wissenschaftliche Ausgaben.....	260
V. Verlagsdatenbanken	261
1. Einzelne geistige Werke als Datenbanken	261
2. Die Gesamtheit von Verlagserzeugnissen im Printform als Datenbanken	262
3. Digitale Werksammlungen als Datenbanken	264
VI. Ergebnis	270
C. Lauterkeitsrechtliche Untersuchung	270
I. Urheberleistung.....	271
1. Der Reprint als Nachahmung.....	271
2. Dastar Corp. v. Twentieth Century Fox Film Corp 539 U.S. 23 (2003).	273
3. Urheberbezeichnung und Markttransparenz	275
4. Ausbeutung des guten Rufs eines gemeinfreien Werks	279
5. Unlautere Erlangung eines gemeinfreien Werks.....	282
6. Investitionsschutz für geistige Werke nach Ablauf der Schutzfrist.....	283
II. Verlegerleistung	283
1. Nachahmungsschutz	284
2. Unlautere Behinderung durch Reprint einer Vielzahl gemeinfreier Werke (§ 4 Nr. 4 UWG)	285
3. Investitionsschutz	286
a) Ein Leistungsschutzrecht für Verleger	286
b) Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zu § 1 UWG 1909	289
c) Keine Präjudizienvermutung der Rechtssache Reprint.....	291
d) Voraussetzungen des Investitionsschutzes	292
e) Verhältnis von Verlegerschutz und Werkschutz	293
D. Ergebnis	294
<i>Kapitel 12: Journalistische Inhalte</i>	296
A. Eingrenzung der Fallgruppe	296
B. Urheberrechtliche Untersuchung	298
I. Urheberrechtlicher Schutz der einzelnen Textbeiträge.....	298
II. Der Schutz von Presseerzeugnissen als Datenbank (-werk)	304
1. Datenbankeigenschaft.....	305
2. Schutzbereichsverletzung	309
3. Ergebnis.....	312

III.	Schutz des Presseerzeugnisses	313
IV.	Ergebnis	316
C.	Lauterkeitsrechtliche Untersuchung	317
I.	Geschäftliche Handlung und Pressefreiheit	317
II.	Redakteursleistung	319
1.	Nachahmung journalistischer Werke durch die Übernahme von Inhalten	319
2.	Markttransparenz	321
3.	Unangemessene Rufausbeutung	325
III.	Presseverlegerleistung	328
1.	Nachahmungsschutz	328
2.	Unlautere Behinderung	328
a)	Übernahme einer Vielzahl von Inhalten	328
b)	Journalistische Inhalte hinter Paywalls	330
c)	Die Deep-Links der News-Aggregatoren	331
3.	Investitionsschutz für Presseverleger	332
a)	Blick zurück – Judikativer Leistungsschutz für journalistische Inhalte	333
b)	Investitionsschutz für Nachrichten	337
c)	Investitionsschutz für geschöpfte journalistische Inhalte ...	341
D.	Ergebnis	342
<i>Kapitel 13: Literarische Inhalte</i>		344
A.	Eingrenzung der Fallgruppe	344
B.	Urheberrechtliche Untersuchung	347
I.	Urheberrechtlicher Schutz von Gewebe und Charakteren literarischer Werke als Schriftwerke	347
II.	Bearbeitende Vervielfältigung	349
1.	Verblassen im wörtlichen Sinn und äußerer Abstand – § 23 I S. 1 und 2 UrhG	352
2.	Verblassen im wertungsmäßigen Sinn und innerer Abstand – § 51a UrhG	352
3.	Subsumption der Fallgruppe	354
III.	Parodie-, Karikatur und Pastiche-Schranke	357
IV.	Schutzdauer	360
V.	Ergebnis	361
C.	Lauterkeitsrechtliche Untersuchung	361
I.	Nachahmung durch Übernahme von Inhalten fremder Geschichten	361
II.	Markttransparenz	364
III.	Unlautere Rufausbeutung	367
IV.	Investitionsschutz	369

