

Inhaltsverzeichnis

Teil A. Allgemeiner Teil

§ 1 Einführung in die Besonderheiten des Gewerblichen Rechtsschutzes

I. Bedeutung des Wettbewerbsrechts und Gewerblichen Rechtsschutzes für die Praxis	2
1. Nationale Beratungspraxis	2
2. Multinationale Beratungspraxis	3
3. Besondere Herausforderungen für die Beratungspraxis	4
II. Materien des Wettbewerbsrechts und angrenzende Gebiete	7
1. Wettbewerbsrecht	8
2. Benachbarte Rechtsgebiete	11
III. Materien des gewerblichen Rechtsschutzes	12
1. Schutz gewerblichen und geistigen Eigentums	12
2. Gemeinsame Schutzprinzipien	13
IV. Verfahrensbesonderheiten	18
1. Verfahren vor speziellen Ämtern, Behörden und Gerichten	18
2. Behördliche Verfahren	19
3. Außergerichtliches Verfahren	19
4. Gerichtliches Verfahren	20
V. Generelle Erwägungen für die Mandatsannahme und -bearbeitung	22
1. Prozedurale Aspekte	22
2. Materielle Aspekte	24
3. Überlappung der Rechtsgebiete	24
4. Exakte Sachverhaltsfeststellung	24
5. Vieraugenprinzip	25
6. Technisches Verständnis, Marktkenntnisse	25
7. Aktivlegitimation	25
8. Ansprüche, Antragsfassungen	26
9. Zeitfaktor	27
10. Strategische Aspekte	27
VI. Ziele des vorliegenden Handbuchs	28
VII. Hinweise zur Benutzung	29

§ 2 Grundlagen des Wettbewerbsrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes

I. Einführung	30
1. Nationales Recht	32
2. Europäisches Gemeinschaftsrecht	33
3. Internationale Abkommen	34
II. Rechtsgrundlagen des Wettbewerbsrechts und des Gewerblichen Rechtsschutzes	36
1. Nationale Gesetze/Verordnungen/Staatsverträge	36
2. Europäisches Gemeinschaftsrecht	42
3. Multilaterale Abkommen	44
4. Bilaterale Abkommen	46

Teil B. Verfahrensfragen

§ 3 Wettbewerbs- und sonderschutzrechtliche Ansprüche

I. Der Unterlassungsanspruch	48
1. Grundlagen	48
2. Wiederholungsgefahr	49
3. Erstbegehungsgefahr	50
4. Unterlassungsklage	51
II. Der Auskunftsanspruch	56
1. Allgemeines	56
2. Allgemeine Grenzen der Auskunftspflicht	58
3. Der unselbstständige Auskunftsanspruch	63
4. Der selbstständige Auskunftsanspruch	66
5. Der Rechnungslegungsanspruch	67
6. Prozessuale Fragen	70
III. Der Schadensersatzanspruch	72
1. Allgemeines	72
2. Die Anspruchsgrundlagen	73
3. Anspruchsvoraussetzungen	74
4. Inhalt und Umfang des Schadensersatzanspruches	82
5. Prozessuale Fragen	90
IV. Weitere Ansprüche	92
1. Der Beseitigungsanspruch	92
2. Der Widerrufsanspruch	95
3. Der Anspruch auf Urteilsveröffentlichung	97
4. Der Bereicherungsanspruch	100
5. Der Gewinnabschöpfungsanspruch gemäß § 10 UWG	101
6. Der Besichtigungsanspruch	102
7. Der Rückrufanspruch	106
V. Verjährung	109

§ 4 Außergerichtliches Verfahren

I. Abmahnung	111
1. Begriff und rechtliche Grundlagen	111
2. Inhalt der Abmahnung	113
3. Formalien	115
4. Unberechtigte Abmahnung	116
5. Kosten	117
II. Strafbewehrte Unterlassungsverpflichtung	118
1. Rechtliche Bedeutung	118
2. Inhalt	119
3. Rechtsfolgen	120
III. Aufbrauchsfristen	121
1. Rechtliche Bedeutung	121
2. Einräumung und Inhalt	121
3. Wirkung und Rechtsfolgen	122
IV. Schutzschrift	123
1. Begriff und rechtliche Grundlagen	123
2. Bedeutung und Inhalt der Schutzschrift	123
3. Hinterlegung der Schutzschrift	125
4. Kosten	125

§ 5 Wettbewerbsprozess – Gerichtliches Verfahren im Gewerblichen Rechtsschutz

I. Vorüberlegungen	128
1. Einleitung	128
2. Checklisten	129
II. Einstweiliges Verfügungsverfahren	130
1. Zuständiges Gericht	130
2. Verfügungsanspruch	130
3. Verfügungsgrund (insbesondere Dringlichkeit)	139
4. Glaubhaftmachung	144
5. Gerichtliche Entscheidung	145
6. Vollstreckungsschutz/Aufbrauchsfristen	148
7. Vollziehung/Zustellung einer einstweiligen Verfügung	149
8. Rechtsbehelfe	151
9. Schadensersatzanspruch nach § 945 ZPO	157
III. Abschlussverfahren	161
1. Sinn des Abschlussschreibens/der Anschlussabmahnung	161
2. Erforderlichkeit des Abschlussschreibens/der Anschlussabmahnung	162
3. Inhalt des Abschlussschreibens/der Anschlussabmahnung	162
4. Abschlusserklärung	164
IV. Wettbewerbsrechtliche Klagearten	166
1. Unterlassungsklage	166
2. Schadensersatz-/Feststellungsklage	167
3. Klage auf Auskunftserteilung/Rechnungslegung	168
4. Beseitigungsklage	169
5. Negative Feststellungsklage	170
V. Vollstreckungsverfahren	172
1. Allgemeine Grundsätze und Voraussetzungen der Zwangsvoll- streckung	172
2. Unterlassungsvollstreckung (§ 890 ZPO)	172
3. Handlungsvollstreckung	177
VI. Muster	179

§ 6 Zuständigkeiten der Gerichte

I. Rechtsweg	184
1. Ordentlicher Rechtsweg	184
2. Zuständigkeit des Arbeitsgerichts	186
3. Schiedsgerichtsbarkeit und Einigungsstellen	186
II. Sachliche und funktionelle Zuständigkeit	187
III. Örtliche Zuständigkeit	189
1. Besonderheit des § 14 UWG	189
2. Gerichtsstände nach § 14 Abs. 1 UWG	189
3. Gerichtsstand des Tatortes § 14 Abs. 2 UWG	190
IV. Internationale Zuständigkeit	195
1. Rechtsstreitigkeiten mit Auslandsbezug	195
2. Anwendbares Recht	198

§ 7 Außergerichtliche Streitbeilegung

I. Einleitung	201
1. Verfahrensalternativen der außergerichtlichen Streitbeilegung	201
2. Vor- und Nachteile der verschiedenen Verfahren	204
3. Außergerichtliche Streiterledigung im gewerblichen Rechtsschutz	208
4. Andere Verfahrensarten im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes	211

Inhaltsverzeichnis

II. Mediation als zu einem unverbindlichen Ergebnis führendes Streiterledigungsverfahren	211
1. Einführung	211
2. Rechtliche Grundlagen eines Mediationsverfahrens	212
3. Voraussetzungen für die Durchführung eines Mediationsverfahrens	214
4. Ablauf eines Mediationsverfahrens	218
III. Schiedsgerichtsbarkeit als zu einem verbindlichen Ergebnis führendes Streiterledigungsverfahren	225
1. Rechtliche Grundlagen eines Schiedsverfahrens	225
2. Voraussetzungen für die Durchführung eines Schiedsverfahrens	226
3. Ablauf eines Schiedsverfahrens	231
IV. Beratungsschecklisten	249
§ 8 Tätigwerden der Zollbehörden – Grenzbeschlagnahme	
I. Einführung	253
1. Entstehungsgeschichte und Hintergrund	253
2. Ausmaß des Problems und aktuelle Entwicklungen	256
II. Rechtliche Grundlagen und Anwendungsbereich	258
1. Europäisches Recht	259
2. Nationales Recht	262
III. Verfahren	262
1. Europäisches Recht/Produktpiraterieverordnung	262
2. Nationales Recht in Deutschland	270
IV. Ausgewählte Rechtsprobleme	273
1. Transit	273
2. Parallelimport	275
3. Kostentragung und Kostenerstattung	278
4. Verantwortliche Personen	279
V. Beratungs-Checkliste	281
VI. Musterabmahnung (Verfahren nach der PPVO)	282
§ 9 Rechtsdemoskopie	
I. Einführung	287
1. Besonderheiten der Rechtsdemoskopie	287
2. Besonderheiten der Fachgebiete	289
3. Fachkenntnisse des Anwalts	289
4. Aufgabenbereiche des Anwalts	290
II. Methodik	290
1. Durchführung der Umfrage	290
2. Fragebogen	291
3. Split	298
4. Pre-Test	299
5. Stichprobe	299
6. Fehlertoleranz	301
7. Retrospektive Ermittlungen	302
III. Beteiligte Verkehrskreise	304
1. Deutschland	304
2. Europäische Gemeinschaft	308
IV. Rechtsgebiete	310
1. Irreführung	310
2. Verkehrsgeltung	311
3. Verkehrsdurchsetzung	314
4. Kennzeichenrechtlicher Bekanntheitsschutz	322
5. Erhöhte Kennzeichnungskraft	324

