

Inhalt

| | |
|--|------|
| Abkürzungsverzeichnis | VII |
| Literaturverzeichnis | X |
| Materialien | XXII |
| Verzeichnis der zitierten Entscheidungen | XXIV |

| | |
|-------------------|----------|
| Einleitung | 1 |
|-------------------|----------|

| | |
|----------------------------|----------|
| § 1 Problemstellung | 1 |
|----------------------------|----------|

| | |
|--|----------|
| § 2 Das UWG als Rechtsgrundlage | 4 |
|--|----------|

| | | |
|------|--|----|
| I. | Historischer Abriss | 4 |
| | A. Allgemeines Deliktsrecht und Entstehung des UWG | 4 |
| | B. Totalrevision des UWG | 5 |
| II. | Schutzobjekt und Rechtsnatur | 6 |
| | A. Vor dem Erlass des UWG | 6 |
| | B. Schutzobjekt des UWG | 6 |
| | 1. Neuorientierung durch das ursprüngliche UWG . | 6 |
| | 2. Reaktionen in Lehre und Rechtssprechung | 7 |
| | 3. Durchbruch der funktionalen Betrachtungsweise | 9 |
| | C. Rechtsnatur der Ansprüche aus UWG | 10 |
| | 1. Übersicht über die Auffassungen in Lehre und Rechtssprechung | 10 |
| | 2. Objektiv- und subjektivrechtliche Elemente des Lauterkeitsrechts | 11 |
| | 3. Inhalt des Rechts auf funktionierenden Wettbe- werb | 12 |
| | 4. Das Recht an der Ausstattung | 14 |
| III. | Beurteilungsmassstab der Lauterkeit | 15 |
| | A. „Treu und Glauben“ contra „gute Sitten“ | 15 |
| | B. Bedeutung von Treu und Glauben im Rahmen des UWG | 17 |
| | C. Konkretisierung von Treu und Glauben | 20 |

| | |
|--|----|
| 1. Leistungsprinzip | 20 |
| 2. Geschäftsmoral | 22 |
| 3. Funktionale Gesetzesauslegung | 23 |
| IV. Ergebnis | 25 |

1. Teil: Ausstattungsschutz nach Art. 3 lit. d UWG 27

| | |
|--|-----------|
| § 3 Allgemeines | 27 |
| I. Gesetzliche Grundlage | 27 |
| II. Übersicht über die Schutzvoraussetzungen | 28 |
| A. Widerrechtlichkeit | 28 |
| B. Verschulden, Schaden, Kausalität | 30 |
| III. Gegenstand der nachfolgenden Ausführungen | 31 |
| § 4 Begriff der Ausstattung | 33 |
| I. Zweck einer Definition | 33 |
| II. Allgemeiner Sprachgebrauch | 34 |
| A. Etymologie | 34 |
| B. Moderner Sprachgebrauch | 35 |
| III. Rechtssprache | 36 |
| A. Ausstattung als Gesamtheit der äusserlich sichtbaren Merkmale von Ware und Verpackung | 36 |
| B. Ausstattung als visuell wahrnehmbares Warenkennzeichen | 37 |
| C. Ausstattung als gewerbliches Kennzeichen | 39 |
| IV. Ergebnis | 39 |
| § 5 Kennzeichnungsfunktion | 42 |
| I. Wirtschaftliche und rechtliche Funktionen | 42 |
| II. Die Kennzeichnungsfunktion als Schutzvoraussetzung | 43 |
| III. Das rechtlich relevante Kennzeichnungsobjekt | 47 |
| A. Zum Stand der Diskussion im Markenrecht | 47 |
| B. Die rechtlich geschützte Funktion der Ausstattung | 51 |
| 1. Herkunfts- und Qualitätsfunktion | 51 |
| 2. Konkrete oder abstrakte Herkunftsfunktion | 53 |
| IV. Entstehung der Kennzeichnungsfunktion | 56 |
| A. Kennzeichnungsfunktion als Lebenserscheinung | 56 |
| 1. Kennzeichnungskraft | 56 |
| 2. Gebrauch der Ausstattung | 57 |
| 3. Prozess der Zeichenbildung | 58 |
| B. Originalität und Verkehrsgeltung als alternative Schutzvoraussetzungen | 59 |

