

Inhaltsverzeichnis

Erster Abschnitt: Einführung

Immaterialgüterrecht und Wettbewerbsordnung	15
I. Einleitung	15
II. Wettbewerb und Immaterialgüterrecht aus ökonomischer Sicht	15
1. Besonderheiten von Information	15
2. Property Rights Theorie	16
3. Anreiz und Wettbewerb	16
4. Wettbewerb und theoretische Grundlagen	17
III. Rechtliche Funktion des Wettbewerbs- und Immaterialgüterrechts	18
1. Immaterialgüterrechte als Rechtsobjekte	18
1.1 Rechtscharakter und Regulierungsansatz	18
1.2 Übergreifende Regelungsfragen	19
2. Wettbewerbsrecht als Rahmen	21
3. Systematischer Überblick	22
IV. Europäische und internationale Regelungsebenen	23

Zweiter Abschnitt: Immaterialgüterrecht

Patentrecht	25
I. Allgemeines	25
II. Rechtsquellen	25
III. Die patentfähige Erfindung	27
1. Erfindungsbegriff und technischer Charakter der Erfindung	27
1.1 Allgemeines	27
1.2 Patentierbarkeit biotechnologischer Erfindungen	29
1.3 Patentierbarkeit computerimplementierter Erfindungen	30
2. Ausnahmen von der Patentierbarkeit	31
3. Gewerbliche Anwendbarkeit	31
4. Neuheit	31
4.1 Allgemeines	31
4.2 Stand der Technik	32
4.3 Prüfung der Neuheit	35
5. Erfinderische Tätigkeit	36
5.1 Allgemeines	36
5.2 Vorgehensweise bei der Prüfung der erfinderischen Tätigkeit	36
5.3 Hilfserwägungen	39
IV. Recht an der Erfindung	39
1. Erfinderrecht	39
2. Patentanmeldung durch den Nichtberechtigten	40
3. Erfindergemeinschaft	41
4. Dienstnehmererfindungen	41
V. Erteilungsverfahren	43
1. Allgemeines	43
2. Anforderungen an die Patentanmeldung	43
3. Priorität	44
4. Österreichisches Patenterteilungsverfahren	45

5.	Das Erteilungsverfahren vor dem Europäischen Patentamt	46
6.	Internationale Anmeldung	48
7.	Kosten der Patenterteilung	49
VI.	Schutzwirkungen des Patents	49
1.	Grundlagen	49
2.	Betriebsmäßigkeit	49
3.	Die dem Patentinhaber vorbehaltenen Benutzungshandlungen	50
4.	Schutzumfang	52
5.	Die mittelbare Patentverletzung	54
6.	Das Vorbenützungsrecht	56
VII.	Patentlizenzen	58
1.	Freiwillige Lizenzen	58
2.	Zwangslizenzen	58
VIII.	Ende des Patentschutzes	59
1.	Laufzeit des Patents	59
2.	Nichtigerklärung	59
3.	Weitere Endigungsgründe	59
IX.	Besonderheiten des Gebrauchsmusterrechts	60
1.	Allgemeines	60
2.	Erfinderischer Schritt	60
3.	Neuheitsschonfrist	60
	Musterschutzrecht	61
I.	Einführung	61
II.	Rechtsquellen	62
III.	Gegenstand des Musterschutzes	63
1.	Das Muster (§ 1)	63
1.1	Legaldefinition.....	63
1.2	Neuheit und Eigenart	64
1.3	Schutzunfähigkeit	65
1.4	Doppelschutzverbot (§ 3)	66
2.	Der Schöpfer (§ 7)	66
2.1	Anspruch auf Nennung	67
2.2	Arbeitnehmer-/Auftraggebemuster	67
2.3	Doppelschöpfung	67
IV.	Anmeldeverfahren im Musterregister	67
1.	Anmeldung (§§ 11 bis 15)	67
1.1	Schriftlichkeit der Anmeldung	68
1.2	Offenbarung und Beschreibung des Musters	68
1.3	Warenverzeichnis	69
1.4	Sammelanmeldung	70
1.5	Priorität	70
2.	Behördliche Prüfung (§ 16)	70
3.	Veröffentlichung und Registrierung (§§ 17 und 18)	71
V.	Inhalt des Musterschutzrechts	71
1.	Schutzwirkungen (§ 4)	71
2.	Beschränkungen (§ 4a, 5 und 5a)	72
3.	Schutzdauer	72
4.	Musterrechtsverletzungen	73