6. Verwechslungsgefahr	325
7. Sonstige Fragestellungen	328
V. Orientierungswerte	331
1. Grundsatz	331
2. Irreführungsgefahr	331
3. Verkehrsgeltung	332
4. Verkehrsdurchsetzung	332
5. Kennzeichenrechtlicher Bekanntheitsschutz	335
6. Erhöhte Kennzeichnungskraft	335
VI. Gutachten	336
1. Inhalt	336
2. Form	337
3. Bearbeitungsdauer	337
4. Kosten	338
5. Kostenerstattung	338
6. Auswahl des Gutachters	339
VII. Zivilgerichtliches Hauptsacheverfahren	340
1. Beweisantrag	340
2. Beweisbeschluss	341
3. Auslagenvorschuss	341
4. Stellungnahme der Parteien	341
5. Einweisungstermin	342
6. Erläuterungstermin	342
7. Ergänzende Auswertung	342
8. Beweiswürdigung	342
9. Privatgutachten	343
10. Aufgaben des Anwalts	344
VIII. Zivilgerichtliches Eilverfahren	345
1. Glaubhaftmachung	345
2. Gegenglaubhaftmachung	345
3. Aufgaben des Anwalts	345
IX. Lösungsverfahren	346
1. Feststellungen zum Schutzhindernis	346
2. Beweiswürdigung bei Privatgutachten	346

§ 10 Gebühren und Kosten

I. Allgemeine Grundsätze	348
II. Vorprozessuale Kosten	349
1. Abmahnung	349
2. Abmahnung durch Verbände	354
3. Schutzschriften	354
4. Kostenregelung im Verfahren vor der Einigungsstelle	356
5. Besichtigungsverfahren	356
II. Prozesskosten	357
1. Einstweiliges Verfügungsverfahren	357
2. Hauptsacheverfahren	359
IV. Erstattungsfähigkeit einzelner Kosten	360
1. Testkauf-, Detektiv- und Recherchekosten	360
2. Kosten eines Privatgutachtens	362
3. Patentanwaltskosten	362
4. Rechtsanwaltskosten im Nichtigkeitsverfahren	364
5. Reisekosten, Kosten des Verkehrsanwalts und Übersetzungskosten	365
V. Vollstreckungskosten	366

Inhaltsverzeichnis

VI. Streitwertfestsetzung	367
1. Grundsätze für die Streitwertbemessung	367
2. Streitwertminderung gemäß § 12 Abs. 4 UWG	370
VII. Vergütungsvereinbarungen	370

Teil C. Europarecht

§ 11 Europarecht

I. Strukturprinzipien des Gemeinschaftsrechts	375
1. Binnenmarktkonzept	376
2. Verhältnis des Gemeinschaftsrechts zum nationalen Recht	377
II. Rechtsquellen des Gemeinschaftsrechts	379
1. Primärrecht	379
2. Sekundärrecht	380
III. Auslegung und Vollzug des Gemeinschaftsrechts	381
1. Auslegungsmethoden	381
2. Vorabentscheidungsverfahren	383
3. Folgen einer nicht fristgerechten Umsetzung des Gemeinschaftsrechts	385
IV. Grundfreiheiten der Gemeinschaft und nationales Lauterkeitsrecht	387
1. Freiheit des Warenverkehrs	387
2. Dienstleistungsfreiheit	399
3. Niederlassungsfreiheit	402
V. Durchsetzung gewerblicher Schutzrechte in der EG	402
1. Artikel 345 AEUV	403
2. Artikel 34/36 AEUV	403
3. Art. 102 AEUV	411
VI. Sekundärrecht	412

Teil D. Unlauterkeitsrecht

§ 12 Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen (§ 3 UWG)

I. Begriff der unlauteren geschäftlichen Handlung	425
1. Rechtlicher Rahmen	425
2. Schutzzweck des UWG	426
3. Systematik des UWG	427
4. Angriffsrichtung unlauteren Wettbewerbs	428
II. Unlautere geschäftliche Handlungen nach § 3 UWG	430
1. Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG	430
2. § 3 Abs. 2 S. 1 UWG	435
3. § 3 Abs. 1 UWG	437
III. Wettbewerbsrechtliche Grundbegriffe	440
1. Waren und Dienstleistungen	440
2. Marktteilnehmer	441
3. Geschäftliche Handlung	445
4. Verbraucherleitbild	451
5. Spürbarkeit	453
6. Fachliche Sorgfalt	454
7. Verhaltenskodex	455
IV. Anspruchsberechtigter und Anspruchsgegner nach § 8 UWG	455
1. Anspruchsberechtigung gemäß § 8 Abs. 3 UWG	456
2. Rechtsmissbrauch nach § 8 Abs. 4 UWG	463
3. Anspruchsgegnerschaft nach § 8 Abs. 2 UWG	467
V. Bearbeitungscheckliste	469

§ 13 Unangemessene unsachliche Beeinflussung (§ 4 Nr. 1 UWG)

I. Einführung	473
II. Abgrenzung zu anderen Unlauterkeitstatbeständen	474
1. § 3 UWG	474
2. § 4 Nr. 2 UWG	475
3. § 4 Nr. 3 UWG	476
4. § 4 Nr. 4 bis 6 UWG	476
5. § 4 Nr. 11 UWG	477
6. §§ 5, 5 a UWG	477
7. § 7 UWG	477
III. Unangemessene unsachliche Beeinflussung nach § 4 Nr. 1 UWG	477
IV. Maßnahmen der unangemessenen unsachlichen Beeinflussung	479
1. Ausübung von Druck	479
2. Menschenverachtende Werbung	484
3. Unangemessener unsachlicher Einfluss	487
V. Bearbeitungscheckliste	497

§ 14 Ausnutzen besonderer Schutzbedürftigkeit von Verbrauchern (§ 4 Nr. 2 UWG)

I. Allgemeines	500
1. Grundlagen	500
2. Systematik und Konkurrenzen	502
II. Besondere Schutzbedürftigkeit	504
III. Eignung zur Ausnutzung der besonderen Schutzbedürftigkeit	505
IV. Ausnutzung geistiger oder körperlicher Gebrechen	505
V. Ausnutzung des Alters	506
VI. Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit	506
1. Schutz von Kindern und Jugendlichen	506
2. Schutz sonstiger Verbraucher	524
VII. Ausnutzung der Leichtgläubigkeit	527
VIII. Ausnutzung der Angst	527
1. Spezialregelungen zum Schutz der Verbraucher	528
2. Ausnutzen von Angst nach § 4 Nr. 2 UWG	528
IX. Ausnutzung einer Zwangslage	529
X. Beratungsscheckliste	530

§ 15 Tarnung von Werbemaßnahmen (§ 4 Nr. 3 UWG)

I. Einleitung	533
1. Verfassungsrechtliche Spannungslage	533
2. Gesetzliche Ausprägungen	533
II. Werbung in redaktioneller Form	537
1. Formen	537
2. Haftung	553
3. Antragsfassung	554
III. Äußerungen Dritter	556
1. Wissenschaftliche Publikationen	556
2. Warentests	556
3. Sonstige Empfehlungen	557
4. Haftung	557
IV. Tarnung des Werbenden und des werblichen Kontakts	558
V. Bearbeitungscheckliste	559

