

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Einleitung	VI
I. TEIL: Allgemeines	
1. Kapitel: Die Rechtsquellen	
§ 1. Zum System der Gesetzgebung	3
§ 2. Gesetze und völkerrechtliche Verträge	4
I. Schweizerische nationale Gesetze	4
II. Internationale Übereinkommen	5
1. Übereinkommen vom 14. Juli 1967 zur Errichtung der Weltorganisation für geistiges Eigentum (OMPI)	5
2. Gewerblicher Rechtsschutz	6
a) Allgemeines Abkommen	6
b) Erfindungspatente	7
c) Gewerbliche Muster und Modelle	8
d) Fabrik- und Handelsmarken	9
e) Herkunftsangaben	11
f) Pflanzenzüchtungen	11
3. Urheberrecht	12
III. Bilaterale Übereinkommen	14
2. Kapitel: Geschichtliches	
§ 3. Die ausländische und internationale Entwicklung des Immaterialgüterrechts	15
I. Ästhetische Werke und Erfindungen	15
1. Altertum und Mittelalter	15
2. Die Privilegien	16
3. Die Lehre vom geistigen Eigentum	20
4. Die Gesetzgebung	24
a) Patentrecht	24
b) Geschmacksmusterrecht	31
c) Urheberrecht	33
II. Warenzeichen	35
III. Die internationalen Konventionen	36
§ 4. Beginn und Ausbau des schweizerischen Immaterialgüterrechts	39
3. Kapitel: Die allgemeine dogmatische Betrachtung	
§ 5. Die Rechtsobjekte	49
I. Rechtsobjekte und Immaterialgüter	49
II. Rechtsobjekte und rechtlich geschützte Interessen	52
III. Die als Rechtsobjekte anerkannten Immaterialgüter	55
1. Die geistige Natur der Immaterialgüter	55
2. Numerus clausus	59
a) Werke der Literatur, Wissenschaft und Kunst; Muster und Modelle	59
b) Technische Geistesschöpfungen	61
c) Kennzeichnungsgüter	62
IV. Die geschützten Interessen	66
1. Materielle Interessen	66
2. Ideelle Interessen	67

§ 6. Die Ausschließlichkeitsrechte an Immaterialgütern	69
I. Die eigentlichen Ausschließlichkeitsrechte	69
1. Absolute Rechte	69
2. Inhalt der Ausschließlichkeitsrechte	70
3. Die Ausschließlichkeitsrechte als einheitliche absolute Rechte	71
II. Unvollkommene Ausschließlichkeitsrechte	75
§ 7. Der Besitz an Immaterialgütern	76
I. Die Anwendung des sachenrechtlichen Besitzbegriffes im Immaterialgüterrecht	76
II. Die einzelnen Besitzesverhältnisse	78
1. Der Besitz eines Geheimnisses	78
2. Der Erfindungsbesitz	80
a) Die Patententnahme	80
b) Gutgläubige Vorbenutzung	81
3. Der Besitz an ästhetischen Schöpfungen	82
a) Werke der Literatur und Kunst	82
b) Muster und Modelle	82
4. Der Besitz an Warenkennzeichen	83
5. Der Einfluß des Besitzes auf die Übertragung der Rechte an den Immaterialgütern	84
6. Besitz und Rechtsvermutung	85
III. Zusammenfassung	86
§ 8. Die Einreihung der Immaterialgüterrechte in das System des Privatrechts	86
I. Persönlichkeitsrechte	87
II. Geistiges Eigentum	91
III. Immaterialgüterrechte	104
IV. Rechte an der Kundschaft und Monopolrechte	105
V. Unerlaubte Handlungen	112
1. Verletzung von Immaterialgüterrechten	112
2. Der unlautere Wettbewerb	113
VI. Zugehörigkeit des Immaterialgüterrechts zum privaten und öffentlichen Recht	116
§ 9. Entstehung, zeitliche und territoriale Grenzen	118
I. Entstehung der Immaterialgüterrechte	118
II. Die zeitlichen Grenzen der Immaterialgüterrechte	119
1. Die Dauer des Patentschutzes	119
2. Die Dauer des Schutzes von Werken der Literatur und Kunst	124
a) Die begrenzte Schutzfrist	124
b) Die Kulturabgabe (domaine public payant, domaine d'état)	131
3. Die Dauer des Schutzes von Mustern und Modellen	133
4. Die unbegrenzte Dauer der Markenrechte	134
III. Die territorialen Grenzen der Immaterialgüterrechte	134