| | |
|---|----|
| 1. Entwicklung der Rechtssprechung | 59 |
| 2. Zum Begriff „Originalität“ | 61 |
| 3. Verhältnis von Originalität und Verkehrsgeltung | 63 |
| C. Verkehrsgeltung als ausschliessliche Schutzvoraussetzung | 63 |
| 1. Leistungsprinzip | 64 |
| 2. System des Immaterialgüterrechts | 65 |
| 3. Rechtssicherheit | 66 |
| a. Publizität | 66 |
| b. Willkürliche Entscheidungen | 68 |
| D. Einfluss der Markenrechtsrevision | 69 |
| V. Praktische Bedeutung der Originalität | 72 |
| VI. Praktische Bedeutung der Verkehrsgeltung | 74 |
| A. Begründung der Verkehrsgeltung als Schutzvoraussetzung | 74 |
| B. Komponenten der Verkehrsgeltung | 76 |
| 1. Bewusstseinsinhalt | 76 |
| 2. Struktur der massgeblichen Verkehrskreise | 77 |
| 3. Intensität der Durchsetzung | 79 |
| C. Beweis der Verkehrsgeltung | 82 |
| VII. Ergebnis | 87 |

| | |
|---|-----------|
| § 6 Freihaltebedürfnis | 88 |
| I. Ausstattungsschutz und Freihaltebedürfnis | 88 |
| II. Die massgeblichen Interessen | 89 |
| A. Interessen am Schutz der Ausstattung | 89 |
| B. Freihalteinteressen | 90 |
| III. Grenzen des Ausstattungsschutzes als Ausfluss der Wettbewerbsordnung | 91 |
| A. Wettbewerbsfreiheit und Spezialgesetze | 91 |
| B. Grundsatz der freien Nachahmbarkeit spezialrechtlich nicht geschützter Arbeitsergebnisse | 92 |
| IV. Schutzfähigkeit einer kennzeichnungskräftigen Ausstattung unter dem Gesichtspunkt der Wettbewerbsfreiheit | 98 |
| V. Form und Oberfläche der Ware | 99 |
| A. Rechtssprechung | 100 |
| 1. Technische Funktionalität | 100 |
| 2. Ästhetische Funktionalität | 106 |
| B. Der Rechtssprechung folgende Lehre | 111 |
| 1. Technische Funktionalität | 111 |
| 2. Ästhetische Funktionalität | 111 |
| C. Die Rechtssprechung ablehnende Lehre | 116 |

| | | |
|-------|--|-----|
| VI. | Form und Oberfläche der Verpackung | 118 |
| A. | Rechtssprechung | 118 |
| B. | Lehre | 119 |
| VII. | Einfluss der Markenrechtsrevision | 121 |
| VIII. | Praktische Bedeutung der Funktionalitätsdoktrin | 124 |
| A. | Freiheit der Konstruktion und technisch bedingte Ausstattung | 125 |
| 1. | Technische Konstruktion | 125 |
| 2. | Technisch bedingte Ausstattung | 126 |
| a. | Form | 126 |
| b. | Material | 127 |
| B. | Technisch funktionelle Ausstattung und Frage der Zumutbarkeit | 127 |
| 1. | Zweckmässigkeit und Naheliegen | 127 |
| 2. | Kosten | 128 |
| 3. | Gesamteindruck | 129 |
| 4. | Verwechslungsgefahr mit anderen Ausstattungen | 131 |
| 5. | Normierungstendenzen | 131 |
| C. | Ästhetisch bedingte Ausstattung | 132 |
| IX. | Ergebnis | 133 |

