

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> . . . . .	<b>1</b>
1.1	Terminologie . . . . .	4
1.2	Aufbau der Darstellung . . . . .	6
1.3	Schwerpunkte . . . . .	7
	Literatur . . . . .	7
<b>2</b>	<b>Kennzeichen</b> . . . . .	<b>9</b>
2.1	Übersicht . . . . .	9
2.2	Marken . . . . .	9
2.2.1	Begriff . . . . .	9
2.2.2	Geschichte . . . . .	12
2.2.3	Grundlagen . . . . .	13
2.2.4	Markenarten . . . . .	15
2.3	Geschäftliche Bezeichnungen . . . . .	28
2.3.1	Unternehmenskennzeichen . . . . .	29
2.3.2	Werktitel . . . . .	31
2.4	Geographische Herkunftsangaben . . . . .	31
2.4.1	Einfache geographische Herkunftsangaben . . . . .	31
2.4.2	Qualifizierte geographische Herkunftsangaben . . . . .	33
2.4.3	Geographische Herkunftsangaben mit besonderem Ruf . . . . .	33
2.4.4	Gattungsbezeichnungen . . . . .	34
	Literatur . . . . .	35
<b>3</b>	<b>Urheberrechte und verwandte Schutzrechte</b> . . . . .	<b>37</b>
3.1	Übersicht . . . . .	37
3.2	Urheberrechte . . . . .	39
3.2.1	Begriff . . . . .	39
3.2.2	Geschichte . . . . .	39
3.2.3	Grundlagen . . . . .	40
3.3	Computerprogramme . . . . .	42
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 . . . . .	46
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
<b>4</b>	<b>Design</b> . . . . .	<b>51</b>
4.1	Begriff . . . . .	51
4.2	Geschichte . . . . .	51
4.3	Grundlagen . . . . .	52
	Literatur . . . . .	53
<b>5</b>	<b>Patente und Gebrauchsmuster</b> . . . . .	<b>55</b>
5.1	Begriff . . . . .	55
5.2	Geschichte . . . . .	55
5.3	Grundlagen . . . . .	56
5.3.1	Erzeugnispatente . . . . .	58
5.3.2	Verfahrenspatente . . . . .	58
5.3.3	Abhängige Patente . . . . .	59
5.3.4	Gebrauchsmuster . . . . .	60
	Literatur . . . . .	61
<b>6</b>	<b>Internationale Schutzrechte</b> . . . . .	<b>63</b>
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	Unionsmarken . . . . .	66
6.6	Internationale Muster und Modelle . . . . .	66
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

---

<b>7</b>	<b>Entstehung von Schutzrechten</b> . . . . .	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 . . . . .	74
7.5	Entstehung durch Schöpfung . . . . .	74
	Literatur . . . . .	75
<b>8</b>	<b>Eintragungs- und Lösungsverfahren</b> . . . . .	77
8.1	Marken . . . . .	77
8.1.1	Erforderliche Angaben . . . . .	77
8.1.2	Verfahren . . . . .	77
8.1.3	Kosten . . . . .	79
8.2	Unionsmarken . . . . .	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 . . . . .	84
8.5	Design . . . . .	84
8.5.1	Erforderliche Angaben . . . . .	84
8.5.2	Verfahren . . . . .	84
8.5.3	Kosten . . . . .	84
<b>9</b>	<b>Prioritätsprinzip</b> . . . . .	85
9.1	Begriff . . . . .	85
9.2	Definition der Neuheit . . . . .	86
9.3	Ausländische Priorität . . . . .	87
9.4	Ausstellungspriorität . . . . .	88
9.5	Seniorität . . . . .	88
<b>10</b>	<b>Schutzbereich und Verletzung</b> . . . . .	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 . . . . .	97
10.2.2	Vervielfältigung . . . . .	98
10.2.3	Bearbeitung . . . . .	98
10.2.4	Freie Benutzung . . . . .	99
10.3	Schutzbereich eines Designs . . . . .	100
10.4	Schutzbereich eines Patents oder Gebrauchsmusters . . . . .	101
10.4.1	Wortsinngemäße Patentverletzung . . . . .	101
10.4.2	Äquivalente Verletzung . . . . .	103
10.4.3	Mittelbare Verletzung . . . . .	103
	Literatur . . . . .	104
<b>11</b>	<b>Schutzgrenzen . . . . .</b>	<b>105</b>
11.1	Verjährung . . . . .	105
11.2	Verwirkung . . . . .	106
11.3	Erschöpfung . . . . .	107
11.4	Markenrechtliche Besonderheiten . . . . .	109
11.4.1	Markenrechtliche Grenzen der Erschöpfung . . . . .	109
11.4.2	Benutzung des eigenen Namens . . . . .	110
11.4.3	Benutzung von beschreibenden Angaben . . . . .	110
11.4.4	Benutzung von Bestimmungsangaben . . . . .	111
11.4.5	Mangelnde Benutzung der Marke . . . . .	111
11.5	Urheberrechtliche Besonderheiten . . . . .	112
11.5.1	Urheberrechtliche Besonderheiten der Erschöpfung . . . . .	112
11.5.2	Zitate . . . . .	112
11.5.3	Privater Gebrauch . . . . .	114
11.5.4	Sonstiger eigener Gebrauch . . . . .	116
11.5.5	Vorübergehende Vervielfältigungshandlungen . . . . .	116
11.5.6	Sonstige Einschränkungen im öffentlichen Interesse . . . . .	117
11.6	Patentrechtliche Besonderheiten . . . . .	118
	Literatur . . . . .	119
<b>12</b>	<b>Übertragung und Lizenzierung . . . . .</b>	<b>121</b>
12.1	Übertragung . . . . .	121
12.2	Lizenzierung . . . . .	122
12.2.1	Ausschließliche Lizenz . . . . .	122
12.2.2	Alleinige Lizenz . . . . .	122
12.2.3	Einfache Lizenz . . . . .	122
12.2.4	Geltungsbereich der Lizenz . . . . .	123
12.2.5	Übertragbarkeit der Lizenz . . . . .	123