II. TEIL: Die materiellen Grundlagen der Ausschließlichkeitsrechte an Immaterialgütern

§ 10. Allgemeine Bemerkungen über die rechtliche Bestimmung der Immaterialgüter	143
---	-----

4. Kapitel: Die Erfindung

§ 11. Der Begriff «Erfindung»	145
§ 12. Die Merkmale der patentfähigen Erfindung	149
I. Technische Regel	149
1. Bereich der Technik	149
a) Biologie	150
b) Anweisungen an den menschlichen Geist	150
c) Der Zweck	152
2. Die Erfindung als Regel: Grundsatz der Wiederholbarkeit	152

II. Die Erfindung als Geisteswerk	155
1. Erfindung und Entdeckung	155
2. Die Erfindung ist objektiver Geist	156
III. Das Nichtnaheliegen	158
1. Erfindungshöhe, erfinderische Tätigkeit, Nichtnaheliegen	158
2. Der Stand der Technik	160
3. Der Fachmann	163
4. Überlegungen zur Antwort auf die Frage nach dem Naheliegen	167
a) Stand der Technik und Wissen des Fachmannes	167
b) Kenntnis der Erfindung, Wissen des Richters oder des Experten und Weiterentwicklung der Technik	168
c) Das Wissen des Erfinders oder einer Gruppe von Erfindern und planmäßiges Forschen	170
d) Beweisanzeichen (Indizien)	171
e) Besondere Probleme	175
5. Nichtnaheliegen und Erfindungshöhe	189
IV. Die Neuheit	195
1. Materielle Neuheit	195
2. Formelle Neuheit	198
a) Der Grundsatz	198
b) Die Identität	200
V. Die gewerbliche Anwendbarkeit	200
§ 13. <i>Ausschluß und Ausnahmen von der Patentierung</i>	202
I. Ausschluß	202
II. Ausnahmen von der Patentierbarkeit	203

5. Kapitel: Die Marke

§ 14. <i>Die Merkmale</i>	205
I. Wesen und gesetzliche Definition der Marke	205
1. Das Wesen der Marke	205
a) Das metarechtliche Sein der Marke	205
b) Die Marke als im Bewußtsein erscheinende einheitliche Vorstellung von Zeichen und individualisierter Ware oder Leistung	206
c) Erscheinungsweisen der Marke	207
d) Die Wirkung der Marke im Bewußtsein	209
2. Die gesetzliche Definition der Marke	210
a) Geschäftsfirmer	210
b) Zeichen	211
II. Die Herkunfts- und Individualisierungsfunktion	212
1. Die Unterscheidungskraft	212
2. Die allgemeine Unterscheidungsregel für Wortzeichen	214
3. Die Bedeutung des Gesamteindrucks	220
4. Ausschließlicher Vergleich der Marke ohne Rücksicht auf markenfremde Einflüsse	225
5. Verwechslungsgefahr und Warennähe	227
6. Verwechslungsabsicht ist unbeachtlich	228
7. Verwechslungsgefahr und maßgebliche Verkehrskreise	229
8. Die Bedeutung des Erinnerungsbildes	232
9. Exportmarken	233
10. Der Sinngehalt (Motivschutz)	235
a) Übereinstimmender Vorstellungsgehalt trotz klanglicher oder visueller Verschiedenheit	235
b) Verschiedener Vorstellungsgehalt trotz klanglicher oder visueller Ähnlichkeit	237