Inhaltsverzeichnis

§ 16 Wertreklame – Koppelung, Gewinnspiele Täuschung über Preisnachlässe, Zugaben oder Geschenke (§ 4 Nr. 4–6 UWG)	
I. Einleitung	562
II. Wettbewerbsrechtliche Problematik der Wertreklame	564
1. Begriff der Wertreklame	564
2. Allgemeine Beurteilung nach geltendem Recht	564
3. Beurteilung nach altem UWG-Recht	568
4. Beurteilung nach dem UWG vom 8. 7. 2004	570
III. Erscheinungsformen der Wertreklame	570
1. Zugaben, Koppelungsangebote	570
2. Preisnachlässe und Rabatte	585
3. Preisausschreiben/Gewinnspiele	594
4. Isolierte Sach- und Geldzuwendungen	613
§ 17 Herabsetzung von Mitbewerbern (§ 4 Nr. 7 UWG)	
I. Überblick	619
II. Abgrenzungen	620
1. Tatsachenbehauptungen nach § 4 Nr. 8 UWG	620
2. Rufausbeutung nach § 4 Nr. 9 b) UWG	620
3. Behinderung nach § 4 Nr. 10 UWG	621
4. Vergleichende Werbung nach § 6 Abs. 2 Nr. 4 und 5 UWG	621
III. Voraussetzungen	621
1. Geschäftliche Handlung	621
2. Herabsetzung oder Verunglimpfung	622
3. Lauterkeitsschwelle	622
4. Bagatellschwelle	622
IV. Rechtfertigungsgründe	623
1. Interessenabwägung	623
2. Verhältnismäßigkeitsgebot	624
3. Erforderlichkeit der Äußerung	624
4. Wahrnehmung berechtigter Interessen	625
V. Medienveröffentlichungen	625
1. Verantwortlichkeit der Medien	625
2. Verantwortlichkeit des Informanten	626
VI. Beratungsscheckliste	626
§ 18 Anschwärzung (§ 4 Nr. 8 UWG)	
I. Allgemeines	628
II. § 4 Nr. 8 Alt. 1 UWG	630
1. Tatbestandsvoraussetzungen des § 4 Nr. 8 Alt. 1 UWG	630
2. Rechtsfolgen	635
III. § 4 Nr. 8 Alt. 2 UWG	637
1. Unterschied zu § 4 Nr. 8 Alt. 1 UWG	637
2. Vertraulichkeit	637
3. Berechtigtes Interesse	637
4. Rechtsfolgen	637
IV. Beratungsscheckliste	638
§ 19 Wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz (§ 4 Nr. 9 UWG)	
I. Allgemeines – Grundsatz der Nachahmungsfreiheit und dessen Bedeutung	641
1. Förderung des Fortschritts durch Nachahmungsfreiheit	641
2. Grenzen der Nachahmungsfreiheit: Sonderrechtsschutz	642

3. Grenzen der Nachahmungsfreiheit: unlautere Nachahmung	642
4. Verhältnis Sonderrechtsschutz – wettbewerbsrechtlicher Nachahmungsschutz	643
5. Verhältnis zu anderen UWG-Tatbeständen	649
II. Nachahmungstatbestände	650
1. Gegenstand der Nachahmung	651
2. Unmittelbare Leistungsübernahme/(fast) identische Nachahmung	651
3. Nachschaffende Leistungsübernahme	653
III. Anspruchsberechtigter, Anspruchsgegner, Ansprüche	654
1. Schutzberechtigter	654
2. Anspruchsgegner	655
3. Wettbewerbsverhältnis	656
4. Unterlassungsanspruch	656
5. Schadensersatzansprüche	657
6. Auskunfts- und Rechnungslegungsanspruch	657
IV. Wettbewerbliche Eigenart	659
1. Definition	660
2. Wechselwirkung zu anderen Anspruchsvoraussetzungen	660
3. Anforderungen im Vergleich zu sondergesetzlichen Schutzanforderungen ...	661
4. Ästhetisch-künstlerische Gestaltungen/Design	662
5. Warenkennzeichnungen und -gestaltungen, sonstige äußere Gestaltungen	663
6. Wettbewerblich eigenartige technische Merkmale	663
V. Verkehrsbekanntheit	664
1. (Gewisse) Bekanntheit als Anspruchsvoraussetzung	665
2. Gesteigerte Bekanntheit	666
VI. Besondere Unlauterkeitselemente	666
1. Vermeidbare Herkunftstäuschung (§ 4 Nr. 9 a) UWG)	667
2. Rufausbeutung (§ 4 Nr. 9 b) UWG)	671
3. Behinderung	673
4. Vertrauensbruch und Verwertung von Geschäfts- oder Betriebs- geheimnissen (§ 4 Nr. 9 c) UWG)	673
VII. Besondere Fallgestaltungen	675
1. Modeschöpfung/Saisonschutz	675
2. Computerprogramme	678
3. Ersatzteil- und Zubehörnachbau	679
4. Einschieben in fremde Serie	681
5. Systematische Nachahmung	681
6. Nachahmung fremder Werbung	682
VIII. Subjektive Voraussetzungen	682
IX. Beratungsscheckliste	683
§ 20 Gezielte Behinderung (§ 4 Nr. 10 UWG)	
I. Überblick	686
1. Normzweck	687
2. Gezieltes Handeln	687
3. Wettbewerbshandlung	688
4. Bagatellschwelle	688
5. Behinderungen	689
II. Absatzbehinderung	689
1. Kundenbezogene Behinderung	689
2. Produktbezogene Behinderung	692
3. Vertriebsbezogene Behinderung	693
III. Bezugsbehinderung	694

Inhaltsverzeichnis

IV. Werbebehinderung	695
1. Werbevereitelung	695
2. Nachahmung von Werbung	695
3. Zeichenbeseitigung	696
4. Zeichenmissbrauch	696
5. Ambush Marketing	697
V. Betriebsstörung	697
1. Abmahnung und Schutzrechtsverwarnung	697
2. Testmaßnahmen	700
3. Verletzung von selektiven Vertriebssystemen	701
4. Kontrollvereitelung	703
5. Abwerbung von Beschäftigten	705
VI. Boykott	705
1. Überblick	705
2. Voraussetzungen	706
3. Rechtfertigungsgründe	708
VII. Preiskampf	709
1. Preisunterbietung	710
2. Rechts- und Vertragsbruch	711
3. Niedrigpreisaktionen bei Markenartikeln	712
4. Darlegungs- und Beweislast	712
VIII. Bearbeitungschecklisten	713
§ 21 Lehre vom Rechtsbruch (§ 4 Nr. 11 UWG)	
I. Bedeutung	717
II. Zweck der Regelung	717
III. Konzeptionswandel des Rechtsbruchtatbestandes	718
1. Unterscheidung zwischen wertbezogenen und wertneutralen Normen	719
2. Änderung der Rechtsprechung ab 1997	722
3. Änderungen durch die UWG-Novellen	723
IV. Der Rechtsbruchtatbestand des § 4 Nr. 11 UWG	724
1. Geschäftliche Handlung	724
2. Verstoß gegen eine gesetzliche Vorschrift	725
3. Wettbewerbsbezug der verletzten Norm	726
4. Einzelfallabwägung	727
5. Geschäftliche Relevanz/Spürbarkeitsschwelle gemäß § 3 UWG	728
6. Verzicht auf subjektive Voraussetzungen	728
V. Einzelne Bereiche	729
1. „Normen zum Schutz der Volksgesundheit“	729
2. „Vorschriften zum Schutz der Rechtspflege“	731
3. Berufs- oder standesrechtliche Werbeverbote	733
4. Betriebs- und produktionsbezogene Vorschriften	734
5. Verbraucherschutzvorschriften und Allgemeine Geschäfts- bedingungen	734
6. Steuervorschriften	737
7. Vorschriften des EU-Beihilferechts	737
8. Ausschließlichkeitsrechte	737
9. Marktzutrittsregelungen	738
10. Weitere Vorschriften	739
VI. Vertragsverletzungen	740
1. Ausgangspunkt	740
2. Eigener Vertragsbruch	740
3. Fremder Vertragsbruch	741

§ 22 Verbot irreführender geschäftlicher Handlungen (§ 5 UWG)

- I. Allgemeines 748
 - 1. Systematische Einordnung 748
 - 2. Schutzzweck 761
 - 3. Anwendungsbereich 762
 - 4. Ansprüche 764
 - 5. Anspruchsberechtigte 765
- II. Definition der Irreführung 766
 - 1. Begriff und wettbewerbsrechtliche Relevanz 766
 - 2. Maßstab 768
 - 3. Interessenabwägung 773
- III. Art der Irreführung 776
 - 1. Objektiv unzutreffende Angaben 776
 - 2. Mehrdeutige Angaben 777
 - 3. Nicht ernst gemeinte Angaben 780
 - 4. Objektiv zutreffende Angaben 782
 - 5. Äußerungen Dritter 785
 - 6. Alleinstellungswerbung 787
 - 7. Verschweigen von Angaben 790
- IV. Gegenstand der Irreführung 798
 - 1. Angaben 798
 - 2. Die wesentlichen Merkmale der Waren oder Dienstleistungen (§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 UWG) 800
 - 3. Anlass des Verkaufs (§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 2 UWG) 808
 - 4. Die Person, Eigenschaften oder Rechte des Unternehmers (§ 5 Abs. 1 S. 2 Nr. 3 UWG) 815
 - 5. Aussagen oder Symbole im Zusammenhang mit Sponsoring oder einer Zulassung (§ 5 Abs. 1 Nr. 4 UWG) 819
 - 6. Die Notwendigkeit einer Leistung, eines Ersatzteils, eines Austauschs oder einer Reparatur (§ 5 Abs. 1 Nr. 5 UWG) 819
 - 7. Einhaltung eines Verhaltenskodexes (§ 5 Abs. 1 Nr. 6 UWG) 820
 - 8. Rechte des Verbrauchers (§ 5 Abs. 1 Nr. 7 UWG) 820
 - 9. Geschäftliche Handlungen ohne Wertungsvorbehalt (§ 3 Abs. 3 UWG i. V.m. Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG) 821
- V. Antragstellung 829
- VI. Beweisfragen 831
- VII. Beratungs-Checkliste 833