	12.2.6	Unterlizenzierung . . . . .	124
	12.2.7	Lizenzen in der Insolvenz . . . . .	124
	12.2.8	Kartellrechtliche Besonderheiten . . . . .	125
		Literatur . . . . .	128
<b>13</b>		<b>Arbeitnehmer und Geistiges Eigentum . . . . .</b>	<b>129</b>
	13.1	Arbeitnehmererfindungen . . . . .	129
		13.1.1 Inanspruchnahme von Erfindungen . . . . .	130
		13.1.2 Vergütung bei Inanspruchnahme von Erfindungen . . . . .	131
	13.2	Computerprogramme . . . . .	133
	13.3	Sonstige urheberrechtlich geschützte Werke . . . . .	133
	13.4	Sonstiges Geistiges Eigentum . . . . .	134
<b>14</b>		<b>Erlöschen von Schutzrechten . . . . .</b>	<b>135</b>
	14.1	Verzicht . . . . .	135
	14.2	Zeitablauf . . . . .	135
		14.2.1 Marken . . . . .	136
		14.2.2 Urheberrechte und verwandte Schutzrechte . . . . .	137
		14.2.3 Design . . . . .	137
		14.2.4 Patente und Gebrauchsmuster . . . . .	139
	14.3	Löschung . . . . .	140
<b>15</b>		<b>Lauterkeitsrecht . . . . .</b>	<b>141</b>
	15.1	Übersicht . . . . .	141
	15.2	Geschichte . . . . .	142
	15.3	Der Maßstab des Durchschnittsverbrauchers . . . . .	144
		15.3.1 Informiertheit des Verbrauchers . . . . .	145
		15.3.2 Aufmerksamkeit des Verbrauchers . . . . .	145
		15.3.3 Verständigkeit des Verbrauchers . . . . .	146
	15.4	Gesetzesaufbau . . . . .	146
	15.5	Geschäftliche Handlung . . . . .	148
	15.6	Die schwarze Liste, Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG . . . . .	148
		15.6.1 Angebliche Unterzeichnung eines Verhaltenskodex (Nr. 1) . .	149
		15.6.2 Verwendung von Gütezeichen, Qualitätskennzeichen oder Ähnlichem ohne die erforderliche Genehmigung (Nr. 2) . . .	149
		15.6.3 Angebliche Billigung eines Verhaltenskodex von einer öffentlichen oder anderen Stelle (Nr. 3) . . . . .	150
		15.6.4 Billigung einer geschäftlichen Handlung oder einer Ware oder Dienstleistung durch eine öffentliche Stelle (Nr. 4) . . .	150
		15.6.5 Lockangebote (Nr. 5) . . . . .	150
		15.6.6 Versuch, andere Waren oder Dienstleistungen abzusetzen (Nr. 6) . . . . .	152