4.1	Zivilrechtliche Ansprüche	73
4.2	Strafrechtliche Sanktionen	73
4.3	Feststellungsantrag	73
VI.	Übertragung, Rechtsverlust und Löschung	74
1.	Übertragung	74
2.	Lizenzerteilung	74
3.	Pfandrecht	74
4.	Rechtsverlust und Löschung	75
4.1	Zeitablauf	75
4.2	Verzicht	75
4.3	Nichtigerklärung	75
4.4	Aberkennung	75
VII.	Gemeinschaftsgeschmacksmuster	76
	Markenrecht	77
I.	Einleitung	77
1.	Wirtschaftliche Bedeutung und Rechtsquellen	77
2.	Einfluss des europäischen Rechts	78
II.	Marke	79
1.	Legaldefinition	79
2.	Funktion der Marke	80
2.1	Herkunftsfunktion	80
2.2	Qualitäts-, Garantie- oder Vertrauensfunktion	81
2.3	Kommunikations- und Werbefunktion	82
3.	Markenarten	82
3.1	Wort-/Bildmarke	82
3.2	Buchstaben- bzw Ziffernmarke	83
3.3	Formmarke	83
3.4	Klangmarken, Geruchsmarke und Farbmarke	84
3.5	Sammelmarken und sonstige Marken	85
III.	Eintragung des Markenrechts	86
1.	Allgemeines	86
2.	Gesetzmäßigkeitsprüfung	88
2.1	Absolute Eintragungshindernisse	88
2.2	Relative Eintragungshindernisse	91
3.	Ähnlichkeitsprüfung	96
IV.	Inhalt des Markenrechts	97
1.	Ausschließlichkeitsrechte § 10 Abs 1 MSchG	97
1.1	Doppelidentität	98
1.2	Verwechslungsgefahr	98
2.	Schutz der bekannten Marke § 10 Abs 2 MSchG	101
2.1	Ausnutzung der Wertschätzung	102
2.2	Beeinträchtigung der Wertschätzung	102
2.3	Beeinträchtigung der Unterscheidungskraft	103
2.4	Ausnutzung der Unterscheidungskraft	103
3.	Freie Benutzungshandlungen	103
4.	Erschöpfung	104
V.	Löschung des Markenrechts	106
1.	Allgemeines	106
2.	Relative Lösungsgründe	107