§ 23 Vergleichende Werbung (§ 6 UWG)

- I. Bearbeitungs-Checkliste 836
- II. Rechtsentwicklung 837
 - 1. Traditionelle Rechtsprechung 837
 - 2. Novelle 837
- III. Auslegungsgrundsätze 838
- IV. Tatbestand und Abgrenzung 839
 - 1. Begriff der vergleichenden Werbung (§ 6 Abs. 1 UWG) 839
 - 2. Andere Werbevergleiche 845
- V. Zulässigkeitsvoraussetzungen 846
 - 1. Allgemeines 846
 - 2. Bedarfs- und Zweckidentität (§ 6 Abs. 2 Nr. 1 UWG) 847
 - 3. Ursprungsbezeichnungen 849
 - 4. Vergleichbare Eigenschaften (§ 6 Abs. 2 Nr. 2 UWG) 850
 - 5. Irreführungsverbot (§ 5 UWG) 855

Inhaltsverzeichnis

6. Vermeidung von Verwechslungsgefahr (§ 6 Abs. 2 Nr. 3 UWG)	858
7. Verbot der Rufausbeutung (§ 6 Abs. 2 Nr. 4 Alt. 1 UWG)	861
8. Diffamierungsverbot (§ 6 Abs. 2 Nr. 4 Alt. 2 und Nr. 5 UWG)	864
9. Schutz des Originalanbieters (§ 6 Abs. 2 Nr. 6 UWG)	868
10. Spürbarkeitsschwelle (§ 3 UWG)	869
VI. Beweislast	869
§ 24 Unzumutbare Belästigung (§ 7 UWG)	
I. Allgemeines	872
II. UWG-Reform	872
1. Gemeinschaftsrechtliche Vorgaben	873
2. Neuregelung des § 7 UWG	873
III. Belästigung nach § 7 Abs. 1 UWG	874
1. Ansprechen in der Öffentlichkeit	875
2. Haustürwerbung	877
3. Laienwerber	878
4. Werbung am Unfallort	879
5. Unverlangt zugesandte Ware	879
IV. Belästigung nach § 7 Abs. 2 UWG	881
1. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG	882
2. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG	884
3. Belästigung nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG	888
4. Transparenzgebot nach § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG	891
V. Rechtsverfolgung	892
§ 25 Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse (§ 17 UWG)	
I. Allgemeines zu §§ 17–19 UWG	895
II. Begriff des Geschäfts-/Betriebsgeheimnisses	895
1. Bezug der Tatsache zum Unternehmen	896
2. Fehlende Offenkundigkeit	896
3. Geheimhaltungswille	898
4. Objektives Geheimhaltungsinteresse	899
5. Beispiele geschützten Know-hows	899
III. Die Tatbestände des § 17 UWG	899
1. § 17 Abs. 1 UWG: Geheimnisverrat	900
2. § 17 Abs. 2 Nr. 1 UWG: Betriebsspionage	902
3. Geheimnishehlerei	904
IV. § 17 Abs. 3 UWG: Versuchsstrafbarkeit	906
V. § 17 Abs. 4 UWG: Besonders schwere Fälle	906
VI. Strafe, Strafverfolgung	906
VII. Beratungscheckliste	907
§ 26 Wettbewerbs- und zivilrechtlicher Know-how-Schutz	
I. Einleitung	909
1. Begriffsbestimmung	909
2. Konstellationen anwaltlicher Beratung	910
II. Schutz außerhalb vertraglicher Beziehungen	910
1. Schutz nach § 4 Nr. 9 lit. c UWG	911
2. Schutz nach § 4 Nr. 10 UWG	911
3. Schutz nach § 4 Nr. 11 UWG	912
4. Schutz nach § 3 UWG	912
5. Schutz nach § 823 Abs. 1 BGB	914
6. Schutz nach § 823 Abs. 2 BGB	915

7. Schutz nach § 826 BGB	915
8. Sonstige Vorschriften	915
III. Schutz innerhalb vertraglicher Beziehungen	915
1. Allgemeines	916
2. Sonderfall: Arbeitsverhältnis	920
3. Sonderfall: Sonstige Dienstverhältnisse	920
4. Sonderfall: ausgeschiedene Arbeitnehmer/Dienstverpflichtete	920
5. Sonderfall: Handelsvertreter	923
6. Sonderfall: Vertrag mit Subunternehmern/Kooperationspartnern	924
IV. Rechtsfolgen der Verletzung von Know-how	924
1. Ansprüche	924
2. Verfahrensarten	927
3. Sachliche Zuständigkeit	927
4. Sonderproblem Antragsfassung	928
5. Sonderproblem Offenkundigkeit	929
6. Pro und Contra einer Abmahnung	930
7. Beratungsscheckliste Verletzungsfall	931
§ 27 Verwertung von Vorlagen (§ 18 UWG)	
I. Allgemeines	932
II. Tatbestand	933
1. Täterkreis	933
2. Tatgegenstand	933
3. Tathandlung	935
4. Subjektiver Tatbestand	935
III. Versuchsstrafbarkeit	936
IV. Strafe, Strafverfolgung	936
§ 28 Verleiten und Erbieten zum Verrat (§ 19 UWG)	
I. Allgemeines	937
II. Die Tatbestände des § 19 UWG	937
1. Täterkreis	937
2. § 19 Abs. 1 UWG: Versuchte Verleitung	937
3. § 19 Abs. 2, 1. Alt. UWG: Sich bereit erklären	938
4. § 19 Abs. 2, 2. Alt. UWG: Annahme des Erbietens	938
5. § 19 Abs. 2, 3 Alt. UWG: Verabredung	938
6. Subjektiver Tatbestand	938
III. Straflosigkeit bei Rücktritt	939
IV. Strafe, Strafverfolgung	939

Teil E. Verwandte Rechtsgebiete

§ 29 Presserecht	
I. Einleitung	942
1. Tatsachenbehauptungen und Meinungsäußerungen	942
2. Besonderheiten bei der Bildberichterstattung	947
3. Rechtswidrigkeit der Berichterstattung	952
4. Journalistische Sorgfalt und Verschulden	957
II. Unterlassung	959
1. Voraussetzungen	959
2. Prozessuale Durchsetzung	961
III. Gegendarstellung	962
1. Rechtsgrundlagen	962
	XXI

Inhaltsverzeichnis

2. Anspruchsinhaber und Anspruchsgegner	963
3. Voraussetzungen	964
4. Gerichtliche Durchsetzung	967
5. Erfüllung des Anspruchs	969
6. Gegendarstellungen in elektronischen Medien	970
7. Checkliste zur Gegendarstellung	971
IV. Berichtigung	971
1. Voraussetzungen	971
2. Inhalt des Anspruchs	972
3. Verfahrensfragen	973
V. Schadenersatz und Geldentschädigung	973
1. Schadenersatz	974
2. Geldentschädigung	975
§ 30 Rundfunkrecht	
I. Anwaltliche Beratungsfelder	979
II. Rechtsgrundlagen	979
1. EU-Richtlinie „Audiovisuelle Mediendienste ohne Grenzen“	980
2. Rundfunkstaatsvertrag	982
3. Telemedien- und Telekommunikationsgesetz	982
III. Duales Rundfunksystem	983
1. Fernseh- und Rundfunkurteile	984
2. Öffentlich-rechtlicher Rundfunk	990
3. Privater Rundfunk	991
4. Telemedien und Rundfunk	992
IV. Zulassung zur Veranstaltung von Rundfunk	992
1. Rechtsnatur der Zulassung	993
2. Zulassungsgremien	993
3. Zulassungsvoraussetzungen	994
4. Zuständigkeit der Landesmedienanstalten	998
5. Zulassungstreitigkeiten	998
6. Checkliste: Zulassungsantrag	1000
V. Werbung	1000
1. Begriff	1000
2. Adressaten der Werberegelnungen	1002
3. Rahmenbedingungen der Werbevorschriften	1002
4. Werbeverbote	1007
5. Erscheinungsformen erlaubter Werbung – Merchandising und Licensing	1011
6. Gewinnspiele	1011
7. Checkliste: Werbeverbote	1012
VI. Sponsoring	1012
1. Definition	1012
2. Art der Finanzierung	1013
3. Gegenstand des Sponsorings	1014
4. Ausgestaltung des Sponsorenhinweises	1015
5. Grenzen des erlaubten Sponsorings	1015
6. Ausblick auf den 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrag	1017
VII. Teleshopping	1017
1. Formen des Teleshopping	1017
2. Gebote, Verbote und Beschränkungen	1019
VIII. Telemedien	1019
1. Begriffsinhalt	1019
2. Anbieter	1020
3. Zulassungs- und Anmeldefreiheit	1020