15.6.7	Veranlassen zu einer sofortigen geschäftlichen Entscheidung (Nr. 7) . . . . .	152
15.6.8	Erbringung einer Leistung in einer anderen Sprache (Nr. 8) .	153
15.6.9	Verkehrsfähigkeit der Ware oder Dienstleistung (Nr. 9) . . . .	153
15.6.10	Gesetzlich bestehende Rechte (Nr. 10) . . . . .	154
15.6.11	Einsatz redaktioneller Inhalte zu Zwecken der Verkaufsförderung (Nr. 11) . . . . .	154
15.6.12	Gefahr für die persönliche Sicherheit des Verbrauchers oder seiner Familie (Nr. 12) . . . . .	155
15.6.13	Täuschung über die betriebliche Herkunft der beworbenen Ware oder Dienstleistung (Nr. 13) . . . . .	155
15.6.14	Schneeballsystem (Nr. 14) . . . . .	156
15.6.15	Geschäftsaufgabe oder -verlegung (Nr. 15) . . . . .	156
15.6.16	Gewinnchancen bei einem Glücksspiel (Nr. 16) . . . . .	156
15.6.17	Auslobung eines vermeintlichen Preises oder eines sonstigen Vorteils (Nr. 17) . . . . .	156
15.6.18	Vermeintliche Heilung von Krankheiten, Funktionsstörungen oder Missbildungen (Nr. 18) . . . . .	157
15.6.19	Marktbedingungen oder Bezugsquellen (Nr. 19) . . . . .	157
15.6.20	Angebot eines Gewinnspiels oder Preisausschreibens ohne Vergabe der ausgelobten Preise (Nr. 20) . . . . .	158
15.6.21	Angebot einer Ware oder Dienstleistung als „gratis“, „umsonst“, „kostenfrei“ oder dergleichen (Nr. 21) . . . . .	158
15.6.22	Übermittlung von Werbematerial unter Beifügung einer Zah- lungsaufforderung (Nr. 22) . . . . .	159
15.6.23	Erwecken des Eindrucks der Handlung nicht für Zwecke des Geschäfts, Handels, Gewerbes- oder Berufs, oder der Ver- brauchereigenschaft (Nr. 23) . . . . .	159
15.6.24	Erwecken des Eindrucks, ein Kundendienst sei in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union verfügbar (Nr. 24) . . . . .	160
15.6.25	Erwecken des Eindrucks, bestimmte Räumlichkeiten könnten ohne den vorherigen Abschluss eines Vertrages nicht verlassen werden (Nr. 25) . . . . .	160
15.6.26	Nichtbeachtung einer Aufforderung zum Verlassen der Woh- nung (Nr. 26) . . . . .	160
15.6.27	Hinderung an der Durchsetzung von vertraglichen Rechten aus einem Versicherungsverhältnis (Nr. 27) . . . . .	161
15.6.28	Unmittelbare Aufforderung an Kinder (Nr. 28) . . . . .	162
15.6.29	Aufforderung zur Bezahlung nicht bestellter, aber gelieferter Waren oder erbrachter Dienstleistungen (Nr. 29) . . . . .	162

15.6.30	Vermeintliche Gefährdung des Arbeitsplatzes oder Lebensunterhaltes des Unternehmers (Nr. 30) . . . . .	163
15.7	Rechtsbruch, § 3 a UWG . . . . .	164
15.8	Mitbewerberschutz, § 4 UWG . . . . .	164
15.8.1	Herabsetzung und Verunglimpfung von Mitbewerbern, § 4 Nr. 1 UWG . . . . .	164
15.8.2	Anschwärzung, § 4 Nr. 2 UWG . . . . .	165
15.8.3	Lauterkeitsrechtlicher Nachahmungsschutz, § 4 Nr. 3 UWG . . . . .	165
15.8.4	Gezielte Behinderung von Wettbewerbern, § 4 Nr. 4 UWG . . . . .	171
15.9	Aggressive geschäftliche Handlungen, § 4 a UWG . . . . .	177
15.9.1	Belästigung, § 4 a Abs. 1 Nr. 1. UWG . . . . .	177
15.9.2	Nötigung einschließlich der Anwendung körperlicher Gewalt, § 4 a Abs. 1 Nr. 2. UWG . . . . .	178
15.9.3	Unzulässige Beeinflussung, § 4 a Abs. 1 Nr. 3. UWG . . . . .	178
15.10	Irreführende geschäftliche Handlungen . . . . .	180
15.10.1	Begriff . . . . .	180
15.10.2	Maßstab . . . . .	181
15.10.3	Wettbewerbliche Relevanz . . . . .	182
15.10.4	Arten der Irreführung . . . . .	184
15.10.5	Gegenstand der Irreführung . . . . .	193
15.11	Vergleichende Werbung, § 6 UWG . . . . .	201
15.11.1	Begriff . . . . .	201
15.11.2	Maßstab . . . . .	201
15.11.3	Voraussetzungen rechtmäßiger vergleichender Werbung . . . . .	203
15.12	Unzumutbare Belästigungen, § 7 UWG . . . . .	210
15.12.1	Telefonwerbung, § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG . . . . .	211
15.12.2	Werbung mit automatischen Anrufmaschinen oder Faxgeräten, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG . . . . .	212
15.12.3	Werbung mit elektronischer Post, § 7 Abs. 2 Nr. 3, Abs. 3 UWG . . . . .	212
15.12.4	Verschleierung oder Verheimlichung der Identität des Absen- ders, § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG . . . . .	213
15.12.5	Briefwerbung . . . . .	213
15.12.6	Haustürwerbung . . . . .	214
15.13	Schutz von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen . . . . .	214
15.13.1	Allgemeine Geheimhaltungsmaßnahmen . . . . .	215
15.13.2	Geheimnisverrat, § 17 Abs. 1 UWG . . . . .	217
15.13.3	Betriebsspionage, § 17 Abs. 2 Nr. 1 UWG . . . . .	217
15.13.4	Geheimnisverwertung, § 17 Abs. 2 Nr. 2 UWG . . . . .	217
15.13.5	Internationaler Schutz . . . . .	218
15.14	Sonstige unlautere geschäftliche Handlungen, § 3 UWG . . . . .	218
15.14.1	Schockwerbung . . . . .	220

