

Das Geistige Eigentum schützt nicht nur intellektuelle Leistungen, es stellt auch selbst eine intellektuelle Herausforderung dar. Das liegt in der Rechtsnatur immaterieller Güter begründet und wird deutlich, wenn man sich folgende Szenarien vorstellt:

Im ersten Szenario lernen Sie in der Kantine Ihres Unternehmens einen neuen Kollegen kennen. Sie kommen auf einen neuen Film zu sprechen, den Sie vor Kurzem auf DVD erworben hatten. Der Kollege bittet Sie, ihm eine Kopie der DVD anzufertigen und mitzubringen.

Im zweiten Szenario berichtet der Kollege, dass es einen DVD-Laden geben soll, der unmittelbar auf dem Weg zwischen Ihrer Arbeitsstätte und Ihrem Zuhause liegt und von dem er gehört habe, dass die Ladentür abends häufig nicht verschlossen sei. Ihr Kollege bittet Sie, auf dem Weg nach Hause zu prüfen, ob auch an diesem Abend die Ladentür nicht verschlossen wurde und in diesem Fall eine DVD des besprochenen Films aus dem Regal zu nehmen und ihm mitzubringen.

Während im ersten Szenario viele dem Wunsch des Kollegen aus Höflichkeit entsprechen würden, kann man im zweiten Szenario davon ausgehen, dass viele die Bitte mit dem Hinweis ablehnen würden, dass man so etwas nicht tue. In beiden Fällen liegt eine Verletzung des Eigentums einer dritten Person vor, im ersten Fall eine Verletzung des Geistigen Eigentums des Filmproduzenten, im zweiten Fall eine Verletzung des materiellen Eigentums des Ladenbesitzers. Dennoch werden die beiden Eigentumsverletzungen hinsichtlich des allgemeinen Rechtsverständnisses unterschiedlich bewertet. Es stellt sich die Frage, warum dies so ist.

Ein Grund mag in der geschichtlichen Entwicklung des Eigentums liegen. Während Rechte an materiellen Dingen, insbesondere am Eigentum, bereits bei den Jäger- und Sammlergesellschaften der Altsteinzeit vor ca. 2 Mio. Jahren bekannt waren,¹ ist die Lage hinsichtlich der Rechte an immateriellen Gütern komplizierter. Sie haben sich erst im

¹ Wesel (2006), Rn. 12 ff.

Mittelalter durch die Verleihung von Privilegien entwickelt.² Sachen sind im Normalfall einer Person rechtlich zugeordnet. Herrenlose Sachen sind die seltene Ausnahme.³ Ideen als solche waren niemals und sind auch heute nicht schutzfähig. Sie sind frei und stehen – sobald sie geäußert werden – der Allgemeinheit zur Verfügung. Rechte an materiellen Dingen sind also die Regel, während Rechte an immateriellen Dingen die Ausnahme sind. Damit stellt sich die Frage, was denn eigentlich durch das Geistige Eigentum geschützt wird. Die Grenze zwischen der Gemeinfreiheit von Ideen und geschütztem Geistigen Eigentum ist schwer zu ziehen. Sie muss immer wieder neu definiert werden. Inhalt und Umfang sowie die genaue Ausgestaltung dieser Rechte sind deshalb bis heute Gegenstand der Diskussion. Der Einigung über das europäische Patent mit einheitlicher Wirkung sind beispielsweise fast 40 Jahre Diskussion vorausgegangen.⁴ Auch der technische Fortschritt belebt die Diskussion über die Grenzen des Geistigen Eigentums immer wieder neu. So führte erst die Erfindung des Buchdruckes zu juristischen Diskussionen über die Einführung eines Urheberrechts, also eines Eigentums des Autors an seinem Werk.⁵ Vor der Erfindung des Buchdruckes war dieses Problem praktisch irrelevant, da es technisch nicht möglich war, Schriftwerke in großem Umfange zu kopieren. Es ist deshalb auch nicht überraschend, dass die Erfindung des Internets mit der Möglichkeit, Musikdateien weltweit ohne relevanten Aufwand zu kopieren, zu einer neuen Diskussion über die Schutzwürdigkeit bzw. den Schutzzumfang von Film- und Musikwerken führt. Die öffentliche Diskussion, die hierüber geführt wird und das Urheberrecht zum Gegenstand der politischen Diskussion gemacht hat, ist richtig und wichtig. Ebenso wichtig ist es jedoch, dass diese Diskussion auf einem Niveau geführt wird, das der Bedeutung der Rechte des Geistigen Eigentums gerecht wird. Hierzu ist es erforderlich, den Aufbau und die Funktionsweise der Rechte des Geistigen Eigentums zu verstehen. Ähnlich stellt sich die Lage auf dem Gebiet des Patentrechts dar. Der technische Fortschritt ermöglicht beispielsweise technische Erfindungen und Verfahren zur Veränderung der genetischen Identität von Lebewesen. Dies wirft erhebliche ethische Fragen auf, ermöglicht aber auch weitreichende Fortschritte bei der Behandlung von Krankheiten. Die Entscheidung, bis zu welcher Grenze derartige Erfindungen und Verfahren erlaubt und gegebenenfalls patentierbar sein sollen, ist deshalb von großer Bedeutung.