4. Verantwortlichkeiten	1021
5. Pflichten der Anbieter	1022
6. Einschränkungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks	1022
§ 31 Rechtsfragen der Telemedien	
I. Einleitung	1026
1. Technische Grundlagen zu Websites	1026
2. Websites als Telemedien	1027
II. Informationspflichten	1030
1. Vorbemerkung	1030
2. Telemedien	1030
3. Fernabsatz	1032
4. Fernabsatz unter Einsatz elektronischer Kommunikationsmittel	1033
5. Preisangabenverordnung	1034
6. Unlauterkeitstatbestand des § 4 Nr. 11 UWG	1035
III. Spezielle Fragestellungen	1036
1. Metatags	1036
2. Keyword Advertsising – Google AdWords	1041
3. Werbetexte/Banner/Inline-Ads	1045
4. Links	1048
5. Framing	1051
6. Up-/Downloading-Angebote	1052
7. Cookies	1054
IV. E-Mail und Push-Dienste	1055
1. E-Mail	1055
2. Push-Dienste	1057
V. Online-Auktionen	1058
1. Aktuelle Entwicklungen	1058
2. Sniper-Software	1059
VI. Urheberrechtsverletzungen durch Search-Agents und Suchmaschinen	1061
VII. Haftungsprivilegierung nach dem TMG	1062
1. Vorbemerkung	1062
2. Eigene und fremde Informationen	1063
3. Prüfungspflicht	1064
4. Haftungsprivilegierung einzelner Verbreitungsarten	1066
5. Domain-Administratoren	1070
6. Haftung der DENIC	1071
VIII. Datenschutz im TMG	1071
1. Geltungsbereich	1072
2. Unterrichtung	1072
3. Elektronische Einwilligung	1072
4. Erhebung ohne Einwilligung	1072
5. Datenverwertung im Falle des Missbrauchs	1072
6. Facebook Like-Button	1073
§ 32 Domainrecht	
I. Einleitung	1075
1. Gerichtszuständigkeit	1076
2. Anwendbares Recht	1080
II. Entstehung von Domains	1083
1. Besonderheiten von Domains	1083
2. Anmeldeverfahren für Domains	1085
3. Allgemeine Hinweise zur Vermeidung von und zum Vorgehen bei Domainauseinandersetzungen	1099

Inhaltsverzeichnis

III. Außergerichtliche Streitbeilegung	1102
1. .de-Domains: Dispute-Eintrag und Abmahnung	1102
2. .com-, .net- und .org-Domains sowie ausgewählte Länderdomains: Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP) und Rules	1103
3. .aero-, .biz-, .coop-, .info-, .museum-, .name-, .pro-Domains	1112
4. Länderdomains	1112
5. Neue generische Top-Level-Domains	1112
6. Subdomains	1114
7. .eu-Domains	1114
IV. Gerichtsverfahren um Domains in Deutschland	1119
1. Schutz des prioritätsälteren Kennzeichens gegen die prioritätsjüngere Domain	1120
2. Schutz der prioritätsälteren Domain gegen das prioritätsjüngere Kennzeichen	1136
3. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche	1139
4. Überblick über Ansprüche, Anspruchsgrundlagen und Anspruchsumfang ...	1144
5. Störer	1147
6. Besonderheiten bei .eu-Domains	1149
V. Vollstreckungsfragen	1150
VI. Übertragung von Domains und Rechtsgeschäfte mit Domains	1152
1. .de-Domains	1153
2. .com-, .net- und .org-Domains	1153
3. .eu-Domains	1153
4. Länderdomains	1154
VII. Ausblick	1154

§ 33 Heilmittelwerberecht

I. Einführung	1156
II. Allgemeines	1156
III. Anwendbarkeit	1158
1. Begriff „Werbung“	1158
2. Arzneimittel	1159
3. Medizinprodukte	1162
4. Kosmetika	1163
5. Gegenstände	1164
6. Therapien	1164
7. Krankheitsbegriff	1164
8. Räumlicher Geltungsbereich	1165
IV. Generelle Werbebeschränkungen	1166
1. Werbung durch ausländische Unternehmen	1166
2. Irreführungsverbot	1167
3. Gutachtenwerbung	1169
4. Werbegaben	1170
5. Fernbehandlung	1171
V. Restriktionen bei der Werbung für Arzneimittel	1171
1. Fehlende arzneimittelrechtliche Zulassung	1171
2. Homöopathische Arzneimittel	1172
3. Teleshopping/Einzeleinfuhr ausländischer Arzneimittel	1173
4. Werbung in Packungsbeilagen	1173
5. Pflichtangaben	1174
VI. Restriktionen bei der Publikumswerbung	1176
1. Fachkreise	1176
2. Verschreibungspflichtige Arzneimittel	1177
3. Schlafmittel/Psychopharmaka	1178

4. Hinweise auf Krankheiten im Sinne des § 12 HWG	1178
5. Einzelne Werbeverbote gemäß § 11 HWG	1179
VII. Sanktionen	1182
1. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche	1182
2. Straftaten und Ordnungswidrigkeiten	1183
VIII. Checklisten	1183
§ 34 Lebensmittelrecht	
I. Einleitung	1187
1. Einführung	1187
2. Lebensmittelrecht und Wettbewerbsrecht	1189
3. Definition des Lebensmittels	1190
II. Grundsätze der Lebensmittelkennzeichnung	1199
1. Anwendbarkeit der Lebensmittelkennzeichnungsverordnung	1199
2. Art der Kennzeichnung	1200
III. Kennzeichnungselemente im Einzelnen	1202
1. Pflichtkennzeichnungselemente	1202
2. Fakultativ-obligatorische Kennzeichnungselemente	1221
3. Werbebehauptungen in der Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln	1230
IV. Wettbewerbsrechtliche Ansprüche – Lebensmittelrechtliche Besonderheiten	1232
1. § 4 Ziff. 11 UWG	1232
2. Lebensmittelrechtlicher Täuschungsschutz	1233
3. Krankheitsbezogene Werbung	1236
4. Besonderheiten im Verfahren – Das Nebeneinander von öffentlich- rechtlicher Überwachung und Zivilrecht	1238
5. Das Verbraucherinformationsgesetz	1239
§ 35 Kosmetikrecht	
I. Rechtsgrundlagen	1243
1. Nationale Bestimmungen	1243
2. Europäisches Recht	1244
II. Definitionen	1244
1. Kosmetikerzeugnis	1244
2. Abgrenzung zu Arzneimitteln, Lebensmitteln und Medizinprodukten	1248
3. Ausnahmetatbestand § 2 Abs. 5 S. 2 LFGB	1251
III. Materielles Recht	1252
1. Herstellen, Bearbeiten, Inverkehrbringen	1252
2. Angaben und Kennzeichnung von Verpackungen kosmetischer Mittel	1257
3. Verbote beim werblichen Auftritt	1261
4. Sonstige gesetzliche Bestimmungen	1263
IV. Ausblick: Die Neue EG-Kosmetikverordnung Nr. 1223/2009	1265
1. Einleitung	1265
2. Zusammenfassender Überblick	1266
IV. Verfahrensfragen	1267
1. Zivilrechtliche Ansprüche	1267
2. Verwaltungsrechtliche Maßnahmen	1268
3. Strafrechtliche Folgen	1268
V. Beratungsscheckliste	1268