3.	Absolute Lösungsgründe	107
VI.	Übertragung des Markenrechts	108
VII.	Gemeinschaftsmarke	109
1.	Gemeinschaftsrechtliche Grundlagen	109
2.	Erwerb, Anmeldung und Schutzvoraussetzung	110
3.	Wirkung der Gemeinschaftsmarke	111
VIII.	Weitere Kennzeichenrechte	112
IX.	Das Lösen von markenrechtlichen Fällen	113
1.	Vorliegen eines Eintragungshindernisses	113
2.	Verwechslungsgefahr	114
3.	Die Erschöpfung	115
	Urheberrecht	116
I.	Einführung	116
1.	Allgemeines	116
2.	Historische Entwicklung	117
3.	Wirtschaftliche Bedeutung	117
4.	Rechtsquellen	118
5.	Anwendbarkeit des UrhG	118
II.	Das Werk als Schutzgegenstand	119
1.	Geistige Schöpfung	119
2.	Eigentümlichkeit der geistigen Schöpfung	120
3.	Werkkategorien	121
3.1	Werke der Literatur (§ 2 UrhG)	121
3.2	Werke der Tonkunst (§ 1 UrhG)	124
3.3	Werke der bildenden Künste (§ 3 UrhG)	125
3.4	Werke der Filmkunst (§ 4 UrhG)	128
3.5	Bearbeitungen (§ 5 UrhG)	131
3.6	Sammelwerke (§ 6 UrhG)	132
4.	Freie Werke (§ 7 UrhG)	133
III.	Urheberschaft	134
1.	Urheber (§ 10)	134
2.	Miturheber und Teilurheber (§ 11)	135
3.	Vermutung der Urheberschaft (§ 12)	136
IV.	Inhalt des Urheberrechts	136
1.	Verwertungsrechte (§§ 14–18 UrhG)	136
2.	Schutz geistiger Interessen (§§ 19–21 UrhG)	142
3.	Pflichten des Besitzers von Werkstücken (§ 22)	144
4.	Schutzdauer (§ 60 ff)	144
5.	Sondervorschriften für gewerbsmäßig hergestellte Filmwerke (§§ 38–40 UrhG)	145
6.	Sondervorschriften für Computerprogramme (§§ 40a–40e UrhG)	146
7.	Sondervorschriften für Datenbankwerke (§§ 40f–40h UrhG)	147
V.	Rechtsnachfolge und Vertragsrecht	147
1.	Übertragung des Urheberrechts (§ 23 UrhG)	147
2.	Werknutzungsbewilligung und Werknutzungsrecht (§ 24, 26 ff UrhG)	148
2.1	Werknutzungsbewilligung	149
2.2	Werknutzungsrecht	149
3.	Exekutionsbeschränkungen (§ 25 UrhG)	150

VI.	Schranken des urheberrechtlichen Schutzes	151
1.	Flüchtige und begleitende Vervielfältigungen (§ 41a)	151
2.	Vervielfältigung zum eigenen und zum privaten Gebrauch (§§ 42 ff)	152
3.	Freie Werknutzungen im Interesse der Rechtspflege und Verwaltung (§ 41)	153
4.	Berichterstattung über Tagesereignisse (§ 42c)	153
5.	Freie Werknutzungen an Werken der Literatur (§ 43 ff)	154
6.	Freie Werknutzungen an Werken der Tonkunst (§ 51 ff)	155
7.	Freie Werknutzungen an Werken der bildenden Kunst (§ 54 ff)	155
8.	Sonstige freie Werknutzungen	156
VII.	Leistungsschutzrechte (§§ 66–80 UrhG)	156
1.	Einführung und Überblick	156
2.	Brief- und Bildnisschutz (§§ 77, 78 UrhG)	160
3.	Nachrichten- und Titelschutz (§ 79, 80 UrhG)	160
VIII.	Verwertungsgesellschaften	161
	Rechtsdurchsetzung im Immaterialgüterrecht	163
I.	Grundlagen	163
II.	Zivilrechtliche Sanktionen	163
1.	Unterlassungsanspruch	163
2.	Anspruch auf Beseitigung	164
3.	Anspruch auf Schadenersatz, angemessenes Entgelt und Herausgabe des Gewinns ...	165
4.	Urteilsveröffentlichung	165
5.	Auskunftspflichten	166
6.	Gerichtszuständigkeit	167
7.	Einstweiliger Rechtsschutz	167
III.	Strafrechtlicher Schutz von Immaterialgüterrechten	168
	Dritter Abschnitt: Wettbewerbsrecht (UWG)	169
I.	Einleitung	169
1.	Grundlagen	169
2.	Geschichte, Aufbau und Schutzzweck des UWG	169
3.	Systematik des UWG und Fallprüfung	170
4.	Bedeutung des Gemeinschaftsrechts	171
II.	Anwendungsvoraussetzungen	172
1.	Allgemeines	172
2.	Handeln im geschäftlichen Verkehr	172
3.	Handeln zu Zwecken des Wettbewerbs	173
III.	Verbraucherleitbild des UWG	174
1.	Allgemeines	174
2.	Leitbild des informierten und verständigen Verbrauchers	175
IV.	Die Generalklausel (§ 1 UWG)	176
1.	Bedeutung und Systematik der Generalklausel	176
2.	Erheblichkeitsschwelle	177
2.1	Allgemeines	177
2.2	Erheblichkeitsschwelle im B2B-Bereich	177
2.3	Erheblichkeitsschwelle im B2C-Bereich	178
3.	Wertungskriterien der Unlauterkeit	179
4.	Unlauterkeit im Zusammenhang mit dem Verhalten anderer Marktteilnehmer	179