Auch wirtschaftlich hat das geistige Eigentum große Bedeutung. Mit immateriellen Rechten lassen sich enorme materielle Werte begründen.⁶ Gemäß einer Studie des Europäischen Patentamtes und des Amtes der Europäischen Union für Geistiges Eigentum für den Binnenmarkt wird weit über ein Drittel des Bruttoinlandsprodukts im Binnenmarkt von Industriezweigen erwirtschaftet, die schutzrechtsintensiv sind, also in größerem Ausmaß als der Durchschnitt Geistiges Eigentum für ihre Tätigkeit schützen und nutzen. Die betreffenden Branchen stellen rund ein Viertel aller Arbeitsplätze in der Europäi-

² Wesel (2006), Rn. 284.

³ Vgl. § 958, 959 BGB.

⁴ Tilmann (2013).

⁵ Grundling (1726), S. 3.

⁶ Hasselblatt, Vorwort zur 4. Auflage des Münchener Anwaltshandbuch Gewerblicher Rechtsschutz.

schen Union.⁷ Schätzungen zufolge betrug der Wert der Marke „Apple“ im Jahre 2013 98,3 Mrd. US-\$.⁸ Der wichtigste Vermögensgegenstand eines Unternehmens ist heute häufig nicht mehr das Grundstück bzw. die Produktionseinrichtungen, sondern das Recht an der Bezeichnung des Unternehmens bzw. einzelner Produkte. Aus diesem Grunde werden auch zunehmend immaterielle Vermögenswerte in der Bilanz ausgewiesen. Ähnlich bedeutend für den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens kann die Frage sein, ob eine bestimmte technische Gestaltung für ein Unternehmen monopolisiert werden kann. Die weltweite gerichtliche Auseinandersetzung zwischen der Apple Inc. und Samsung Electronics über Patentverletzungen macht dies deutlich. Mit zunehmender Bedeutung des Designs für den Markterfolg eines Produktes gewinnt auch das Designrecht an Bedeutung, also das Recht, die optische Gestaltung eines Produktes zu schützen. Die Frage, welchen gestalterischen Abstand ein Samsung Tablet-PC von einem Apple iPad halten muss, hat große Auswirkungen auf den kommerziellen Erfolg der betroffenen Produkte. Die wirtschaftliche Bedeutung dieser Fragen ergibt sich auch daraus, dass es sich regelmäßig um Entscheidungen handelt, die sich auf alle Produkte einer Art auswirken. Die Frage nach dem Eigentum an einer Sache bezieht sich regelmäßig nur auf diese konkrete Sache. Die Frage nach dem Recht an einer Bezeichnung, einer technischen Erfindung oder einer Gestaltung bezieht sich hingegen immer auf alle entsprechenden Produkte, also auf den gesamten Markt. Die Entwicklung zu einer Informations- und Wissensgesellschaft führt deshalb zwangsläufig zu einer Auseinandersetzung mit dem Begriff des Geistigen Eigentums.