Teil F. Markenrecht, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht

1. Abschnitt. Markenrecht

§ 36 Markenrecht

I. Einleitung	1273
II. Anwendungsbereich und Grundsätze des Markengesetzes	1274
1. Gegenstand des Kennzeichenrechtsschutzes	1274
2. Entstehung des Schutzes	1274
3. Inhaber	1275
4. Priorität	1276
III. Voraussetzungen des Markenschutzes	1276
1. Markenfähigkeit, § 3 MarkenG	1277
2. Absolute Schutzhindernisse, § 8 MarkenG	1279
3. Markenschutz durch Verkehrsgeltung	1299
4. Relative Schutzhindernisse	1302
IV. Geschäftliche Bezeichnungen	1327
1. Überblick	1327
2. Unternehmenskennzeichen	1328
3. Werktitelschutz	1332
V. Schutzwirkungen	1334
1. Rechte aus der Marke	1335
2. Rechte aus der geschäftlichen Bezeichnung	1350
3. Schranken des Markenschutzes	1353
VI. Die Marke als Gegenstand des Vermögens	1365
1. Übertragung des Markenrechts	1365
2. Dingliche Rechte, Zwangsvollstreckung und Insolvenz	1367
3. Lizenzen	1368
VII. Eintragungsverfahren	1369
1. Überblick	1369
2. Anmeldung	1371
3. Prüfungsverfahren	1374
4. Eintragung und Veröffentlichung	1376
5. Schutzdauer und Verlängerung	1376
VIII. Widerspruchsverfahren	1377
1. Überblick	1377
2. Formalien	1377
3. Einrede der fehlenden Benutzung	1378
4. Entscheidung	1379
5. Abgrenzungs-/Vorrechtsvereinbarungen	1380
6. Eintragungsbewilligungsklage	1380
IX. Lösungsverfahren	1381
1. Überblick	1381
2. Löschung wegen Verfalls	1381
3. Nichtigkeit wegen absoluter Schutzhindernisse	1383
4. Nichtigkeit wegen des Bestehens älterer Rechte	1384
X. Erinnerung, Beschwerde und Rechtsbeschwerde	1385
XI. Kollektivmarken	1386
XII. Geografische Herkunftsangaben	1387
XIII. Verletzungsverfahren	1389
XIV. Beratungsschecklisten	1390

§ 37 Die internationale Registrierung von Marken

I. Grundzüge der internationalen Registrierung	1395
1. Das Madrider System	1395
2. Die Verträge und ihre Parteien	1396
3. Die Verfahrensarten	1398
4. Die Bundesrepublik Deutschland als Vertragspartei des Madrider Verbandes	1400
II. Die internationale Registrierung deutscher Marken nach dem MMA und nach dem PMMA	1401
1. Der Antrag auf internationale Registrierung (Art. 3 Abs. 1–3 MMA/PMMA)	1401
2. Die internationale Registrierung	1407
3. Schutzverweigerung durch die Behörden der Vertragsparteien	1408
4. Abhängigkeit von der Heimatmarke (Art. 6 Abs. 2–4 MMA/PMMA)	1411
5. Schutzdauer und Verlängerung einer internationalen Registrierung (Art. 7 MMA/PMMA, Regeln 30, 31 GAusfO)	1411
6. Nachträgliche Schutzerstreckung (Art. 3 Abs. 2 MMA/PMMA i. V.m. §§ 111, 123 MarkenG; Regel 24 GAusfO)	1412
7. Fortdauer internationaler Registrierungen in Nachfolgestaaten (Regel 39 GAusfO)	1413
8. Änderungen (Regel 25–27 GAusfO) und Berichtigungen (Regel 28 GAusfO) der internationalen Registrierung	1413
9. Eintragung einer Lizenz (Regel 20 bis GAusfO) oder einer Verfügungs- beschränkung des Inhabers (Regel 20 GAusfO) in das internationale Register	1413
III. Die Schutzbewilligung international registrierter ausländischer Marken in der Bundesrepublik Deutschland	1414
1. Wirkung der internationalen Registrierung (§§ 112, 124 MarkenG)	1414
2. Schutzverweigerung wegen absoluter Schutzhindernisse oder auf Grund Widerspruchs (§§ 113, 114 i. V.m. § 124 MarkenG)	1414
3. Nachträgliche Schutzentziehung (§§ 115, 124 MarkenG)	1416
4. Die Regelungen der Benutzungsfrist bei schutzerstreckten IR-Marken (§§ 115 Abs. 2, 116, 117 i. V.m. § 124 MarkenG)	1416
5. Umwandlung einer internationalen Registrierung (Art. 9 quinquies PMMA, § 125 MarkenG)	1417
IV. Anhang	1417
1. Beratungsscheckliste für die internationale Registrierung von Marken	1417
2. Verzeichnis der Formblätter der internationalen Behörde	1418
3. Nützliche Informationsseiten für die internationale Registrierung	1418

§ 38 Gemeinschaftsmarkenrecht

I. Einleitung	1422
1. Allgemeines	1422
2. EU-weites Markenrecht	1423
3. Gleichrangiges Markenrecht neben nationalen Marken	1423
4. Konsequenzen der EU-Erweiterungen	1424
5. Beitritt zum Madrider Protokoll	1425
II. Die Gemeinschaftsmarke im Überblick	1427
1. Vorzüge der Gemeinschaftsmarke	1427
2. Nachteile	1428
III. Materielles Recht	1428
1. Inhaber von Gemeinschaftsmarken	1428
2. Erwerb ausschließlich durch Eintragung	1429

Inhaltsverzeichnis

3. Als Marke schutzfähige Zeichen (Art. 4 GMV)	1430
4. Zeichenformen im Einzelnen	1433
5. Absolute Schutzhindernisse (Art. 7 GMV)	1449
6. Relative Schutzhindernisse (Art. 8 GMV)	1472
7. Rechte aus der Gemeinschaftsmarke	1499
8. Schranken des Markenschutzes	1505
9. Gemeinschaftsmarke als Gegenstand des Vermögens	1521
IV. Verfahrensfragen	1526
1. Allgemeines	1526
2. Anmeldung und Eintragung der Gemeinschaftsmarke	1536
3. Widerspruchsverfahren	1544
4. Besondere Verfahrensarten	1547
5. Verletzungsprozesse	1555
V. Zusammenfassung	1560
VI. Beratungsschecklisten	1561

2. Abschnitt. Technische Schutzrechte

§ 39 Patentrecht

I. Vorbemerkung	1568
II. Allgemeines	1569
1. Schutzvoraussetzungen	1569
2. Kategorien	1574
3. Schutzzumfang	1576
III. Anmelde-/Erteilungsverfahren	1579
1. Anmeldung	1579
2. Recherche/Prüfung/Erteilung	1583
3. Teilung der Anmeldung	1585
4. Prioritätsrecht	1586
IV. Einspruch	1587
1. Allgemeines	1587
2. Frist	1587
3. Gebühr	1587
4. Zulässigkeit	1587
5. Prüfung	1590
6. Beitritt des angeblichen Patentverletzers	1590
7. Kosten	1591
8. Teilung des Patentes	1591
V. Nichtigkeitsverfahren	1592
1. Kläger	1592
2. Beklagter	1592
3. Nebenintervention	1592
4. Verfahren	1592
5. Kosten	1594
6. Vergleich	1594
7. Beschränkungsverfahren	1594
VI. Jahresgebühren	1595
VII. Rechtsmittel	1595
1. Beschwerde gegen Beschlüsse des DPMA	1595
2. Rechtsbeschwerde gegen Beschlüsse des Bundespatentgerichtes	1597
3. Berufung gegen Urteile im Nichtigkeitsverfahren	1597
VIII. Wiedereinsetzungs-/Weiterbehandlungsverfahren	1598
1. Wiedereinsetzung	1598
2. Weiterbenutzungsrecht	1598
3. Weiterbehandlung	1599