V.	Die Fallgruppen der Generalklausel	180
1.	Allgemeines	180
2.	Behinderung	180
2.1	Allgemeines	180
2.2	Boykott	181
2.3	Diskriminierung (Liefer- und Bezugssperren)	182
2.4	Exklusivbindungsverträge	182
2.5	Anzapfen von Lieferanten	183
2.6	Wettbewerb der öffentlichen Hand	184
2.7	Eindringen in Kundenkreise von Mitbewerbern.....	185
2.8	Werbebehinderung	186
2.9	Preiskampf	186
2.10	Behinderung durch Anmelden einer Marke bzw Domain	187
3.	Ausbeutung	189
3.1	Allgemeines	189
3.2	Nachahmungstatbestand	189
3.3	Wettbewerbliche Eigenart	191
3.4	Besondere wettbewerbliche Umstände	193
4.	Rechtsbruch	195
4.1	Allgemeines	195
4.2	Rechtsbruch durch Verletzung gesetzlicher Vorschriften	196
4.3	Vertragsbruch	197
5.	Kundenfang	199
VI.	Aggressive Geschäftspraktiken (§ 1a UWG)	201
1.	Allgemeines	201
2.	Nötigung	201
2.1	Allgemeines	201
2.2	Physischer Kaufzwang	201
2.3	Psychischer Kaufzwang	202
3.	Belästigung	203
4.	Unzulässige Beeinflussung	205
5.	Schwarze Liste	206
VII.	Irreführende Geschäftspraktiken	207
1.	Grundlagen	207
1.1	Die UWG-Novelle 2007	208
1.2	Normzwecke und -adressat	209
1.3	Fallprüfung innerhalb des Irreführungstatbestands	210
2.	Irreführung durch Handlungen	212
2.1	Unrichtige Angaben	212
2.2	Sonstige Geschäftspraktiken mit Täuschungseignung	216
2.3	Typische Begehungsformen	216
2.4	Fallgruppen nach Referenzpunkten (§ 1 Abs 1 Z bis 7 UWG)	219
2.5	Sondertatbestände	226
3.	Irreführung durch Unterlassung	227
3.1	Allgemeines	227
3.2	Einzelne Fallgruppen	228
4.	Schwarze Liste	230
VIII.	Vergleichende Werbung (§ 2a UWG)	231
1.	Allgemeines	231
2.	Zulässigkeitsvoraussetzungen	232
3.	Abgrenzung und Sonderfälle	234