11. Schwache und starke Zeichen	238
a) Bedeutung für den Schutzzumfang	238
b) Durchsetzung im Verkehr	239
c) Grundsatz der gleichen Abstände	239
12. Serienzeichen und Sortenbezeichnungen	240
a) Serienzeichen	240
b) Sortenbezeichnungen	242
13. Kombinierte Zeichen	243
14. Bildmarken	243
15. Firma und Handelsname	245
a) Begriffe «Firma» und «Handelsname»	245
b) Die Beurteilung der Verwechslungsgefahr	245
c) Die Gleichnamigen (Homonyme)	248
16. Die Gerichtspraxis zur Verwechslungsgefahr	252
III. Die Garantiefunktion der Marke	254
IV. Der selbständige und geschlossene Eindruck der Marke	255
V. Die Zugehörigkeit der Marke zu bestimmten Warenkategorien	258
1. Die Warenverschiedenheit	258
2. Die Schwierigkeit der Feststellung	261
3. Die begleitende Marke	267
§ 15. <i>Der Gebrauch der Marke</i>	269
I. Die Bedeutung des Gebrauches für die Entstehung und die Wahrung des Markenrechts	269
1. Geltendes und geplantes schweizerisches Recht	270
a) Geltendes Recht	270
2. Die Bedeutung des Registereintrages	271
a) Zukünftiges Recht	274
II. Der stellvertretende Gebrauch	275
III. Die Bedeutung des Gebrauchs der Marke im Inland und im Ausland	279
1. Maßgeblichkeit des inländischen Gebrauchs	279
2. Ausnahmsweise Berücksichtigung des ausländischen Gebrauchs der Marke	279
IV. Der markenmäßige Gebrauch	282
1. Anbringen der Marke auf der Ware oder deren Verpackung	282
2. Beginn des markenmäßigen Gebrauchs	283
V. Gebrauch und Schutzbereich des Markenrechts	284
§ 16. <i>Schutzunfähige Zeichen</i>	285
I. Öffentliche Wappen und andere Hoheitszeichen	285
1. Gesetzliche Grundlage	285
2. Schweizerische Wappen und öffentliche Zeichen	285
a) Eintragungsverbot	285
b) Benutzungsverbot	287
3. Ausländische Hoheitszeichen	288
a) Eintragungsverbot	288
b) Benutzungsverbot	289
4. Zulässige Eintragung und Gebrauch von Hoheitszeichen	289
a) Durch die Gemeinwesen	289
b) Kollektivmarken	289
c) Eidgenössisches Kreuz als Patentzeichen	290
d) Die Verwendung von schweizerischen Kontroll- und Garantiezeichen oder -stempeln für gänzlich verschiedene Waren	290
e) Wappen und andere Zeichen des Auslands	290
f) Konkurrenz inländischer und ausländischer Hoheitszeichen	290
5. Nationale Bild- und Wortzeichen	290
6. Verwendung des olympischen Symbols	291

II. Zeichen, die Gemeingut sind	292
1. Beschaffenheitsangaben	292
a) Marken	292
b) Firmen	298
2. Freizeichen	300
3. Buchstaben und Zahlen	309
III. Sittenwidrige Zeichen	310
1. Anstößige Zeichen	311
2. Irreführende Zeichen	313
§ 17. Die Herkunftsbezeichnung	319
I. Der Begriff «Herkunftsbezeichnung»	320
II. Die für die Entstehung der Herkunftsbezeichnung maßgebenden Einflüsse	326
III. Herkunftsbezeichnung und politische Grenzen	329
IV. Geographische Namen als individuelle Marken	330
1. Verbindung eines geographischen Namens mit einem einzelnen Unternehmen	330
2. Der geographische Name als Phantasiemarke	332
3. Ersonnene geographische Namen	335
V. Geographische Namen als Gattungsbezeichnungen	335
§ 18. Die Einteilung der Marken	338
I. Die Unterscheidung nach der Form	338
1. Wortmarken	338
2. Bildmarken	338
3. Kombinierte Marken	339
4. Buchstaben- und Zahlenmarken	339
5. Dreidimensionale Zeichen	339
6. Formmarke	339
7. Gehör- und Geruchsmarken	340
8. Telle-quelle-Marken	340
II. Unterscheidung nach der Funktion	340
1. Warenzeichen	340
2. Fabrik-, Handels-, Produktionsmarken	341
3. Dienstleistungsmarken	342
4. Die berühmte Marke	342
5. Die allgemein bekannte Marke	344
III. Unterscheidung nach dem Berechtigten	344
1. Einzelmarke	344
2. Kollektivmarke	344
3. Konzernmarke	345
4. Holdingmarke	345
6. Kapitel: Werke der Literatur und Kunst	
§ 19. Reichweite des Begriffes «Werke der Literatur und Kunst»	346
I. Die Kategorien	346
1. Aufzählung	346
2. Die Bedeutung der Aufzählung	347
3. Zweifelsfälle	348
II. Das Geisteswerk	351
III. Werke der Wissenschaft	354
IV. Computerprogramme und andere Anweisungen an den menschlichen Geist	356
1. Die Eigenart	356
2. Unterschied im Zweck	358
V. Individualität des Werkes und statistische Einmaligkeit	360
1. Individualität	360
2. Statistische Einmaligkeit	362