IX. Das Patent als Gegenstand des Vermögens 1599

 1. Recht auf das Patent 1599

 2. Übertragung 1600

 3. Lizenzen 1600

 4. Verpfändung 1601

X. Das Verletzungsverfahren 1601

 1. Mandatsannahme und Vorüberlegungen 1601

 2. Die Verletzungsklage 1608

 3. Die Klageerwiderung 1617

XI. Beratungsschecklisten 1620

 1. Checkliste Patentanmeldung 1620

 2. Checkliste Auslandsanmeldungen 1621

 3. Checkliste Einspruch 1621

XII. Internetadressen und Telefonnummern 1621

§ 40 Europäisches Patentrecht

I. Grundlagen 1629

 1. Das Europäische Patentübereinkommen 1629

 2. Territoriale Wirkung 1630

 3. Europäische Patentgerichtsbarkeit 1632

 4. Fristen 1634

 5. Vertretung/Vollmacht 1636

II. Materielles Recht 1638

 1. Kategorien von Erfindungen 1638

 2. Technischer Charakter 1638

 3. Ausnahmen von der Patentierbarkeit 1642

 4. Neuheit 1648

 5. Erfinderische Tätigkeit 1651

 6. Gewerbliche Anwendbarkeit 1654

 7. Schutzbereich 1654

 8. Das europäische Patent als Gegenstand des Vermögens 1655

III. Anmeldung/Erteilungsverfahren 1657

 1. Anmeldung 1657

 2. Eingangs- und Formalprüfung 1662

 3. Europäischer Recherchenbericht 1663

 4. Veröffentlichung der europäischen Patentanmeldung 1665

 5. Prüfung der europäischen Patentanmeldung 1665

 6. Erteilung des europäischen Patentbescheides 1669

 7. Validierung 1670

IV. Jahresgebühren 1671

V. Einspruch 1672

 1. Beteiligte des Einspruchsverfahrens 1672

 2. Formalerfordernisse 1674

 3. Begründung 1674

 4. Prüfung 1676

 5. Kosten 1677

VI. Beschränkungs- und Widerrufsverfahren 1678

 1. Statthaftigkeit 1678

 2. Formalerfordernisse 1678

 3. Verfahren/Entscheidung 1679

 4. Wirkung 1680

VII. Rechtsmittel 1680

 1. Beschwerde 1680

 2. Antrag auf Überprüfung durch die Große Beschwerdekammer 1684

Inhaltsverzeichnis

VIII. Wiedereinsetzung/Weiterbehandlung	1686
1. Wiedereinsetzung	1686
2. Weiterbehandlung	1687
IX. Verletzungs- und Nichtigkeitsverfahren	1688
1. Ansprüche bei Verletzung nach deutschem Recht	1688
2. Grenzüberschreitende Verletzungen	1689
3. Nichtigkeitsverfahren	1690
X. Beratungsschecklisten	1691
XI. Anschriften und Internetadressen	1692

§ 41 Internationales Patentrecht (PCT)

I. Grundlagen	1693
1. Allgemeines	1693
2. Vertretung/Vollmacht	1694
3. Fristen	1696
II. Die internationale Patentanmeldung nach dem PCT	1698
1. Die PCT-Anmeldung	1698
2. Priorität	1700
3. Die Zuerkennung eines internationalen Anmeldetages	1701
4. Die Veröffentlichung der PCT-Anmeldung	1702
5. Territoriale Wirkung	1702
6. Übertragung der PCT-Anmeldung	1702
III. Die internationale Recherche	1703
1. Die internationale Recherche	1703
2. Die ergänzende internationale Recherche	1705
IV. Die internationale vorläufige Prüfung	1706
1. Antrag auf internationale vorläufige Prüfung	1706
2. Prüfungsverfahren/Änderungen/Stellungnahmen	1707
3. Der Prüfungsbericht	1708
V. Die nationale/regionale Phase	1708
1. Eintritt in die nationale/regionale Phase	1708
2. Verfahren in der regionalen Phase beim EPA	1709
3. PCT-Patent Prosecution Highway	1710
VI. Beratungsscheckliste	1711
VII. Anschriften und Internetadressen	1712

§ 42 Gebrauchsmusterrecht

I. Abgrenzung zum Patent	1713
1. Allgemeines	1713
2. Kategorie	1714
3. Neuheit und Neuheitsschonfrist	1714
4. Erfinderischer Schritt	1715
5. Laufzeit	1715
6. Schutzbereich und -wirkung	1715
II. Anmeldung und Eintragung	1716
1. Antrag	1716
2. Eintragung	1716
3. Änderungen	1716
4. Teilung	1717
5. Abgezweigtes Gebrauchsmuster	1717
6. Recherchenantrag	1718
III. Lösungsverfahren	1718
1. Parteien	1718

2. Verfahren	1718
3. Beschwerde	1719
IV. Einige Besonderheiten des Gebrauchsmusterverletzungsverfahrens	1719
V. Beratungsschecklisten	1721
1. Gebrauchsmusteranmeldung	1721
2. Abgezweigtes Gebrauchsmuster	1721
§ 43 Arbeitnehmererfindungsrecht	
I. Inanspruchnahme und Vergütung	1723
1. Vorbemerkungen	1723
2. Arbeitnehmererfindung	1723
3. Meldepflicht	1723
4. Inanspruchnahme	1724
5. Vergütungsanspruch	1726
6. Art und Höhe der Vergütung	1728
7. Betriebsgeheime Erfindung	1734
II. Verfahrensrecht	1734
1. Schiedsstellenverfahren	1734
2. Gerichtliches Verfahren	1737
3. Abschnitt. Nichttechnische Schutzrechte	
§ 44 Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	
I. Überblick	1743
1. Urheberrecht, was ist das eigentlich?	1743
2. Sinn und Zweck des Urheberrechts	1745
3. Überblick über die gesetzlichen Regelungen des Urheberrechtsgesetzes	1746
4. Ausblick	1747
II. Beratung zum Entstehen des Urheberrechts	1749
1. Entstehen des Urheberrechts: Keine Formalitäten	1749
2. Prioritätsverhandlung	1750
3. Erlöschen des Urheberrechts: Die Schutzfrist	1750
4. Urheberrolle	1750
III. Übertragbarkeit und Vererbung des Urheberrechts	1751
1. Übertragbarkeit des Urheberrechts	1751
2. Vererblichkeit des Urheberrechts	1753
IV. Vertragsberatung	1755
1. Allgemeines/Einführung in das Urhebervertragsrecht	1755
2. Historische Situation/rechtspolitische Entwicklung/EU-Rahmenbedingungen	1756
3. Status Quo der Rechtslage	1757
4. Vertragsgestaltung in besonderen Bereichen	1794
5. Verwertungsgesellschaften	1825
V. Beratung im Verletzungsfall	1829
1. Liegt eine durch das UrhG geschützte Leistung vor?	1830
2. Urheberrechtlich relevante oder urheberrechtsfreie Handlungen?	1857
3. Welches Recht ist durch die Handlung betroffen?	1858
4. Die zeitliche Schranke des Urheberrechts: Besteht der Schutz noch?	1875
5. Schutzzumfang: Vervielfältigung, Bearbeitung oder freie Benutzung?	1878
6. Ist die Handlung von einer Nutzungsrechtseinräumung umfasst?	1884
7. Gesetzlich erlaubte Handlungen: Schrankenbestimmungen	1885
8. Aktivlegitimation: Geht der Berechtigte vor?	1901
9. Passivlegitimation: Verantwortlichkeit	1905

Inhaltsverzeichnis

10. Folgen von Urheberrechtsverletzungen	1908
11. Schutz technischer Maßnahmen und Urheberstrafrecht	1925
§ 45 Internationales Urheberrecht und verwandte Schutzrechte	
I. Überblick	1930
II. Fremdenrecht	1931
1. Schutz für deutsche Urheber und Inhaber verwandter Schutzrechte im Hinblick auf im Ausland erschienene Werke oder erbrachte Leistungen	1931
2. Schutz für ausländische Urheber und Inhaber verwandter Schutzrechte	1931
3. Schutz für ausländische Urheber und ausländische Inhaber verwandter Schutzrechte über Internationale Konventionen	1932
III. Internationales Privatrecht	1946
1. Internationales Urhebervertragsrecht	1947
2. Internationales Urheberdeliktsrecht	1948
IV. Urheberrecht in der Europäischen Union	1951
V. Erschöpfung	1954
§ 46 Geschmacksmusterrecht	
I. Einleitung	1956
II. Geschmacksmuster und andere Schutzrechte	1957
1. Urheberrecht	1957
2. Patent- und Gebrauchsmusterrecht	1958
3. Schriftzeichenrecht	1958
4. Markenrecht	1959
5. Ergänztender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz	1959
III. Schutzvoraussetzungen	1960
1. Erscheinungsform eines Erzeugnisses	1961
2. Neuheit	1963
3. Eigenart	1963
4. Entwerfer oder Rechtsnachfolger	1965
5. Kein Ausschluss nach § 3 GeschmMG	1965
IV. Anmeldung, Eintragung und Verlängerung	1966
1. Allgemeine Erwägungen	1966
2. Anmeldung	1967
3. Sammelanmeldung	1970
4. Aufschiebung der Bekanntmachung	1971
5. Beanspruchung einer Priorität	1971
6. Kosten	1973
8. Verlängerung	1974
V. Übertragung und Lizenzierung	1974
1. Übertragung	1974
2. Lizenzierung	1975
VI. Ansprüche und Durchsetzung	1976
1. Unterlassungsanspruch	1977
2. Ergänzende Ansprüche	1979
3. Durchsetzung geschmacksmusterrechtlicher Ansprüche	1982
§ 47 Internationales Geschmacksmusterrecht	
I. Einleitung	1985
II. Internationale Verträge	1986
III. Das Haager Musterabkommen	1986
IV. Die Mitglieder des Haager Abkommens	1987
V. Anmeldevoraussetzungen	1989

