

---

# Inhaltsverzeichnis

- 1     Einleitung** ..... 1
  - 1.1   Terminologie ..... 4
  - 1.2   Aufbau der Darstellung ..... 6
  - 1.3   Schwerpunkte ..... 7
    - Literatur ..... 7
  
- 2     Kennzeichen** ..... 9
  - 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
  
- 3     Urheberrechte und verwandte Schutzrechte** ..... 37
  - 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 Löschungsverfahren</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>	223
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>	249
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>283</b>
	<b>Sachverzeichnis . . . . .</b>	<b>287</b>

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