D. Ergebnis	369
<i>Kapitel 14: Character Merchandising</i>	371
A. Eingrenzung der Fallgruppe	371
B. Urheberrechtliche Untersuchung	371
I. Schutzfähigkeit literarischer Charaktere als Schriftwerke	371
II. Freie Nutzung literarischer Charaktere bei isolierter Übernahme äußerer Erscheinungsmerkmale	372
III. Charakter Merchandising als Pastiche	373
C. Lauterkeitsrechtliche Untersuchung	375
I. Product-Merchandising als Nachahmung	375
II. Product Merchandising und Markttransparenz	378
III. Ausbeutung des guten Rufs einer fiktiven Figur durch das Angebot eines Charakter-Merchandising-Produkts	379
IV. Investitionsschutz für fiktive Figuren	383
D. Ergebnis	386
<i>Kapitel 15: Wissenschaftliche Inhalte und Plagiat</i>	387
A. Eingrenzung der Fallgruppe	387
B. Urheberrechtliche Untersuchung	389
I. Urheberrechtlicher Schutz wissenschaftlicher Schriftwerke	389
II. Ergebnis	393
C. Lauterkeitsrechtliche Untersuchung	394
I. Die Übernahme von „Forscherideen“ als Nachahmung	395
II. Wissenschaftsplagiat und Markttransparenz	396
III. Rufschutz für Forscherideen	404
IV. Verstoß gegen Regeln redlicher Wissenschaft als Rechtsbruch	405
V. Schutz von Investitionen in Forschung – propriété scientifique	406
D. Ergebnis	409
<i>Kapitel 16: Produktgestaltungen</i>	411
A. Eingrenzung der Fallgruppe	411
B. Urheberrechtliche Untersuchung	413
C. Lauterkeitsrechtliche Untersuchung	417
I. Übernahme einer Gestaltungsidee als Nachahmung	417
II. Gestaltungsidee und Markttransparenz	419
1. Herkunftstäuschung	419
2. Vermeidbarkeit	421
III. Rufschutz für Gestaltungsideen	424
IV. Behinderung, Einschieben in fremde Serie, Investitionsschutz	426
D. Ergebnis	427

<i>Kapitel 17: Digitale Verweise</i>	428
A. Eingrenzung der Fallgruppe	428
B. Urheberrechtliche Untersuchung.....	428
I. Europäisch-judikatives Haftungssystem für Links	428
II. Urheberpersönlichkeitsrechtliche Abwehr von verwertungsrechtlich zulässigem Linking	434
III. Ergebnis	437
C. Lauterkeitsrechtliche Untersuchung	438
I. Linking als Nachahmung	438
II. Link und Markttransparenz	439
1. Fehlvorstellungen über den Schöpfer i.S.d. § 7 UrhG	440
2. Fehlvorstellungen über den Quellserver	440
3. Fehlvorstellungen über kommunizierte Bedeutungen und deren Zuordnung.....	441
III. Verlinkung von Ressourcen mit besonderem Ruf	442
IV. Behinderung bei Umgehung von Schutzmaßnahmen.....	443
V. Linking und Generalklausel	444
D. Ergebnis	445
<i>Kapitel 18: Vergleichende Werbung</i>	446
A. Eingrenzung der Fallgruppe	446
B. Wertungswiderspruch.....	446
I. Ungleichbehandlung vergleichender Werbung aufgrund des urheberrechtlichen Regelungskomplexes	446
II. Wertungsmäßig gleichzubehandelnde Fallgestaltungen.....	447
C. Behebung des Wertungswiderspruchs	451
I. Beschränkung der Verwertungsrechte.....	451
II. Einschränkende Interpretation der Rechtsfolgen.....	452
D. Ergebnis	454
<i>Zusammenfassung</i>	455
Literaturverzeichnis	467
Sachregister	487