Das Beispiel der weltweiten gerichtlichen Auseinandersetzung zwischen der US-amerikanischen Apple Inc. und der südkoreanischen Samsung Electronics, die unter anderem auch vor deutschen Gerichten geführt wird, verdeutlicht eine weitere Besonderheit des Geistigen Eigentums: Es ist sehr international. Materielle Dinge können nur mit einem gewissen Aufwand von einem Land in ein anderes transportiert werden. Technische Erfindungen, Produktbezeichnungen und -gestaltungen können hingegen ohne relevanten Aufwand oder Zeitverlust elektronisch weltweit verbreitet werden. Das Recht des Geistigen Eigentums ist deshalb sehr viel internationaler als andere Rechtsgebiete. Deshalb wurden auch relativ schnell internationale Abkommen über das Geistige Eigentum abgeschlossen. Nachdem in Deutschland im Jahre 1874 das Markenschutzgesetz, 1876 das Geschmacksmustergesetz und 1877 das Patentgesetz erlassen wurden, kam es bereits 1883 zum Abschluss der Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums (PVÜ),⁹ mit der die teilnehmenden Länder einen „Verband zum Schutz des gewerblichen Eigentums“ bildeten. Es ist im Zweifel nicht ausreichend, eine Marke nur

⁷ Europäisches Patentamt/Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt, „Intellectual Property Rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in Europe“, S. 7.

⁸ Interbrand (2013), S. 15.

⁹ Pariser Verbandsübereinkunft zum Schutz des gewerblichen Eigentums vom 20. März 1883, revidiert in Brüssel am 14. Dezember 1900, in Washingtons am 2. Juni 1911, in Den Haag am 6. November 1925, in London am 2. Juni 1934, in Lissabon am 31. Oktober 1958 und in Stockholm am 14. Juli 1967 mit den Änderungen des 20. August 1984, BGBl. Teil II/1984, 799 ff.

in Deutschland registrieren zu lassen. Europäischer oder internationaler Schutz ist zumindest in Erwägung zu ziehen. Nicht ohne Grund hat die europäische Unionsmarke in kürzester Zeit hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Bedeutung die nationale deutsche Marke überholt.

Auch das Lauterkeitsrecht hat eine erhebliche Bedeutung im Rahmen des Wirtschaftsrechts. Es definiert die „Spielregeln“, die Wettbewerbsteilnehmer im Umgang miteinander einzuhalten haben.

