

Inhaltsverzeichnis

Die Autoren	V
Vorwort	VII
Abkürzungsverzeichnis	XV
1. Einführung	1
2. Die Gründung einer Gesellschaft	2
2.1 Einleitung	2
2.2 Die unterschiedlichen Gesellschaftsformen	3
2.2.1 Die Gesellschaft bürgerlichen Rechts „GbR“	3
2.2.2 Die offene Handelsgesellschaft „OHG“	4
2.2.3 Die Kommanditgesellschaft „KG“	4
2.2.4 Die Gesellschaft mit beschränkter Haftung „GmbH“	4
2.2.5 Die Unternehmergeellschaft „UG (haftungsbeschränkt)“	5
2.3 Die „richtige“ Gesellschaftsform für das eigene Startup	6
3. Schutz der eigenen geistigen Leistung	6
3.1 Einführung	6
3.2 Das Schutzrechtssystem	8
3.3 Die Marke	9
3.3.1 Die Funktionen einer Marke	10
3.3.1.1 Herkunfts- und Unterscheidungsfunktion	10
3.3.1.2 Garantiefunktion	10
3.3.1.3 Werbefunktion	11
3.3.1.4 Investitionsfunktion	11
3.3.1.5 Bedeutung der Markenfunktionen	11
3.3.2 Was kann als Marke geschützt werden?	11
3.3.3 Das Anmeldeverfahren	12
3.3.3.1 Die Einreichung der Anmeldung	13
3.3.3.2 Die Kosten der Markenanmeldung	21
3.3.3.3 Das Waren- und Dienstleistungsverzeichnis	22
3.3.4 Die Markenrecherche	27
3.3.5 Das Prüfungsverfahren	32
3.3.6 Die Schutzdauer	33
3.3.7 Das Widerspruchsverfahren	33
3.3.8 Die eingetragene Marke	34
3.4 Das Design	34
3.4.1 Was ist ein Design?	34
3.4.2 Voraussetzungen für den Designschutz	35
3.4.3 Die Designrecherche	36

3.4.4	Die Anmeldung eines Design	37
3.4.5	Die Kosten einer Designanmeldung.	42
3.4.6	Die Schutzdauer eines eingetragenen Designs	43
3.4.7	Rechte aus dem eingetragenen Design.	43
3.5	Das Gebrauchsmuster	44
3.5.1	Was kann als Gebrauchsmuster geschützt werden?	45
3.5.2	Die Anmeldung eines Gebrauchsmusters.	45
3.5.3	Gebühren und Schutzdauer	50
3.5.4	Rechte aus dem Gebrauchsmuster	51
3.6	Das Patent	51
3.6.1	Was kann als Patent geschützt werden?	52
3.6.1.1	Neuheit einer Erfindung	53
3.6.1.2	Erfinderische Tätigkeit	54
3.6.1.3	Gewerbliche Anwendbarkeit	55
3.6.2	Das Anmeldeverfahren.	55
3.6.3	Die Kosten der Patentanmeldung	61
3.6.4	Ablauf des Prüfungs- und Eintragungsverfahrens.	62
3.6.5	Der Schutzmfang des Patents	64
3.7	Das Urheberrecht	64
3.7.1	Das Werk	65
3.7.2	Der Urheber	65
3.7.3	Der Umfang des Urheberrechts	65
3.7.3.1	Das Urheberpersönlichkeitsrecht	65
3.7.3.2	Die Nutzungs- und Verwertungsrechte.	67
3.7.3.3	Schranken des Urheberrechts	69
3.7.3.4	Dauer des Schutzes	69
3.7.3.5	Verwertung des Urheberrechts	70
3.7.3.6	Exkurs: Schutz von Software bzw. Computerprogrammen	70
3.8	Der Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen, Know-how	71
3.8.1	Die Begriffe „Betriebsgeheimnis“ und „Geschäftsgeheimnis“	71
3.8.2	Die Tatbestände des § 17 UWG	73
3.8.2.1	Geheimnisverrat, § 17 Abs. 1 UWG	73
3.8.2.2	Betriebsspionage, § 17 Abs. 2 Nr. 1 UWG.	73
3.8.2.3	Geheimnisfehlerei, § 17 Abs. 2 Nr. 2 UWG	74
3.8.3	Rechtsfolge eines Verstoßes	74
3.8.4	Europäischer Know-how-Schutz	74
3.8.4.1	Nationaler Status Quo beim Schutz von Geschäftsgeheimnissen	75
3.8.4.2	Europaweite Angleichung des Geheimnisschutzes	75
3.8.4.3	Neue Definition von „Geschäftsgeheimnis“	75
3.8.4.4	Umfang angemessener Geheimhaltungsmaßnahmen unklar	75
3.8.4.5	Frühzeitige Anpassung der eigenen Prozesse erforderlich	76
3.9	Die Verletzung von gewerblichen Schutzrechten	76
3.9.1	Ansprüche bei einer Verletzung	77