§ 7 Verwechselbarkeit 134

| | | |
|------|--|-----|
| I. | Arten der Verwechselbarkeit | 134 |
| II. | Beweis der Verwechselbarkeit | 136 |
| III. | Unmittelbare Verwechslungsgefahr | 137 |
| A. | Struktur der massgeblichen Verkehrskreise | 138 |
| 1. | Letztabnehmer | 138 |
| 2. | Durchschnittsabnehmer | 139 |
| B. | Ähnlichkeit von Nachahmung und Original | 140 |
| 1. | Sklavische und täuschend ähnliche Nachahmung | 140 |
| 2. | Gesamteindruck | 140 |
| 3. | Den Gesamteindruck beeinflussende Ausstattungselemente | 141 |
| a. | Wortzeichen | 142 |
| b. | Bildzeichen | 146 |
| c. | Graphische Gestaltung | 147 |
| d. | Farbe | 148 |
| e. | Form von Ware und Verpackung | 149 |
| f. | Verpacktes bzw. unverpacktes Warenangebot | 150 |
| C. | Anlocken | 152 |
| IV. | Mittelbare Verwechslungsgefahr | 153 |
| V. | Verwechslungsgefahr im weiteren Sinn | 154 |

| | |
|------------------------|-----|
| VI. Ergebnis | 154 |
|------------------------|-----|

2. Teil: Ergänzender Rechtsschutz aufgrund von Art. 5, Art. 3 lit. e und Art. 2 UWG 157

| | |
|--|-----|
| § 8 Gesetzliche Grundlagen | 157 |
| I. Leistungsschutz | 158 |
| II. Vergleichende Werbung | 159 |
| III. Generalklausel | 159 |
| § 9 Geheimnisschutz | 161 |
| I. Bisheriges Recht | 161 |
| A. Geheimnisbruch unter Verletzung einer Treuepflicht | 161 |
| B. Blosser Vertrauensbruch? | 165 |
| II. Geltendes Recht | 167 |
| A. Art. 5 lit. a UWG | 167 |
| B. Art. 5 lit. b UWG | 171 |
| C. Bedeutung des Geheimnisschutzes für Ausstattungen | 172 |
| § 10 Schutz vor Vervielfältigung | 173 |
| I. Bisheriges Recht | 173 |
| II. Art. 5 lit. c UWG | 175 |
| A. Schutzobjekt | 175 |
| B. Tathandlung | 177 |
| C. Täter | 179 |
| D. Schutzdauer | 180 |
| E. Bedeutung des Leistungsschutzes für Ausstattungen | 182 |
| § 11 Rufausbeutung und Behinderung | 183 |
| I. Rufausbeutung | 183 |
| A. Bisheriges Recht | 184 |
| 1. Offene Rufausbeutung | 184 |
| 2. Verdeckte Rufausbeutung | 185 |
| B. Art. 3 lit. e UWG | 186 |
| 1. Offene und verdeckte Rufausbeutung | 186 |
| 2. Bekanntheit oder Verkehrsgeltung? | 187 |
| 3. Unlautere Absicht | 188 |
| 4. Notwendigkeit der Anlehnung | 189 |
| C. Bedeutung der Rufausbeutung für den Ausstattungs- schutz | 190 |
| 1. Verdeckte Rufausbeutung | 190 |
| 2. Spezialfall: schrittweise Annäherung | 192 |

VI

| | | |
|-----|--|-----|
| | 3. Offene Rufausbeutung | 193 |
| II. | Behinderung | 195 |
| | A. Rechtssprechung | 195 |
| | B. Bedeutung der Behinderung für den Ausstattungs- schutz | 196 |

| | | |
|------|--------------------------------|-----|
| § 12 | Zusammenfassung der Ergebnisse | 198 |
|------|--------------------------------|-----|