VI. Anmeldung 1989

VII. Veröffentlichung, Eintragung und Verlängerung 1990

VIII. Kosten 1991

§ 48 Gemeinschaftsgeschmacksmusterrecht

 I. Einleitung 1994

 II. Materielles Recht 1995

 1. Inhaberschaft 1995

 2. Schutzvoraussetzungen 1997

 3. Schutzzumfang und -dauer 2007

 4. Schutzwirkungen 2008

 5. Gemeinschaftsgeschmacksmuster als Gegenstand des Vermögens 2012

 6. Nichtigkeit 2015

 III. Verfahrensfragen 2017

 1. Vertretung 2017

 2. Sprachen 2017

 3. Eintragungsverfahren 2018

 4. Berichtigung, Änderung 2023

 5. Übertragung 2023

 6. Wiedereinsetzung 2023

 7. Besondere Verfahren 2024

 8. Rechtsbehelfe gegen Entscheidungen des Amtes 2026

 IV. Verletzungsverfahren 2027

 1. Zuständigkeitsfragen 2028

 2. Parallele Klagen aus einem Gemeinschaftsgeschmacksmuster und einem nationalen Geschmacksmuster 2028

 3. Anwendbares Recht 2029

 4. Ansprüche, Durchsetzung 2029

 5. Verteidigungsmöglichkeiten des Beklagten 2031

 6. Grenzbeschlagnahme 2033

 7. Strafverfahren 2033

 V. Beratungsschecklisten 2034

Teil G. Lizenz- und F&E-Verträge, Kartellrecht

§ 49 Lizenzverträge

 I. Allgemeines/Grundlagen 2036

 1. Begriff und Bedeutung einer „Lizenz“ 2036

 2. Arten von Lizenzen und Nutzungsrechten 2038

 3. Rechtsnatur des Lizenzvertrages 2039

 4. Pflichten der Vertragsparteien 2039

 5. Sonstige Besonderheiten bei der Vertragsgestaltung 2041

 6. Formerfordernisse 2043

 7. Beendigung des Lizenzvertrages 2043

 8. Notleidende Lizenzverträge 2045

 II. Einzelne Vertragsarten 2045

 1. Markenlizenzvertrag 2045

 2. Patentlizenzvertrag 2047

 3. Urheberrechtlicher Lizenzvertrag 2049

 4. Softwareüberlassungsvertrag 2051

 III. Vertiefung: Gestaltung internationaler Film- und Fernsehlizenzverträge 2056

 1. Vertragsmuster 2056

 2. Internationaler Schutzstandard 2057

Inhaltsverzeichnis

3. Anforderungen an die konkrete Vertragsgestaltung	2058
4. Notleiden von Lizenzverträgen durch Insolvenz	2063
IV. Tipps für die Beratungs- und/oder forensische Praxis	2065
1. Beratungsscheckliste: Verhandlung von Lizenzverträgen	2065
2. Beratungsscheckliste: Ausarbeitung des Lizenzvertrages	2065
3. Vertragsmuster: Verfilmungsvertrag mit Lizenz	2066
4. Anlage: Rechteklausel	2068
§ 50 Forschungs- und Entwicklungsverträge	
I. Grundlagen	2072
1. Bedeutung von Forschungs- und Entwicklungsverträgen	2072
2. Arten von F&E-Verträgen	2072
3. Rechtsnatur	2074
II. Die Gestaltung von F&E-Verträgen	2076
1. Allgemeine Grundsätze	2076
2. Präambel	2077
3. Begriffsdefinitionen	2077
4. Vertragsgegenstand	2077
5. Durchführung der F&E-Arbeiten	2078
6. Background/Nutzungsrechte und Informationspflichten	2080
7. Forschungs- und Entwicklungskosten/Vergütung	2081
8. Abschluss der F&E-Arbeiten/Abnahme	2082
9. Rechte an den F&E-Ergebnissen	2083
10. Verwertung der F&E-Ergebnisse	2088
11. Geheimhaltung	2090
12. Gewährleistung/Haftung	2091
13. Vertragsdauer/Kündigung	2093
14. Nichtangriffsverpflichtung	2094
15. Anwendbares Recht	2095
16. Gerichtsstand/Schiedsgerichtsklausel	2096
17. Sonstiges	2096
18. Schlussbestimmungen	2097
III. Kartellrechtliche Beurteilung	2098
1. Grundlagen	2098
2. GVO F&E-Verträge	2099
3. Verhältnis der GVO F&E zu anderen Gruppenfreistellungsverordnungen ...	2109
IV. Besonderheiten bei der Zusammenarbeit mit Hochschulen	2112
1. Allgemeine Anmerkungen zur Vertragsgestaltung	2112
2. § 42 ArbNErfG	2113
3. Vertragsbausteine	2115
4. Kartellrechtliche Beurteilung	2116
V. Muster eines vertikalen F&E-Vertrages	2117
VI. Beratungsscheckliste	2121
§ 51 Kartellrechtliche Aspekte	
I. Relevanz des Kartellrechts im gewerblichen Rechtsschutz	2124
II. Europäisches Kartellrecht und seine Systematik	2124
1. Art. 101 AEUV	2124
2. Missbrauchsaufsicht nach Art. 102 AEUV	2130
3. Rechtsfolgen eines Kartellrechtsverstosses	2131
III. Parallele Geltung des nationalen Kartellrechts	2131
1. Vertikale und horizontale Vereinbarungen	2131
2. Missbrauchsaufsicht	2132

IV. Patent-, Know-how-, Muster- und Softwarelizenzen 2132

1. Technologietransfer-Gruppenfreistellungsverordnung 2132

2. Anwendung von Art. 101 Abs. 3 AEUV im Einzelfall 2142

V. Markenlizenzen 2143

VI. Allgemeine Urheberrechtslizenzen 2144

VII. Lizenzen als bloße Nebenabrede 2144

1. Allgemeine Grundsätze 2144

2. Lizenzvereinbarungen im Rahmen von Vertriebsverträgen 2145

3. Lizenzvereinbarungen im Rahmen von Forschungs- und
Entwicklungsvereinbarungen 2146

4. Lizenzvereinbarungen im Rahmen von Spezialisierungsvereinbarungen 2147

VIII. Prozessuale Beweislast 2148

Teil H. Besonderheiten in der Insolvenz

§ 52 Gewerbliche Schutzrechte in der Insolvenz

I. Einleitung 2152

II. Die Verwertung gewerblicher Schutzrechte durch den Insolvenzverwalter 2153

1. Gewerbliche Schutzrechte als Gegenstand der Insolvenzmasse 2153

2. Verwertung gewerblicher Schutzrechte durch den Insolvenzverwalter 2154

3. Beschränkungen der Verwertungsbefugnisse 2155

III. Lizenzverträge in der Insolvenz 2156

1. Allgemeines 2156

2. Das Wahlrecht des Insolvenzverwalters 2157

3. Keine analoge Anwendung von § 108 InsO auf Lizenzverträge 2158

4. Keine vollständige Erfüllung im Sinne von § 103 Abs. 1 S. 1 InsO 2159

5. Ausübung des Wahlrechts 2160

6. Rechtsfolgen der Erfüllungsablehnung 2162

IV. Vertragliche Gestaltungsmöglichkeiten zur Sicherung von Ansprüchen des
Lizenznehmers in der Insolvenz des Lizenzgebers 2165

1. Sicherung der Lizenz durch aufschiebend bedingte Übertragung des
Nutzungsrechts 2166

2. Vollrechtserwerb 2167

3. Lizenzerwerb gegen einmalige Vergütung 2167

4. Sicherungsabtretung und Pfandrecht 2167

5. Nießbrauch 2169

6. Treuhandlösung 2170

V. Lösungsklauseln für den Insolvenzfall 2170

VI. Reformansätze zur Behandlung von Lizenzverträgen in der Insolvenz nach
§ 108 a RegE-InsO 2171

1. Entwurf eines Gesetzes zur Entschuldung mittelloser Personen, zur
Stärkung der Gläubigerrechte sowie zur Regelung der Insolvenzfestigkeit
von Lizenzen vom 22. 8. 2007 2171

2. Entwurf eines Gesetzes zur Verkürzung des
Restschuldbefreiungsverfahrens, zur Stärkung der Gläubigerrechte und zur
Insolvenzfestigkeit von Lizenzen vom 23. 1. 2012 2172

VII. Beratungsschecklisten 2174

Sachverzeichnis 2177