3.9.1.1	Unterlassung und Beseitigung	77
3.9.1.2	Anspruch auf Schadensersatz	78
3.9.1.3	Anspruch auf Auskunft	80
3.9.2	Die Durchsetzung der Ansprüche auf Unterlassung, Schadensersatz und Auskunft	80
3.9.2.1	Das Abmahnverfahren	81
3.9.2.2	Das gerichtliche Verfahren	85
3.9.3	Muster einer Abmahnung mit Unterlassungserklärung	86
3.10	Die Geheimhaltungsvereinbarung	88
3.10.1	Zweck einer Geheimhaltungsvereinbarung	89
3.10.2	Inhalt der Geheimhaltungsvereinbarung	89
3.10.2.1	Hintergrund der konkreten Geheimhaltungsvereinbarung	89
3.10.2.2	Definition „vertrauliche Informationen“	89
3.10.2.3	Vertraulichkeitsverpflichtung	90
3.10.2.4	Dauer der Geheimhaltungspflicht	90
3.10.3	Durchsetzung der Geheimhaltungspflicht	91
3.10.4	Muster einer Geheimhaltungsvereinbarung	92
3.11	Der Lizenzvertrag	94
3.11.1	Gegenstand einer Lizenz	94
3.11.2	Umfang einer Lizenz	94
3.11.3	Weitere wichtige Regelungen eines Lizenzvertrages	95
3.11.3.1	Vergütung	95
3.11.3.2	Aufrechterhaltung	96
3.11.3.3	Verteidigung gegen Verletzung	96
3.11.3.4	Nichtangriffsklausel	96
3.11.4	Bestandteile eines Lizenzvertrags	96
3.12	Die Forschungs- und Entwicklungskooperation mit Startups	97
3.12.1	Der Forschungs- und Entwicklungsvertrag	97
3.12.1.1	Vertragsgegenstand und Termine	98
3.12.1.2	Änderungsverlangen („Change Request“)	98
3.12.1.3	Verteilung der geistigen Schutzrechte	99
3.12.2	Inhalte eines „Forschungs- und Entwicklungsvertrags“	100
4.	Die eigene Domain	101
4.1	Einführung/Domainbegriff/DENIC	101
4.1.1	Die Bedeutung der eigenen Domain	101
4.1.2	Der Domainbegriff	101
4.1.3	Die DENIC	102
4.1.3.1	Der Grundsatz der DENIC bei der Vergabe von Domains	103
4.1.3.2	Der Domainvertrag mit der DENIC	104
4.1.3.3	Die wichtigsten Schritte zur eigenen Domain	106
4.1.3.4	Das Registrierungsverfahren	123

5.	Die eigene Internetseite	129
5.1	Einführung/Die Bedeutung der eigenen Website	129
5.2	Impressum	130
5.2.1	Allgemeines	130
5.2.2	Anwendungsbereich	130
5.2.3	Inhalt des Impressums	131
5.2.4	Angaben für redaktionelle Inhalte	132
5.2.5	Platzierung des Impressums	132
5.3	Online-Streitbeilegung/Alternative Streitbeilegung	133
5.3.1	Allgemeine Informationspflichten nach VSBG	133
5.3.2	Informationen nach Entstehung einer Streitigkeit nach VSBG	134
5.3.3	Pflichten nach der ODR-VO	134
5.4	Muster für den Hinweis auf die Online-Streitbeilegung z.B. im Impressum	134
5.5	Muster für das Impressum	135
5.6	Impressumspflicht bei Plattformen und Social Mediakanälen	139
5.6.1	Beispiele für Amazon	139
5.6.2	Beispiel für Xing	140
5.6.3	Beispiel für Facebook	141
5.7	Disclaimer und Prüfungspflicht von Links	141
5.8	Cookies	142
5.8.1	Allgemeines	142
5.8.2	Rechtfertigungsmöglichkeiten des Einsatzes von Cookies	143
5.8.2.1	Personenbezug	143
5.8.2.2	Rechtfertigung im Einzelfall	144
5.8.2.3	Ausblick auf die e-Privacy-Verordnung	147
5.9	Datenschutzerklärung	149
5.9.1	Allgemeines	149
5.9.2	Platzierung der Datenschutzerklärung	149
5.9.3	Inhalt der Datenschutzerklärung	150
5.9.3.1	Verantwortlicher und Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten	150
5.9.3.2	Zwecke der Datenverarbeitung und Rechtsgrundlagen	150
5.9.3.3	Empfänger personenbezogener Daten und Drittstaatenübermittlung	150
5.9.3.4	Speicherdauer	151
5.9.3.5	Betroffenenrechte	151
5.9.3.6	Automatisierte Entscheidungsfindung und Profiling	151
5.9.3.7	Quelle der personenbezogenen Daten	151
5.9.3.8	Cookies	151
5.9.3.9	Sicherheit	151
5.9.4	Rechtsfolgen bei Fehlen von Informationen nach TMG, DSGVO und VSBG	152
5.9.4.1	Zivilrechtliche Ansprüche	152
5.9.4.2	Wettbewerbsrechtliche Ansprüche	153
5.9.4.3	Straf- und ordnungswidrigkeitenrechtliche Ansprüche	153