1.1 Terminologie

Nicht nur der Umfang des Schutzes Geistigen Eigentums wird diskutiert, bereits die Terminologie sorgt für Diskussionen. Im englischsprachigen Rechtsraum hat sich der Begriff „Intellectual Property“ durchgesetzt. In Deutschland spricht man hingegen traditionell vom Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht. Die größte und älteste in Deutschland mit dem Geistigen Eigentum befasste Vereinigung nennt sich daher auch „Deutsche Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht“ (GRUR). Auch die wichtigste deutschsprachige Fachzeitschrift zum Geistigen Eigentum nennt sich deshalb „GRUR“. Der Begriff „Gewerblicher Rechtsschutz“ bezieht sich auf Schutzrechte, die insbesondere der gewerblichen Betätigung dienen, wie zum Beispiel das Patentrecht, das Gebrauchsmusterrecht, das Designrecht und das Markenrecht. Das Urheberrecht stellt hingegen ein typischerweise persönliches Recht dar, das sich auf eine persönliche geistige Schöpfung bezieht. Inhaber eines Urheberrechtes kann deshalb immer nur eine natürliche Person sein, niemals eine juristische Person – selbst wenn auch Urheberrechte gewerblich verwertet werden können. Aufgrund dieser definitorischen Beschränkung des Begriffs „Gewerblicher Rechtsschutz“ bietet sich eigentlich die Verwendung des weiter gefassten Begriffes des Geistigen Eigentums an. Dass dieser sich dennoch lange Zeit in Deutschland nicht durchsetzen konnte, liegt an der engen Ausgestaltung des Eigentumsbegriffs im BGB. In § 903 BGB wird das Eigentum lediglich als rechtliche Herrschaft über eine Sache definiert. Eine Sache hingegen wird in § 90 BGB ausschließlich als „körperlicher Gegenstand“ definiert. Damit ist das Geistige Eigentum jedenfalls kein Eigentum im Sinne des BGB. Aus diesem Grunde wird teilweise auch der Begriff „Immaterialgüterrecht“ verwendet.¹⁰ Derartige Differenzierungen mit Blick auf den engen Eigentumsbegriff des BGB sind heute jedoch nicht mehr zeitgemäß. Bereits durch die Hinzufügung des Adjektivs „Geistiges“ wird hinreichend deutlich, dass es sich nicht um das Eigentum im Sinne des BGB, sondern um ein besonderes Eigentum handelt.¹¹ Auch die Gesetzessystematik spricht hierfür. Schließlich regelt das BGB das Eigentum lediglich in sachenrechtlicher Hinsicht. Das Geistige Eigentum hingegen ist in Sondergesetzen geregelt. Die Definition des Eigentums im BGB ist deshalb für das Geistige Eigentum irrelevant. Insbesondere aber die Recht-

¹⁰ Kohler (1894).

¹¹ Götting (2006).

sprechung des Bundesgerichtshofes spricht für die Verwendung dieses Begriffes. In der berühmten Entscheidung „Grundig-Reporter“ folgt das Gericht einem naturrechtlich geprägten Verständnis des Geistigen Eigentums:

Für das moderne Urheberrecht wird allseitig anerkannt, dass die Nutzungsrechte des Urhebers nur die Ausstrahlungen seines durch den Schöpfungsakt begründeten geistigen Eigentums sind. Die Herrschaft des Urhebers über sein Werk, auf den sich sein Anspruch auf einen gerechten Lohn und eine Verwertung seiner Leistung durch Dritte begründet, wird ihm hiernach nicht erst durch den Gesetzgeber verliehen, sondern folgt aus der Natur der Sache, nämlich aus seinem geistigen Eigentum, das durch die positive Gesetzgebung nur seine Anerkennung und Ausgestaltung findet.¹²

Nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts wird auch der verfassungsrechtliche Eigentumsbegriff im Sinne des Art. 14 des Grundgesetzes (GG) weit ausgelegt und umfasst jede vermögenswerte Rechtsposition¹³ und damit auch Rechte des Geistigen Eigentums, wie das Patentrecht¹⁴ und das Markenrecht¹⁵.

In einer modernen Gesellschaft, in der Wissen und Information in ihrer Bedeutung das Sacheigentum längst überholt haben, erschiene eine Beschränkung des Eigentumsbegriffs auf körperliche Gegenstände unpassend und rückständig. Der Begriff des Geistigen Ei-