3.1	Anlehrende vergleichende Werbung	234
3.2	Kritisierende vergleichende Werbung/Systemvergleich	234
3.3	Persönliche vergleichende Werbung	235
IX.	Weitere Sondertatbestände	235
1.	Herabsetzung eines Unternehmens § 7 UWG	235
2.	Missbrauch von Kennzeichen eines Unternehmens § 9 UWG	237
2.1	Kennzeichenmissbrauch und Regelungszweck	237
2.2	Wettbewerbsrechtliche Schutzanforderungen	238
2.3	Gebrauch von Kennzeichen	245
2.4	Verwechslungsgefahr	246
2.5	Kollision mehrerer Schutzrechte	249
3.	Zugaben § 9a UWG und weitere Tatbestände	250
3.1	Zugaben § 9a UWG	250
3.2	Verkauf gegen Vorlage von Einkaufsausweisen, Berechtigungsscheinen und dergleichen (§ 9c UWG)	258
3.3	Bestechung von Bediensteten und Beauftragten (§ 10 UWG)	258
3.4	Verletzung von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen, Missbrauch anvertrauter Vorlagen (§ 11 UWG)	259
4.	Verwaltungsrechtliche Sondertatbestände	261
4.1	Schneeballsystem, glückspielartiger Vertrieb und Erlagscheinwerbung (§ 27 ff UWG)	261
4.2	Verkauf von Waren unter Hinweis auf die Konkursmasse (§ 30 UWG)	262
4.3	Anmaßung von Auszeichnungen und Vorrechten (§ 31 UWG)	263
4.4	Vorschriften über Kennzeichnungen (§ 32 ff UWG)	264
4.5	Ankündigung von Ausverkäufen (§ 33a ff UWG)	264
X.	Rechtsschutz im UWG	265
1.	Zivilrechtliche Sanktionen	265
1.1	Unterlassungsanspruch (§ 14 UWG)	265
1.2	Beseitigungsanspruch	269
1.3	Widerrufsanspruch	269
1.4	Der Anspruch auf Urteilsveröffentlichung	270
1.5	Der Schadenersatzanspruch	270
1.6	Auskunftsanspruch	270
1.7	Verjährung	271
1.8	Gerichtszuständigkeit	271
1.9.	Einstweilige Verfügung	271
2.	Sonstiger Rechtsschutz	272
2.1	Strafrechtlicher Rechtsschutz	272
2.2	Verwaltungsrechtlicher Rechtsschutz	272

Vierter Abschnitt: Anwendbares Recht und Internationale Gerichtszuständigkeit

I.	Einleitung	273
II.	Anwendbares Recht	273
1.	Rechtsquellen	273
2.	Wettbewerbsrecht	274
2.1	Allgemeine Grundsätze	274
2.2	Herkunftslandprinzip	275
3.	Immaterialgüterrechte	276
III.	Internationale Gerichtszuständigkeit	276

Fünfter Abschnitt: Immaterialgüterrecht und Kartellrecht	279
I. Einleitung	279
1. Grundlagen	279
1.1 Begriff und Aufgabe des Kartellrechts	279
1.2 Ökonomische Aspekte des Kartellrechts	280
1.3 Rechtsgrundlagen	281
1.4 Verhältnis europäisches Recht und nationales Recht	282
II. Immaterialgüterrecht und Missbrauchsverbot	283
1. Grundlagen	283
1.1 Das Missbrauchsverbot	283
1.2 Spannungsverhältnis zwischen dem Missbrauchsverbot und Immaterialgüterrechten	287
2. Anwendbarkeit vom Missbrauchsverbot auf Immaterialgüterrechte	287
2.1 Europäische Rechtslage	287
2.2 Österreichische Rechtslage	291
2.3 Verhältnis europäisches und österreichisches Recht im Hinblick auf die Anwendbarkeit	292
3. Marktbeherrschende Stellung und Immaterialgüterrechte	292
4. Missbräuchliche Ausübung von Schutzrechten	293
4.1 Ausbeutungsmissbrauch	293
4.2 Behinderungsmissbrauch	294
4.3 Geschäftsverweigerung und die Essential-Facilities Doktrin	295
4.4 Marktstrukturmissbrauch	300
III. Lizenzverträge und Kartellverbot	300
1. Grundlagen	301
1.1 Das Kartellverbot	301
2. Spannungsverhältnis und Anwendbarkeit des Kartellverbots auf Lizenzverträge	304
3. Immaterialgüterrechtliche Vereinbarungen und das Kartellverbot	305
3.1 Immaterialgüterrechtliche Vereinbarungen	305
3.2 Lizenzverträge, Kartellverbot und Freistellungsmöglichkeiten	306
IV. Fallprüfungsschema	312