5.9.4.4	Behördliche Anordnungen	154
5.9.5	Muster Datenschutzerklärung.	154
6.	Der eigene Online-Shop	172
6.1	Einführung	172
6.1.1	Die Bedeutung des eigenen Online-Shops	172
6.1.2	Technischer Hintergrund	173
6.2	Wichtige Informationspflichten im Rahmen von Online-Shops	174
6.2.1	Allgemeine Informationspflichten/Informationspflichten im B2B-Bereich .	174
6.2.1.1	§ 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 1 BGB	174
6.2.1.2	§ 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 2 BGB	174
6.2.1.3	§ 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BGB	175
6.2.1.4	§ 312i Abs. 1 S. 1 Nr. 4 BGB	175
6.2.1.5	§ 312i Abs. 1 S. 2 BGB	175
6.2.1.6	Preisangabenverordnung	176
6.2.2	Besondere Informationspflichten/Informationspflichten im B2C-Bereich	176
6.2.2.1	Vertrag mit einem Verbraucher	177
6.2.2.2	Besonderheiten des Fernabsatzrechts.	177
6.3	Sonstige Besonderheiten gegenüber Verbrauchern	183
6.3.1	§ 312j Abs. 1 BGB	184
6.3.2	§ 312j Abs. 2 BGB	184
6.3.3	§ 312j Abs. 3 BGB	184
6.3.4	§ 312j Abs. 5 BGB	184
7.	Die Bewerbung der eigenen Leistung im Internet	185
7.1	Suchmaschinenwerbung und Suchmaschinenoptimierung	185
7.1.1	Suchmaschinenwerbung – „SEA“	185
7.2.2	Suchmaschinenoptimierung – „SEO“	186
7.2	E-Mail Werbung	187
7.2.1	Grundsatz der Unzulässigkeit von Werbemails	187
7.2.1.1	Erfordernis und Inhalt der Einwilligung	187
7.2.1.2	Ausnahme vom Einwilligungserfordernis	188
7.2.1.3	Beweislast und Erlöschen der Einwilligung	188
7.2.1.4	Weitere Vorgaben beim E-Mail Marketing.	189
7.2.2	Folgen bei unzulässiger E-Mail Werbung	189
7.3	Gewinnspiele	189
7.3.1	Grundsatz der Zulässigkeit von Gewinnspielen	190
7.3.2	Wettbewerbsrechtliche Anforderungen an die Veranstaltung eines Gewinnspiels.	190
7.3.2.1	Bereithalten von Teilnahmebedingungen	190
7.3.2.2	Koppelung von Gewinnspielen an Umsatzgeschäfte	191
7.3.2.3	Aggressive geschäftliche Handlung	192

7.3.2.4	Verbot der Irreführung	192
7.3.3	Rechtsfolgen bei einem Verstoß	193
7.3.4	Muster: Teilnahmebedingungen	193
7.4	Weitere Formen der Werbung.	195
7.4.1	Werbung mit Gütesiegeln und Testsiegen	195
7.4.2	Werbung mit positiven Bewertungen.	196
8.	Einstellung erster Mitarbeiter	198
8.1	Der Bewerbungsprozess.	198
8.1.1	Die Stellenausschreibung	198
8.1.2	Das Vorstellungsgespräch	198
8.1.3	Die Absage	199
8.2	Der Arbeitsvertrag	199
	Literaturverzeichnis	201
	Stichwortverzeichnis	205