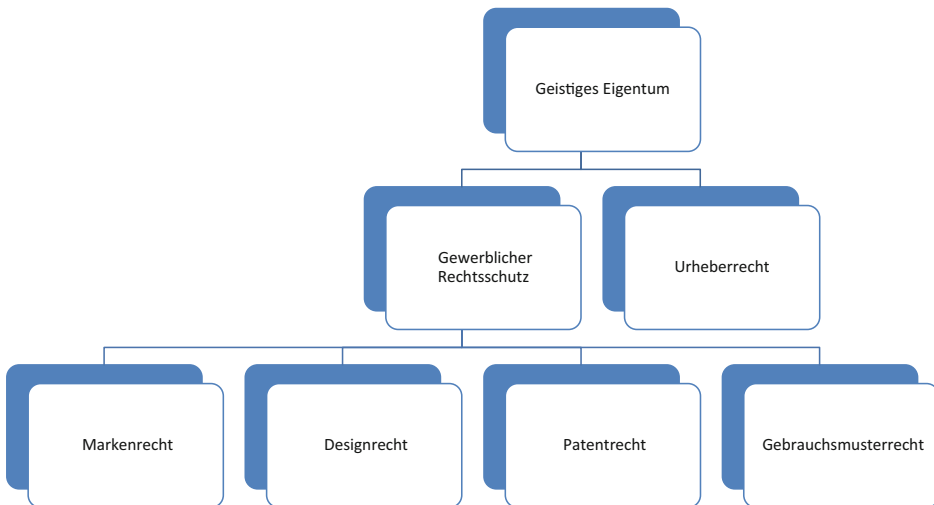


Abb. 1.1 Übersicht über das Rechtsgebiet des Geistigen Eigentums

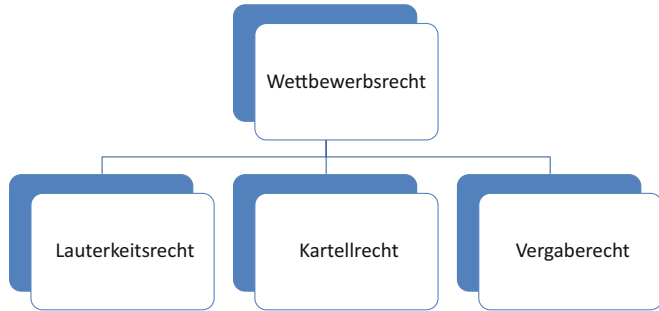
¹² BGH, GRUR 1955, 492 – Grundig-Reporter.

¹³ BVerfGE 24, 362, 396; 53, 257, 289 ff.; 58, 300, 336.

¹⁴ BVerfG, GRUR 1964, 554 – Künstliche Bräunung; GRUR 1974, 142 – Offenlegung von Patent-Altanmeldungen.

¹⁵ BVerfGE 51, 216 f.; 78, 58, 71.

Abb. 1.2 Übersicht über das Wettbewerbsrecht



gentums ist deshalb zeitgemäß und vorzugswürdig. Abb. 1.1 zeigt eine Übersicht über das Rechtsgebiet des Geistigen Eigentums.

Das Wettbewerbsrecht wird auch Werberecht, Lauterkeitsrecht oder Recht der unlauteren Werbung genannt. Das ist aber eigentlich nicht präzise. Zum Wettbewerbsrecht gehören nämlich auch das Kartellrecht und das Vergaberecht. Während Ersteres den Erhalt des Wettbewerbs als solchem zum Schutzziel hat, dient Letzteres dem Schutz vor Unregelmäßigkeiten bei der Vergabe öffentlicher Aufträge. Abb. 1.2 zeigt eine Übersicht über das Wettbewerbsrecht.

1.2 Aufbau der Darstellung

Es gibt kein einheitliches Gesetz über Geistiges Eigentum und Wettbewerbsrecht. Das Kartellrecht und das Vergaberecht sind auf nationaler Ebene im Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) und auf europäischer Ebene im Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) geregelt. Das Lauterkeitsrecht ist im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) geregelt. Auch im Bereich des Geistigen Eigentums gibt es keine einheitliche gesetzliche Regelung. Jedes Schutzrecht ist in einem eigenständigen nationalen Gesetz, wie zum Beispiel dem Markengesetz, dem Patentgesetz etc. geregelt. Hinzu kommen verschiedene europäische Verordnungen. Zwar weisen die unterschiedlichen Schutzrechte durchaus relevante Unterschiede auf, dies rechtfertigt jedoch nicht die Aufsplittung der Materie in eine Vielzahl von Einzelgesetzen. Viele rechtliche Aspekte der jeweiligen Schutzrechte, wie zum Beispiel die Entstehung, die Übertragung oder auch die Lizenzierung, basieren auf vergleichbaren Grundgedanken und Regelungen. Eine einheitliche gesetzliche Regelung mit einem Allgemeinen Teil mit den für alle Schutzrechte geltenden allgemeinen Regeln sowie einem Besonderen Teil mit den für die jeweiligen Schutzrechte geltenden Besonderheiten existiert bislang lediglich als Modellgesetz für Geistiges Eigentum.¹⁶ Diese Darstellung hat den Vorteil der Übersichtlichkeit, der Vermeidung von Wiederholungen und der Verdeutlichung von Übereinstimmungen