VI. Unerhebliche Eigenschaften	365
1. Nützlichkeitszweck	365
2. Der ästhetische Überschuß	366
3. Flüchtige und dauernde sinnlich wahrnehmbare Mitteilung (Objektivation)	367
4. Sitten- oder Gesetzwidrigkeit	368
5. Objektive Neuheit	368
6. Werkteil, Skizze, Entwurf	369
§ 20. <i>Materialisiertes Werk und Werkgehalt</i>	370
I. Mitteilungsträger und Materialisation	370
II. Als Werk konkretisierter und nichtkonkretisierter Gehalt	371
III. Auswechselbarkeit des Mitteilungsträgers	371
IV. Inadäquate Begriffe	372
1. Form und Inhalt	372
2. Innere und äußere Form	372
3. Die Schichten des Werkes	373
V. Individueller Gehalt und Gemeingut	373
VI. Das materialisierte Werk als urheberrechtlich allein maßgebliche Mitteilung	374
§ 21. <i>Zweifelsfälle der Zugehörigkeit zu den Werken der Literatur und Kunst</i>	374
I. Sprachwerke	374
1. Werbetexte	374
2. Wörterbücher, Kataloge, Formularverträge, Listen usw.	375
3. Sammlungen und Sammelwerke	376
4. Editio princeps und textkritische Ausgabe	377
5. Werktitel	378
6. Briefe, Tagebücher	379
II. Unterhaltungsmusik	379
III. Kunstwerke	380
1. Werke der angewandten Kunst	380
2. Kleidermodelle	383
3. Buchstaben und Schriften	383
4. Gebrauchsgraphik	384
5. Werke der Baukunst	385
6. Werke der Photographie	387
7. Technische Zeichnungen, Pläne, geographische Karten	387
8. Werke der Interpretation	390
§ 22. <i>Werke zweiter Hand, Bearbeitungen</i>	392
§ 23. <i>Werk und Stil</i>	394

7. Kapitel: Die Muster und Modelle

§ 24. <i>Merkmale der Muster und Modelle</i>	395
I. Äußere Formgebung	395
II. Gewerbliche Muster und Modelle	397
III. Ästhetische Form und Gebrauchszweck	400
1. Ästhetische Form	400
2. Die Absicht	401
3. Die sogenannten Geschmacks- und Gebrauchsmuster	402
4. Formschutz und technische Wirkung	404
IV. Geistesschöpfung und Originalität	405
V. Die Unterscheidung von Muster und Modell	409
§ 25. <i>Die formelle Neuheit als gesetzliches Attribut</i>	409
I. Die formelle Neuheit	410
II. Die Art des Bekanntseins	410

1. Publikum und beteiligte Verkehrskreise	410
2. Die Art der Kenntnisnahme	411
3. Die Zahl der Kenntnisnehmenden	412
4. Die territorialen Grenzen der neuheitsschädlichen Bekanntgabe	412

§ 26. Schutzunfähige Muster und Modelle	416
---	-----

8. Kapitel: Die materiellen Grundlagen der unvollkommenen Exklusivrechte

§ 27. <i>Geheimnis und «Know-how»</i>	417
I. Das Geheimnis	417
II. Das «Know-how»	420
1. Die Reichweite des Begriffes «Know-how»	420
2. Kategorien des «Know-how»	421
a) Unternehmensinterne Kategorien	421
b) Aufteilung nach der wettbewerblichen Funktion	421
c) Aufteilung nach dem Rechtsschutz	422
3. Das «Know-how» als geschütztes Wirtschaftsgut	425
§ 28. <i>Die Ausstattung</i>	426
I. Begriff der Ausstattung	426
II. Originalität, Verkehrsgeltung und Verwechslungsgefahr	428