	15.14.2 Verkaufsförderungsmaßnahmen . . . . .	221
	Literatur . . . . .	222
<b>16</b>	<b>Ansprüche . . . . .</b>	<b>223</b>
	16.1 Aktivlegitimation . . . . .	223
	16.1.1 Aktivlegitimation im Bereich des Geistigen Eigentums . . . . .	224
	16.1.2 Aktivlegitimation im Bereich des Lauterkeitsrechts . . . . .	224
	16.2 Passivlegitimation . . . . .	229
	16.2.1 Täter . . . . .	229
	16.2.2 Teilnehmer . . . . .	229
	16.2.3 Unternehmensinhaber . . . . .	230
	16.3 Vorlage und Besichtigung . . . . .	231
	16.4 Unterlassung . . . . .	232
	16.4.1 Ordnungsmittel . . . . .	233
	16.4.2 Wiederholungsgefahr . . . . .	233
	16.4.3 Verschulden . . . . .	234
	16.4.4 Begehungsgefahr . . . . .	234
	16.5 Beseitigung . . . . .	234
	16.6 Urteilsbekanntmachung . . . . .	235
	16.7 Vernichtung . . . . .	236
	16.8 Rückruf . . . . .	237
	16.9 Schadensersatz . . . . .	237
	16.9.1 Verschulden . . . . .	238
	16.9.2 Schadensberechnung . . . . .	239
	16.9.3 Besonderheiten des Schadensersatzanspruchs im Lauterkeitsrecht . . . . .	242
	16.10 Auskunft . . . . .	243
	16.10.1 Allgemeiner Auskunftsanspruch . . . . .	243
	16.10.2 Anspruch auf Auskunft über und durch Dritte . . . . .	245
	16.10.3 Besonderheiten des Auskunftsanspruchs im Lauterkeitsrechts . . . . .	246
	16.11 Rechnungslegung . . . . .	247
	16.12 Kostenerstattung . . . . .	247
	Literatur . . . . .	248
<b>17</b>	<b>Verfahren . . . . .</b>	<b>249</b>
	17.1 Berechtigungsanfrage . . . . .	249
	17.2 Abmahnung . . . . .	250
	17.2.1 Definition und Rechtsnatur . . . . .	250
	17.2.2 Inhalt . . . . .	251
	17.2.3 Form . . . . .	253
	17.2.4 Rechtsfolgen . . . . .	253
	17.2.5 Unberechtigte Abmahnung . . . . .	254



17.2.6	Unterlassungserklärung . . . . .	254
17.2.7	Negative Feststellungsklage . . . . .	259
17.2.8	Abgrenzungsvereinbarung . . . . .	259
17.3	Einstweilige Verfügung . . . . .	260
17.3.1	Verfügungsgrund . . . . .	260
17.3.2	Verfügungsanspruch . . . . .	261
17.3.3	Glaubhaftmachung . . . . .	262
17.3.4	Verfahren . . . . .	262
17.3.5	Zustellung . . . . .	263
17.3.6	Schadensersatz bei ungerechtfertigter einstweiliger Verfügung . . . . .	264
17.3.7	Abschlussverfahren . . . . .	264
17.4	Klage . . . . .	266
17.5	Strafrechtliche Verfahren . . . . .	266
	Literatur . . . . .	267
<b>18</b>	<b>Schutz vor Produktpiraterie . . . . .</b>	<b>269</b>
18.1	Begriff . . . . .	269
18.2	Auswirkungen . . . . .	269
18.3	Schutzmöglichkeiten . . . . .	270
18.3.1	Technische Maßnahmen . . . . .	270
18.3.2	Aufklärung . . . . .	271
18.3.3	Rechtliche Maßnahmen . . . . .	272
<b>19</b>	<b>Geistiges Eigentum und Lauterkeitsrecht in der Due Diligence . . . . .</b>	<b>277</b>
	Literatur . . . . .	281
<b>Anhang</b>	<b>. . . . .</b>	<b>283</b>
<b>Sachverzeichnis</b>	<b>. . . . .</b>	<b>287</b>