¹⁶ Ahrens und McGuire (2012).

und Abweichungen bezüglich der jeweiligen Schutzrechte. Sie soll deshalb auch für die Darstellung in diesem Lehrbuch übernommen werden. Anders als in dem Modellgesetz für Geistiges Eigentum beschränkt sich die Darstellung hier jedoch auf das geltende Recht und verzichtet auf Vorschläge für eine weitere Vereinheitlichung.

1.3 Schwerpunkte

Hinsichtlich der Schwerpunkte der Darstellung orientiert sich dieses Lehrbuch an der Bedeutung der jeweiligen Schutzrechte und Rechtsgebiete für die Praxis einerseits und ihrer Bedeutung innerhalb der wissenschaftlichen Diskussion andererseits. Dies führt zu einer Gewichtung, die in etwa derjenigen ähnelt, die auch bei der Diskussion und Berichterstattung der Deutschen Vereinigung für Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht vorgenommen wird, mit einem Schwerpunkt auf den Bereichen des Lauterkeitsrechts, des Markenrechts, des Urheberrechts und mit Einschränkungen des Patentrechts sowie einer schwächeren Gewichtung hinsichtlich des Gebrauchsmusterrechts und des Designrechts. Das Kartellrecht sowie das Vergaberecht sind nicht Gegenstand der Darstellung. Diese Rechtsgebiete werden traditionell gesondert dargestellt. Sie sind in größerem Maße öffentlich-rechtlich geprägt und haben in der Praxis weniger Verbindung zu den Bereichen des Geistigen Eigentums und des Lauterkeitsrechts.

Literatur

- Ahrens, H.-J., & MacGuire, M.-R. (2012). *Modellgesetz für Geistiges Eigentum*. München: sellier european law publishers GmbH.
- Europäisches Patentamt und Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (2013). Intellectual property rights intensive industries: contribution to economic performance and employment in the European Union. http://ec.europa.eu/internal_market/intellectual-property/docs/joint-report-epo-ohim-final-version_en.pdf. Zugriffen: 21. April 2016.
- Giersberg, G. (26. Januar 2009). Der Wert von Marken wird überschätzt. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, S. 10.
- Götting, H. P. (2006). Der Begriff des Geistigen Eigentums. *GRUR*, 353–358.
- Grundling, N.H. (1726). *Rechtliches und vernunftmäßiges Bedenken eines JCTI, der unparteiisch ist, von dem schändlichen Nachdruck andern gehöriger Bücher*. Zitiert aus der für die Jahrestagung der Deutschen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht e.V. 2006 in Halle/Saale hergestellten Kopie der Grundlingschen Schrift.
- Hasselblatt, G. N. (2012). *Münchener Anwaltshandbuch Gewerblicher Rechtsschutz*. München: C.H. Beck.
- Interbrand (2013). Apple überrundet Coca-Cola. *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 1. Oktober 2013, S. 15.
- Kohler, J. (1894). Die Idee des Geistigen Eigentums. *AcP*, 82, 141–161.

Tilman, W. (2013). Durchbruch: Die Entscheidungen zum Einheitspatent und zum Europäischen Patentgericht. *GRUR*, 2013, 157.

Wesel, O. (2006). *Geschichte des Rechts – Von den Frühformen bis zur Gegenwart*. München: C.H. Beck.

Geistiges Eigentum und Wettbewerbsrecht
Gewerblicher Rechtsschutz – Urheberrecht – unlauterer
Wettbewerb

Ahrens, S.

2016, XIX, 292 S. 21 Abb., 1 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-14312-1