9. Kapitel: Wechselbeziehungen der materiellrechtlichen Grundlagen des gewerblichen Rechtsschutzes

§ 29. <i>Kumulation des Rechtsschutzes</i>	436
§ 30. <i>Fälle der unechten Wechselbeziehung</i>	438
I. Technisch bedingte und ästhetisch bestimmte Form	438
II. Technisch bedingte Form und Ausstattung	439
III. Ästhetische Form, Ausstattung und Formmarke	443

III. TEIL: Die formellen Grundlagen

10. Kapitel: Allgemeine Bemerkungen zum System des Registereintrages

§ 31. <i>Die zuständigen Behörden</i>	449
I. Schweizerische Behörden	449
II. Europäische Patentanmeldungen und europäische Patente	451
§ 32. <i>Die Bedeutung des Eintrages im Register</i>	451
I. Systeme des rechtsvollendenden Formalaktes	451
1. Patenterteilung	453
2. Die Muster- oder Modellhinterlegung	458
3. Die Eintragung der Marke	458
II. Konkurrenz des aus dem Registereintrag abgeleiteten und des von diesem unabhängigen Rechts	459
1. Patentrecht	459
2. Muster- und Modellrecht	461
3. Markenrecht	461
III. Registereintrag und Verfügung über das Recht	461
1. Patentrecht	461
2. Muster- und Modellrecht	468
3. Markenrecht	469

IV. Registereintrag und Rechtsvermutung	471
1. Muster- und Modellrecht	471
2. Markenrecht	473
3. Patentrecht	474

11. Kapitel: Die Eintragung im Register

§ 33. <i>Patenterteilung</i>	476
I. Begriff des Patentbesitzes	476
II. Inhalt des Patentbesitzes	480
1. Patentanspruch und Beschreibung	480
2. Die Patentansprüche	484
a) Die Grundregel	484
b) Änderung der Patentansprüche	487
c) Verantwortung des Patentanmelders für den Inhalt des Patentbesitzes und der Patentansprüche	491
III. Form der Patentanmeldung	493
1. Gemäß PatG	493
2. Nach EPÜe	493
3. Nach PCT	494
IV. Umwandlung der europäischen Patentanmeldung und Kollision von schweizerischem, internationalem und Europapatent	494
V. Die Prüfung der Patentanmeldungen	495
1. Das schweizerische Vorprüfungssystem	495
a) Vorbemerkungen	495
b) Amtliche Vorprüfung	496
c) Teilweise Vorprüfung	498
2. Die Vorprüfung gemäß EPÜe	498
3. Die Vorprüfung gemäß PCT	499
VI. Die registerliche Behandlung der Änderungen betreffend Rechte auf das und am Patent, von Lizenzen und Vertretern	499
1. PatG	499
2. EPÜe	500
VII. Der Vertreter	501
1. Beim BAGE	501
2. Beim Europäischen Patentamt	503
3. Internationale Patentanmeldungen	504
VIII. Gebühren	504
§ 34. <i>Die Eintragung der Marke, der Firma und der Enseigne</i>	505
I. Die zur Hinterlegung der Marke Berechtigten	505
1. Zur Eintragung der Marke berechnigte Personen	505
2. Die ausländischen Hinterleger	507
3. Die Eintragung von Kollektivmarken	508
II. Die Form der Anmeldung	509
1. Die Geschäftsfirmen	509
2. Fabrik- und Handelsmarken im engeren Sinn	510
III. Erneuerung der Eintragung	510
IV. Die Markenübertragung	511
V. Die Prüfung der angemeldeten Marken	511
VI. Vertreter	515
VII. Gebühren	515
VIII. Eintragung der Firma und der Enseigne	515
1. Zuständige Behörden und Register	515
a) Kantonale Behörden und Register	515
b) Bundesaufsicht	516

2. Firma	§ 16
a) Eintragungspflicht und -recht	§ 16
b) Dauer der Eintragung	§ 16
c) Prüfung der Eintragung	§ 16
3. Enseigne	§ 17
<i>§ 35. Die Hinterlegung der Muster und Modelle</i>	<i>§ 18</i>
I. Form der Hinterlegung	§ 18
II. Die Prüfung	§ 19
III. Änderungen der Hinterlegung	§ 19
IV. Verlängerung der Hinterlegung	§ 19
V. Der Vertreter	§ 20
VI. Gebühren	§ 20
Sachregister	§ 21
Literaturverzeichnis	§ 33
Abkürzungsverzeichnis	§ 39